



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARÁ
INSTITUTO DE LETRAS E COMUNICAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM LETRAS**

Diego Michel Nascimento Bezerra

**CENAS DE ENUNCIÇÃO DA PROPAGANDA DE GOVERNO DO ESTADO DO
PARÁ: a constituição do mundo ético do sujeito político**

BELÉM – PARÁ

2016

Diego Michel Nascimento Bezerra

**CENAS DE ENUNCIÇÃO DA PROPAGANDA DE GOVERNO DO ESTADO DO
PARÁ: a constituição do mundo ético do sujeito político**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Letras da Universidade Federal do Pará, como parte dos requisitos para a obtenção do título de Mestre em Letras, na área de Estudos Linguísticos.

Orientadora: Prof.^a Dr.^a Fátima Cristina da Costa Pessoa.
Co-orientadora: Prof.^a Dr.^a Ivânia dos Santos Neves.

BELÉM – PARÁ
2016

Dados Internacionais de Catalogação-na-Publicação (CIP)
Sistema de Bibliotecas da UFPA

Bezerra, Diego Michel, 1984-

Cenas de enunciação da propaganda de governo do estado do Pará : a constituição do mundo ético do sujeito político. / Diego Michel Bezerra. - 2016.

Orientadora: Fátima Cristina Pessoa;

Coorientadora: Ivânia Neves.

Dissertação (Mestrado) - Universidade Federal do Pará, Instituto de Letras e Comunicação, Programa de Pós-Graduação em Letras, Belém, 2016.

1. Análise do discurso - Pará. 2. Propaganda política-Pará. 3. Publicidade-Pará. I. Título.

CDD 22. ed. 401.41

Diego Michel Nascimento Bezerra

**CENAS DE ENUNCIACÃO DA PROPAGANDA DE GOVERNO DO ESTADO DO
PARÁ: a constituição do mundo ético do sujeito político**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Letras da Universidade Federal do Pará, como parte dos requisitos para a obtenção do título de Mestre em Letras, na área de Estudos Linguísticos.

BANCA EXAMINADORA

Prof.^a Dr.^a Fátima Cristina da Costa Pessoa (Orientadora)
Universidade Federal do Pará

Prof.^a Dr.^a Ivânia dos Santos Neves (Co-orientadora)
Universidade Federal do Pará

Prof. Dr. Otacílio Amaral Filho
Universidade Federal do Pará

Prof. Dr. Bruno Rêgo Deusdará Rodrigues
Universidade do Estado do Rio de Janeiro

Prof. Dr. Thomas Massao Fairchild (Suplente)
Universidade Federal do Pará

DATA: 11 de abril de 2016.

A meus pais, Antonio Felipe (in memoriam) e Brazelina, pela amizade, pelo carinho e pelo encorajamento na vida e nos estudos.

AGRADECIMENTOS

À minha orientadora, Professora Dr^a. Fátima Cristina da Costa Pessoa, pela parceria na condução deste estudo e pela generosidade em compartilhar sua experiência e anseios de pesquisa.

Aos meus familiares, por terem me ensinado que o estudo é um dos mais significativos patrimônios que um homem pode construir. De modo especial, às minhas tias Graciete, Jaciete e Janete e à minha irmã Fábria, sempre solícitas e compreensivas.

Aos meus amigos, de ontem e de hoje, Eduardo Castro, Beatriz Silva, Iolene Guimarães, Linda Santos, Leydiane Lima e Suelem Bezerra, pelo incentivo e estímulo em diversas ocasiões da vida.

Ao programa de Pós-graduação em Letras da UFPA, lugar em que eu sempre sonhei estar. De modo particular, aos professores Dr^a. Myriam Cunha, Dr^a. Walkyria Magno, Dr^a. Marilucia Barros, Dr^a Ivânia Neves, Dr. Otacílio Amaral Filho, Dr. Thomas Fairchild e Dr. Sidney Facundes, que ajudaram a ampliar meus horizontes de ensino e de pesquisa.

O homem não é livre e não há verdade.

RESUMO

Textos de propaganda governamental são diariamente dispersos na sociedade por meio de diversos suportes midiáticos. Esta prática discursiva projeta uma instância enunciativa condicionada por sentidos de ordem política e midiática, conferindo espessura ao espaço público onde se formam as opiniões. Trata-se de uma prática discursiva que visa deliberadamente incorporar um público a uma visão específica de Estado, que revela um mundo ético definido historicamente para legitimar a imagem de governos inscritos em uma ordem democrática. Inserida neste contexto, esta pesquisa objetiva compreender que sentidos estão implicados na enunciação da propaganda do governo do estado do Pará, de acordo com as restrições semânticas impostas pelo alinhamento entre cena enunciativa política e cena enunciativa de propaganda. Para evidenciar o modo como os sentidos são processados nesta superfície discursiva, constituiu-se uma unidade de análise discursiva tópica com 52 peças de propaganda em formato de filme digital que circularam durante quatro anos da gestão de um partido de centro-esquerda na administração do governo do estado do Pará. O *corpus* foi frequentado analiticamente tendo com filtro teórico noções relacionadas à semântica global (MAINGUENEAU, 2008a) que regula o funcionamento do discurso. Consolidam-se, com os resultados das análises, as seguintes percepções: (i) estabelece-se uma cena englobante (MAINGUENEAU, 2008b, 2013, 2015) que projeta o contexto acional entre sujeitos a partir das competências interdiscursivas implicadas na produção da materialidade simbólica em questão, instituindo-se de uma prática de comunicação híbrida que interpela o coenunciador enquanto cidadão-espectador; (ii) mobilizam-se cenografias (MAINGUENEAU, 1997, 2008b, 2013, 2015) que impõem efeitos de sentidos, as quais se articulam a uma dêixis de prosperidade estatal para a garantia da autoridade enunciativa das posições defendidas pelos adeptos da socialdemocracia; (iii) observam-se fiadores que suportam um *ethos* discursivo (MAINGUENEAU, 2008b, 2010, 2011, 2013, 2014) marcado por indícios textuais que oscilam entre um tom grave de imparcialidade e um caráter emotivo de gratidão cidadã, instaurando a ordem de sociabilidade ideal entre governo e governados com vistas à incorporação destes últimos ao mundo de sentidos do governo do estado do Pará.

Palavras-chave: prática discursiva; cenas de enunciação; *ethos*; propaganda governamental.

ABSTRACT

Governmental propaganda texts are daily dispersed in the society through different media supports. This communicative activity projects an enunciative instance conditioned by senses from political and mediatic order. It is a discursive practice that aims to deliberately incorporate a public to a specific vision of the State, introducing an ethical world historically defined to legitimate the governmental image inserted in a democratic order. In this context, this research aims to understand what senses are implied in the enunciation of the propaganda of the government of Pará State, according to the semantics constrains imposed by the alignment between a political enunciative scene and an enunciative scene of propaganda. In order to demonstrate the way how the senses are processed in this discursive surface, it constituted a topic discursive unit of analysis with 52 pieces of propaganda in digital movie format that circulated for four years during the administration of a center-left party of the government of Pará State. Data was analyzed following the theoretical notions of global semantics (MAINGUENEAU, 2008a) that regulates the operation of discourse. It consolidated with the analysis of the results the following insights: (i) it established a global scene (MAINGUENEAU, 2008b, 2013, 2015) that projects the actional contexts between subjects from interdiscursive competencies implied in the production of symbolic materiality in matter, constituting a practice of hybrid communication that questions the coenunciator as citizen-spectator; (ii) it mobilized scenographies (MAINGUENEAU, 1997, 2008b, 2013, 2015) that impose effects of senses, which articulate to a deixis of a state prosperity to guarantee the enunciative authority of points of view held by social democracy supporters; (iii) it observed people who support a discursive ethos characterized by textual evidence that oscillate between a serious tone of impartiality and an emotional character of citizen gratitude, establishing order of the ideal of sociability among government and governed aiming the incorporation of the latter into the world of the senses of the government of Pará State.

Keywords: discursive practices; scenes of enunciation; governmental propaganda.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	11
1. O CONCEITO DE PRÁTICA DISCURSIVA: IMPLICAÇÕES TEÓRICAS	16
1.1. A relação entre as noções de prática discursiva e de interdiscurso	25
1.2. A relação entre as noções de prática discursiva e de enunciação	28
2. OS MODOS DE ENUNCIÇÃO	33
2.1. A cena de enunciação: quadro cênico e cenografia	33
2.1.1. A cena englobante	36
2.1.2. A cena genérica	37
2.1.3. A cenografia	38
2.2. A noção de <i>ethos</i> : entre a retórica clássica e a AD	41
2.2.1. A percepção retórica da noção de <i>ethos</i>	45
2.2.2. A percepção discursiva da noção de <i>ethos</i>	48
3. A RELAÇÃO ENTRE A PRÁTICA POLÍTICA E A PROPAGANDA NA CONSTITUIÇÃO DE ANÚNCIOS NA ESFERA DA ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA	54
3.1. Algumas delimitações discursivas das práticas políticas	58
3.2. Algumas delimitações discursivas das práticas de propaganda	63
3.3. A propaganda de governo como espaço de persuasão política	71
4. O PERCURSO METODOLÓGICO DA PESQUISA	73
4.1. O espaço discursivo constituído na pesquisa	76
4.2. Configurações genéricas dos dados da pesquisa	77
4.3. Tratamento dos dados durante a análise	82

5. OS MODOS DE ENUNCIÇÃO DA PRÁTICA DISCURSIVA POLÍTICO-MIDIÁTICA DO GOVERNO DO ESTADO DO PARÁ: ANÁLISE DE ANÚNCIOS VEICULADOS NA GESTÃO 2011-2014	85
5.1. A cena englobante da prática discursiva político-midiática do governo do estado do Pará	85
5.2. As cenografias da prática discursiva político-midiática do governo do estado do Pará	101
5.3. O <i>ethos</i> discursivo assumido na prática discursiva político-midiática do governo do estado do Pará	124
CONCLUSÃO	140
REFERÊNCIAS	148

INTRODUÇÃO

A presente investigação filia-se à perspectiva teórico-metodológica da Análise do Discurso (doravante AD). Trata-se de uma disciplina engendrada no cenário acadêmico francês com uma nova proposta de leitura da ideologia, que se fundamenta em um instrumental calcado na subjetividade, na historicidade e na materialidade das formas linguísticas. Sob esta base disciplinar, elabora-se o dispositivo analítico por meio do qual se frequenta determinado agrupamento de textos provenientes do horizonte político-midiático paraense: anúncios da propaganda governamental do estado do Pará. Se a AD visa “mostrar como um discurso funciona produzindo (efeitos de) sentido” (ORLANDI, 2012, p. 63), o esforço empreendido na análise destes textos de propaganda de governo é compreender quais sentidos são elaborados pelo dizer oficial acerca do sujeito político, ou seja, entender como uma esfera de governo significa e condiciona os gestos de interpretação de sua superfície enunciativo-discursiva.

Diante do exposto, pretende-se por meio desta pesquisa a construção de um dispositivo teórico-analítico que desvele o funcionamento das regularidades simbólicas da propaganda do governo de estado do Pará produzida para validar o trabalho de conjuntos de enunciadores que assumem a gestão desta máquina política. Almeja-se entender, por meio de tal dispositivo, a constituição dos sujeitos no cenário enunciativo midiático da propaganda de governo por meio da análise de massa documental restringida por suas próprias condições de emprego – modos de produção, circulação e consumo dos textos do discurso (MAINGUENEAU, 2008b). Fala-se, deste modo, de processos de subjetivação discursiva que instauram o “mundo ético” da política de Estado por meio da exposição pública das ações dos grupos partidários com posicionamentos bem definidos, que assumem o controle dos órgãos da administração estatal. Este processo de subjetivação se evidencia, dentre as várias formas do dizer político, no percurso enunciativo de produção dos textos dispersos por meio de distintos suportes midiáticos, como a televisão aberta, o rádio e a internet. No espaço público paraense, os textos da propaganda audiovisual de governo evidenciam ações desenvolvidas pelos gestores em determinados mandatos eletivos por meio de estratégias deliberadas de persuasão. Elas não objetivam incentivar, de fato, a aquisição de produtos ou de serviços, mas sim validar positivamente as ações dos sujeitos/enunciadores filiados a grupos políticos no controle da máquina pública de Estado. Há deste modo, um fazer/dizer entre a política e a propaganda que interpela igualmente o sujeito enunciativo e o sujeito enunciatário na exposição atraente de imagens do corpo político a ser aceito como produto consumível.

Assim, esta pesquisa volta-se, especificamente, para filmes da propaganda de governo que foram elaborados e difundidos entre os anos de 2011 a 2014. Período este que corresponde à administração do Partido da Social Democracia Brasileira (PSDB) na gestão da máquina pública de Estado. Neste contexto, observam-se atividades de propaganda por meio da institucionalização de dispositivos verbais sócio-historicamente definidos que se estabelecem intrincados entre dois setores de atividade que, embora impliquem rotinas distintas de produção e circulação de textos, associam-se na formatação de uma mesma prática discursiva. Neste ponto, é necessário justificar que, segundo os trabalhos em AD, que aceitam a primazia do interdiscurso, revelam-se lugares de funcionamento discursivos interdependentes, onde práticas discursivas se erigem por meio de coerções semânticas com a finalidade de preencherem determinada função social.

Sob as lentes da AD, observa-se na propaganda de governo em questão um fazer discursivo híbrido, que reúne duas comunidades de enunciadores e institui uma discursividade político-midiática (no âmbito de seu espaço de preenchimento social) ao explorar essencialmente os estereótipos positivos do corpo político envolvido na realização das ações públicas que a instância cidadã idealmente espera. A própria imagem do sujeito político é o produto a ser construído e exibido pelas técnicas de persuasão da propaganda.

Com o intuito de contribuir com a produtividade da agenda de pesquisa sobre o funcionamento das práticas discursivas sob o viés da AD francesa, esta pesquisa possui o seguinte questionamento norteador: como são construídas discursivamente as representações acerca dos sujeitos implicados na constituição da propaganda governamental do estado do Pará de acordo com as restrições semânticas impostas pelo alinhamento entre cena enunciativa política e cena enunciativa de propaganda? Com o intuito de responder à problemática proposta, em consonância com o quadro teórico da AD, consideram-se os seguintes postulados em que esta investigação se apoia:

- (i) o quadro cênico e a cenografia da propaganda instaurados pelo dizer do governo do estado do Pará são condicionadores dos sentidos que permitem a interpretação pelo cidadão a partir de um regime de estado que se estabelece em uma conjuntura democrática;
- (ii) o *ethos* discursivo pregnante à cena de enunciação da propaganda de governo do Pará evidencia a subjetividade de um corpo político que apoia sua autoridade enunciativa em uma vocalidade que marca um posicionamento específico.

Nesta perspectiva, o objetivo geral do presente estudo é investigar as condições de produção das representações dos sujeitos que emergem na cena de enunciação da propaganda do governo do estado do Pará, por meio da análise da materialidade discursiva dos anúncios-filmes que foram produzidos e difundidos entre os anos de 2011 e 2014, durante a administração do PSDB. De modo complementar, seus objetivos específicos são:

- a. delinear o quadro cênico (cena englobante e cena genérica) nos anúncios-filmes da propaganda de governo do estado do Pará, considerando-se as restrições semânticas advindas dos campos da política e da propaganda;
- b. descrever as *cenografias* desenvolvidas nos anúncios-filme da propaganda de governo em questão para construção do perfil cenográfico com o qual se defronta o sujeito enunciatário da instância cidadã;
- c. verificar o caráter, a corporalidade e a vocalidade dos fiadores (compleição física, traços psicológicos e registro linguístico) que “encarnam” os enunciados veiculados pela propaganda do estado do Pará;
- d. abstrair, por meio dos indícios textuais e estereotípicos do fiador, o *ethos* discursivo pregnante aos textos dos anúncios-filme em análise, evidenciando restrições da semântica global que condicionam estas materialidades.

Levado a cabo, tal arranjo teórico-metodológico conduziu a exposição da pesquisa em um trabalho estruturado em cinco capítulos.

O primeiro capítulo apresenta as implicações teóricas no processo de constituição da noção de prática discursiva. A mobilização desta noção com base na perspectiva de Maingueneau (1997; 2008a) lançou as bases para a compreensão da lógica de funcionamento institucional da ação languageira empregada na atividade de propaganda da esfera administrativa em questão. Além do mais, para uma operacionalização condizente deste conceito com as premissas da AD, considerou-se seu atravessamento constitutivo pela realidade interdiscursiva e enunciativa.

Mediante a primazia do interdiscurso sobre o espaço de regularidades enunciativas de qualquer prática discursiva, discorre-se no segundo capítulo sobre o processo de definição dos modos de dizer em função de posicionamentos que se articulam por meio de uma semântica global. As noções de cena de enunciação e de *ethos* são apresentadas como vertentes de uma semântica global que colaboram na configuração dos sentidos de dada identidade discursiva.

No terceiro capítulo, expõe-se o desenvolvimento e a autonomização dos setores de atividade situados no campo discursivo da política e da comunicação social. Com base nos conhecimentos partilhados no âmbito da AD, são apresentados globalmente princípios discursivos que estruturam tais campos e permitem depreender as práticas discursivas político-midiáticas contemporâneas como um espaço de regularidades enunciativas intrincado entre duas fronteiras discursivas.

O quarto capítulo apresenta o percurso metodológico de composição de um *corpus* representativo do espaço discursivo delimitado para a análise. Para tanto, articulou-se a noção de prática discursiva (a imbricação entre discurso e instituição) aos processos de construção de unidades de agrupamento textual originais, onde são operacionalizadas as análises como consequência da problemática e dos objetivos desta pesquisa. Consolidou-se neste trajeto a passagem do material de linguagem bruto coletado para o objeto discursivo por meio do sequenciamento de textos da propaganda oficial do Pará no cenário discursivo dos regimes democráticos.

No quinto capítulo, os dados que refletem a prática discursiva político-midiática de propaganda do governo do estado do Pará são frequentados analiticamente. Os primeiros esforços de análise desta seção centram-se na interpretação da cena englobante que condiciona os sentidos de cada anúncio-filme que compõe o *corpus* da pesquisa. Procedimento este que se assenta na interface estabelecida entre a superfície textual tomada como recorte e as comunidades de enunciadores aí implicadas, recompondo-se, neste prospecto, o quadro das qualificações requeridas para falar legitimamente sobre a ação política de governo em um espaço público deslocado, em grande medida, para a esfera midiática. Consequentemente, são descritas as cenografias adotadas por este dizer oficial para persuadir o público genérico dos anúncios acerca da visão política da população de enunciadores que assumem a máquina administrativa, legitimando posicionamentos que configuram as democracias modernas. O conjunto destes dois procedimentos de análise revela, assim, a constituição da cena de enunciação por meio da qual a fala do governo do estado do Pará é processada. De modo geral, trata-se de recompor a cena de enunciação que se constrói como desdobramento de uma dêixis discursiva particular sob a qual os enunciados são coordenados e adquirem sentido. Por fim, verifica-se o processo discursivo de reflexividade enunciativa que determina o movimento de sociabilidade ideal entre governo e governados. Por meio deste processo de incorporação, o sujeito enunciador que emerge nesta cena de propaganda assume o *ethos* do discurso governamental em virtude da expectativa de

adesão do intérprete situado na instância cidadã, visando à legitimidade do mundo de sentidos que os governos eleitos democraticamente tentam criar.

1. O CONCEITO DE PRÁTICA DISCURSIVA: IMPLICAÇÕES TEÓRICAS

Ao longo do processo de constituição disciplinar dos estudos discursivos, mais precisamente os de linha francesa, conceitos variados foram mobilizados para responder questões levantadas acerca da discursividade. Reconhecida como campo de pesquisa no final dos anos 1960¹, a AD francesa contou com esforços de pesquisadores de diversas áreas do conhecimento com o intuito de forjar métodos para evidenciar o funcionamento discursivo, calcados nos critérios das ciências humanas e sociais. Neste contexto, Michel Pêcheux e Jean Dubois figuram como principais expoentes dos trabalhos realizados pela “Escola francesa de análise do discurso”. Conforme Charaudeau e Maingueneau (2012), a emergência desse campo disciplinar não se dá em torno de um ato fundador único, mas como resultado da confluência de correntes com pressupostos diferenciados em torno do mesmo objeto: o discurso.

Deste modo, o lugar de emergência desta nova área de investigação é caracterizado pela interdisciplinaridade. Cria-se uma estrutura epistêmica que não se apoia apenas em conceitos advindos de outros domínios científicos, mas que os questiona e os reformula tendo em vista o aprimoramento de seus dispositivos metodológicos para a operacionalização de investigações sobre o funcionamento dos discursos. No que diz respeito ao nascimento desta recente área de investigação, Possenti (2007) afirma que ela se manifesta em um movimento epistemológico de ruptura com o modo de tratamento dos conceitos² que vinham sendo aplicado pelos paradigmas precedentes. Gadet (1997, p. 8) vai além, ao especificar que a emergência da AD no panorama acadêmico se dá por meio da instauração de “um dispositivo que coloca em relação, sob uma forma mais complexa [...] o campo da língua [...] e o campo da sociedade apreendida pela história”.

Mesmo surgindo como um campo de convergência progressiva de saberes disciplinares, marcado pela heterogeneidade intelectual, a AD encontra nas ciências da linguagem seu principal lugar institucional. Segundo Mazière (2007), é neste lugar que ela é frequentada e interrogada pela comunicação, história, sociologia e psicologia. Logo, os trabalhos que emergem a partir destas disciplinas “se referem à AD de modo quase sempre oblíquo, mas construtivo” (MAZIÈRE, 2007, p. 8). Para corroborar o estatuto interdisciplinar

¹ No tangente à fundação AD, há uma bibliografia extensa que menciona de modo consensual o período de surgimento de tal projeto teórico na cena dos estudos acadêmicos: Gadet (1997); Mussalim (2006); Mazière (2007); Orlandi (2012); entre outros.

² Possenti (2007) apresenta, por meio da ótica da ruptura epistemológica, um delineamento dos principais conceitos que configuram o cenário dos estudos em AD: língua, texto, condições de produção, sentido, enunciação, acontecimento, interdiscurso e sujeito.

da AD, Guigue (2008, p. 112) assevera que “a AD cultivou de maneira constitutiva relações com disciplinas tais como a filosofia, a história, a psicanálise, a sociologia e, aparentemente com uma acuidade particular, com a linguística”.

Diante da complexidade evocada pelo objeto discurso, diversas abordagens teóricas foram instituídas na tentativa de atribuir um estatuto tangível à tal dimensão. Neste sentido, Rosa, Tureta e Benedicto (2006, p. 6) afirmam que “o termo discurso é caracterizado por uma grande ambiguidade devido aos seus diversos usos, desenvolvimentos e perspectivas nas mais variadas disciplinas”. Rocha (2013), por seu turno, afirma a percepção da polissemia do termo ao explicitar que ele está vinculado a abordagens teóricas muito diversificadas. Observa-se, deste modo, que o panorama de utilização de tal termo nas ciências sociais e humanas revela, para além de sua polissemia ou ambiguidade, um esforço em vários *fronts* que se volta à explicação dos fundamentos da discursividade. Mergulhada na essência do fazer investigativo da ciência contemporânea, a reflexão acerca do conceito de discurso é sempre algo inacabado, sujeito a constantes deslocamentos. Por esse motivo, Gadet (1997, p. 7), ao considerar a filiação da AD à estrutura epistemológica das ciências sociais e humanas na França, assevera que “o termo discurso [...] é um conceito que a reflexão deve construir”. Movido pela instigante tarefa de definir conceitualmente o discurso, Maingueneau (2008a, p. 15), vislumbrando os empregos restritos e abrangentes do termo, propõe pelo escopo da AD francesa o discurso como “uma dispersão de textos cujo modo de inscrição permite definir [...] um espaço de regularidades enunciativas”.

Desde os estudos de Foucault até os mais recentes estudos francófonos em AD, observa-se um ponto comum que nutre os desdobramentos teóricos em torno do termo discurso. Ele exprime uma *práxis* cuja essência é ser histórica e social. Por meio desta percepção, o exercício da função enunciativa se estabelece a partir de uma imbricação irreduzível entre uma ordem textual e outra social. Ou seja, “[amarra-se] estreitamente discurso e instituição nos dispositivos da enunciação” (MAINGUENEAU, 2008b, p. 32). Tal entrelaçamento entre linguístico e social que institui os espaços de regularidades enunciativas é tomado como ideia-força que emana da perspectiva foucaultiana para as análises atuais, haja vista que os discursos não devem ser tratados “como conjuntos de signos (elementos significantes que remetem a conteúdos), mas como práticas que formam sistematicamente os objetos de que falam” (FOUCAULT, 2008, p. 55). O discurso é, então, assumido no sentido amplo do termo, como algo que “excede a expressão linguística e inclui sistemas de crenças e formas de pensar, atuar e interagir” (GEE, 1999 apud BONILLA; FRAGOSO, 2009). Deste

modo, instaura-se a percepção da construção dos sentidos por meio de regularidades enunciativas localizáveis na base de qualquer discurso entendido como prática.

Constituída como um lugar teórico dinâmico³ mediante a instauração de “novas problemáticas [e de] novas vontades de verdade” (POSSENTI, 2007, p. 355), a AD questionou tanto conceitos gerais das ciências sociais e humanas que lhe servem de fundamento (sujeito, língua e história), quanto redefiniu suas próprias elaborações conceituais. Assim, a constante experimentação de construtos por meio de sua confrontação com as materialidades discursivas favoreceu não apenas o refinamento dos dispositivos de análise, mas também a configuração de um elenco de noções que assumiriam caráter basilar neste novo campo disciplinar. Entre as muitas formulações conceituais que figuram no fazer investigativo da área, a definição de prática discursiva alcança *status* capital por ter se revelado operacionalmente produtiva na visualização de regularidades implicadas no exercício da função enunciativa e, além disso, observar em uma única unidade de análise os processos de subjetivação por meio da superfície simbólica produzida nas relações de forças histórico-sociais.

O conceito de prática discursiva tem sua fonte primária em Foucault. Ele é definido nos termos de “um conjunto de regras anônimas” (FOUCAULT, 2008, p. 133) que condiciona a enunciação em uma região discursiva especificada histórica e socialmente:

O que se chama “prática discursiva” pode ser agora precisado [...] é um conjunto de regras anônimas, históricas, sempre determinadas no tempo e no espaço, que definiram, em uma dada época e para uma determinada área social, econômica, geográfica ou linguística, as condições de exercício da função enunciativa (FOUCAULT, 2008, p.133).

Inserida no quadro teórico geral da AD francófona, a noção de prática discursiva sofreu desdobramentos que ampliaram a compreensão do funcionamento da discursividade. Esse redimensionamento do conceito em relação às categorias sobre as quais a AD trabalha se dá em função da construção de *corpora* diversificados, qualitativamente diferenciados dos recortes operacionalizados a partir da proposta original da noção em Foucault. A respeito

³ A dinamicidade teórica da AD reflete a própria complexidade de seu objeto: o funcionamento discursivo. Para compreendê-lo, posições teóricas e procedimentos metodológicos diferenciados foram adotados ao longo do desenvolvimento da disciplina. Face aos deslocamentos teórico-metodológicos, Pêcheux (1997) sugere uma distribuição das pesquisas da área em três fases de acordo com o modo de aproximação da discursividade: a AD-1 propõe um modelo de escuta discursiva que se apoia em traços discursivos empíricos que apontam o discurso como uma estrutura autodeterminada e fechada sobre si mesma, que engendra sítios de identidade estáveis e homogêneos; a AD-2 postula um modelo que sonda as relações interdiscursivas em que dado discurso é atravessado por elementos de outros discursos de modo desigual; a AD-3 constrói seu dispositivo de busca cimentado no primado do interdiscurso, alterando a ideia de discurso enquanto estrutura fechada para sua constituição por meio da relação permanente entre intradiscurso e interdiscurso.

dessa transposição conceitual, Maingueneau (2008b) esclarece que os valores dos conceitos são afetados em decorrência de seus *corpora* de referência. Assim, a noção de prática discursiva em Foucault corresponderia de modo reduzido às estruturas discursivas de algumas ciências desde a Renascença, bem como à medicina. Ao ser empregada pelo escopo da AD, a noção em questão é aplicada a *corpora* constituídos a partir dos mais variados campos de produção discursiva: ciências, religião, política, trabalho, literatura, entre outras. Tal formulação sofre uma ampliação significativa em sua estrutura de referência ao abranger diversos planos discursivos: intertextualidade, vocabulário, temas, estatuto do enunciador e do coenunciador, dêixis enunciativa, modo de enunciação, modo de coesão, entre outros. Realidade discursiva esta cujos planos adquirem sentido por serem regidos pelos princípios de uma semântica global. Por meio desse prospecto de prática discursiva, tende-se

[...] cada vez mais a rearticular [estes planos], a questionar uma concepção demasiadamente elementar do fechamento discursivo [à superfície linguística]; essa rearticulação se opera em torno do princípio de uma semântica global, fundamentalmente dialógica (MAINGUENEAU, 2008a, p. 135).

Inserida no movimento de constantes redimensionamentos teóricos da AD, o conceito de prática discursiva ganha um estatuto alinhado à diversidade dos discursos correntes na sociedade, bem como às comunidades de enunciadores que lhe dão voz. Considerando-se o estatuto capital desta noção na grade teórica da AD, categorias como formação discursiva, percursos, unidades transversas, unidades territoriais, entre outras, prestam solidariedade à compreensão do discurso observado como *práxis* por meio da produção, circulação e recepção de seus sentidos e de suas materialidades.

Mais recentemente, no quadro teórico que vem sendo delineado a partir dos trabalhos de Maingueneau (2008a, 2008b), tal conceito, considerando-se certos pressupostos foucaultianos, assume especificidades que lhe conferem maior precisão para enxergar a estrutura e o funcionamento dos fluxos enunciativos apreendidos como discursos. Neste quadro conceitual, as regularidades enunciativas constitutivas de qualquer discurso são apreendidas a partir de uma visão integrada dos planos discursivos que se estabelecem vinculados a um mesmo esquema semântico, de acordo com Souza-e-Silva (2013). Isto significa que o discurso, nos termos de uma prática socioinstitucional, é condicionado em todos os seus planos constitutivos pelo que Maingueneau (2008a) classificou como sistema de restrição/coerção semântica ou semântica global. A qualidade diferencial desta concepção se dá a perceber pela consideração não apenas da relação do discurso com as forças

interdiscursivas, mas pela noção da primazia do interdiscurso na relação dialógica de constituição deste “esquema construtor global [das unidades de discurso]” (MAINGUENEAU, 2008a, p. 77). Esta abordagem em AD favorece, na verdade, o estudo das condições de emprego dos textos as quais são demandadas pela emergência de qualquer discurso.

Pensada por Maingueneau (2008a; 2008b) a partir de uma perspectiva enunciativa, a noção de discurso tem seu espaço consolidado na agenda de pesquisa da terceira geração da AD. Assim, o discurso passa a ser postulado como um processo que se estabelece por meio do entrelaçamento indissociável entre um fazer e um dizer. Apreendido pelas lentes da análise, este processo gera um agrupamento de enunciados cujos sentidos são aceitos comunitariamente pelos sujeitos que se inscrevem nas mesmas redes institucionais onde se forja a competência interdiscursiva. A partir de seus estudos sobre as relações polêmicas entre os enunciados típicos de duas vertentes ideológicas católicas na França do século XVII, Maingueneau (2008a, p. 136) expõe a noção de prática discursiva da seguinte forma:

Essa reorientação de conjunto nos leva a remodelar a noção de discurso. No início, nós o concebemos como permanecendo na estrita órbita da textualidade. Agora, somos deslocados em direção ao seu “ambiente”, para fazer aparecer uma imbricação semântica irreduzível entre aspectos textuais e não-textuais. Mas valeria definir nosso objeto não como discurso, mas como a prática discursiva, seguindo nisso, em parte, a visão de Michel Foucault, que introduz precisamente esse termo para referir-se ao “sistema de relações” (MAINGUENEAU, 2008a, p. 136).

Relacionada à base conceitual que vem sendo desenvolvida por Maingueneau, a reflexão em torno das práticas discursivas pelo escopo da AD aponta para a compreensão do discurso como uma atividade que se estabelece como um *continuum* social e textual regido em todos os seus planos materiais por uma semântica global peculiar. Tem-se, na verdade, este conceito delineado em Maingueneau (2008a, p. 136) como reflexo de um processo condicionado por relações de força históricas que efetivam uma juntura “entre aspectos textuais e não-textuais”. Neste cenário, a interdiscursividade deve ser levada em questão para explicar o funcionamento de qualquer prática discursiva, pois aquela opera discretamente nesse processo de juntura entre tais aspectos, dando-lhe sustentação desde os primeiros movimentos de sua constituição. É, justamente, por meio desta dinâmica de gênese discursiva que se vai desenhando um discurso por meio de uma semântica particular. Isto aponta para o fato de que a relação entre um discurso e os enunciadores que aí se inscrevem não se dá ao

acaso e de forma independente, mas, sobretudo, influenciada por um regime discursivo prévio.

Compreende-se, a partir de Maingueneau (2008a), que as faces social e textual constitutivas das práticas discursivas são afetadas simultaneamente pela mesma semântica global, ou seja, pelo mesmo sistema de restrição semântica. Em tese, não se pode isolar o discurso e esperar que a instituição fique deslocada; ou se isolar a instituição e esperar que o discurso fique deslocado, pois, de modo empírico, um não se efetiva sem o outro. Um reflete naturalmente a presença do outro. Para corroborar sua percepção acerca desta imbricação irreduzível, Maingueneau (2008a, p. 120) cita Debray (1981), que apresenta uma lógica para o funcionamento do discurso enquanto unidade de sentido: “A ideologia [se dá] (a) pela representação do mundo e (b) pela organização dos homens, que são o avesso e o direito da mesma atividade”. E continua afirmando que “estas duas séries [‘a’ e ‘b’] se fazem e se desfazem juntas, segundo uma só e mesma lógica” (DEBRAY, 1981 apud MAINGUENEAU, 2008a, p. 120).

Pode-se afirmar, diante do exposto, que o conceito de prática discursiva expressa o funcionamento de dada regionalização discursiva dentro das relações interdiscursivas. A plasticidade desta noção capital para AD permite que o analista observe o processo de produção de sentidos circunscrito à determinada comunidade discursiva. Deste modo, este conceito pode ser pensado como uma formulação que exprime a lógica de funcionamento dos “espaços de regularidade enunciativa” (MAINGUENEAU, 2008a, p. 15), cujas especificidades são notadas pela amarração semântica entre uma ordem linguística e uma ordem social. A perspectiva deste autor pode ser delineada de modo preciso pela seguinte proposição: a prática discursiva é o resultado da imbricação semântica irreduzível entre aspectos textuais (face linguística) e não-textuais (face social) em determinada zona de regularidades de sentidos (MAINGUENEAU, 2008a; 2008b). A existência de um discurso como unidade histórica se dá a perceber, desta maneira, como *continuum* social-textual dentro das relações interdiscursivas.

Para esta nova perspectiva em AD, o uso da linguagem é institucional, pois a cada tomada da palavra, o sujeito se situa no interior de redes de sentido. O sujeito do discurso enuncia a partir de lugares e posicionamentos definidos nas relações sociais. De acordo com Maingueneau (2008a), esse lugar institucional do qual se enuncia não deve ser entendido como fixo, ou seja, confundido com o organograma funcional em uma organização de homens e de seu estatuto jurídico. Ele deve ser entendido como uma dimensão de regularidades de sentido imbricada a determinado agrupamento de enunciadores. Objetivamente, pode-se dizer

que a instituição reflete-se e refrata-se no sujeito como um “discurso em ato” (MAINGUENEAU, 2008a, p. 128). Sob esta tutela, tal ambiente institucional não seria tomado como fachada ilusória do discurso ou suporte externo das enunciações de um dado discurso. Ele seria, em última análise, entendido como uma organização de homens que “formam sistematicamente os objetos de que falam” (FOUCAULT, 2008, p. 55). A prática discursiva se constitui, por esta lógica, como um agregado de populações de enunciadores, cujo proceder – “plano da organização material e modos de vida” (SOUZA-E-SILVA, 2013, p. 112) – é conduzido pelas mesmas regularidades de sentidos. Isto significa dizer, precisamente, que “o discurso se desenvolve sobre as próprias categorias que estruturam [a] organização [de homens]” (MAINGUENEAU, 2008a, p. 128).

Para ilustrar esse raciocínio, pode-se partir das análises do próprio Maingueneau (2008a) que delinea, com base em um *corpus* empírico de textos postos em circulação na França do século XVII, dentro das fronteiras do campo discursivo religioso católico, duas práticas discursivas que visam à dominância deste campo: o discurso humanista devoto e o discurso jansenista. Nas fileiras destes dois discursos encontram-se filiadas diversas entidades, como escolas, associações, seminários, confrarias, famílias etc. Nestas entidades, que podem ser classificadas como comunidades de discurso, estabelecem-se rotinas de produção de textos por enunciadores qualificados em conformidade com as restrições do esquema semântico ao qual estão incorporados. Evidencia-se, portanto, que tais rotinas de produção verbal estão calcadas no “laço semântico essencial entre um funcionamento institucional e um discurso” (MAINGUENEAU, 2008b, p. 127).

Interpõe-se nesse contexto teórico a questão do método, que permite a apreensão de uma prática discursiva como zona delimitável para fins de análise. Considerando-se as orientações metodológicas de Maingueneau (2008b; 2015) para tal finalidade, é importante observar que as possibilidades de agrupamento textual para o estudo da discursividade em função de princípios enunciativo-discursivos destacados pelo analista resultam em tipos de unidades de análise com características particulares. Deste modo, verifica-se que uma prática discursiva pode ser metodologicamente apreendida em sua superfície textual por meio de agrupamentos de textos em unidades tópicas e unidades não tópicas, as quais evidenciam obliquamente a ordem social que lhe é pressuposta, isto é, agrupamentos de enunciadores na mesma rede semântica sociologicamente caracterizável. Uma prática discursiva sob esta perspectiva metodológica pode ser entendida como movimento de produção de sentidos condicionado pelo posicionamento socialmente marcado de populações de enunciadores.

Conforme Maingueneau (2008b) tais unidades de análise, resultantes do processo de agrupamento textual baseado em características estruturais, designam, na ótica da pesquisa, uma identidade discursiva em particular. Desta maneira, o recorte de uma realidade discursiva em unidades de análise orienta metodologicamente a construção de *corpora* por meio das restrições semânticas as quais um texto está submetido. O estabelecimento de um *corpus* em AD, ordenado a partir de uma problemática discursiva dada, é operacionalizado, portanto, em estruturas de agenciamento textual tópicas e não tópicas que são definidas, conforme Maingueneau (2015), a partir de categorizações sociais ou discursivas. Segundo o autor, se os agrupamentos refletirem categorias pré-estabelecidas pelas práticas sociais, ou seja, categorias familiares, trata-se de uma unidade tópica. No entanto, se o agrupamento for definido pelos próprios pesquisadores a partir de um mesmo princípio que perpassa várias unidades pré-recortadas, trata-se de uma unidade não tópica. Na perspectiva do autor, cada uma destas duas unidades de análise pode ainda ser refinada em subcategorias que melhor representam o funcionamento discursivo. Assim, uma unidade tópica pode ser territorial ou transversa, enquanto que uma unidade não tópica pode ser caracterizada como formação discursiva ou percursos. Seguem-se suas especificações:

(i) Unidades tópicas territoriais: esta categoria constitui-se como um recorte feito na discursividade a partir de espaços já predelineados, reconhecíveis em setores de atividade da sociedade. Segundo Maingueneau (2008b), o princípio de base desta unidade é o agrupamento de gêneros que se estabelecem por meio de duas lógicas: do copertencimento a um mesmo aparelho institucional e de dependência a um mesmo posicionamento. Assim sendo, os discursos observados como unidades tópicas territoriais possuem certa estabilidade do ponto de vista da emergência social, tais como partidos, empresas, hospitais etc.

(ii) Unidades tópicas transversas: esta categoria reflete um recorte discursivo a partir da perspectiva de registros linguageiros que caracterizam discursos não facilmente observáveis. Deste modo, tais discursos podem ser mensurados por critérios linguísticos, funcionais e comunicacionais. Assim, observa-se o “discurso cômico”, “o discurso de divulgação”, “o discurso didático” etc. Segundo Maingueneau (2008b), trata-se, na verdade, de uma categoria classificatória de base estrutural que apreende os textos em uma perspectiva linguístico-comunicacional.

(iii) As formações discursivas: constituem-se como categoria não-tópica do discurso e não possuem fronteiras pré-estabelecidas. Trata-se, de fato, de um discurso não relacionado diretamente por um aparelho institucional específico. Mas, de um discurso apreendido a partir

de fronteiras longitudinais pelo pesquisador. Para corroborar tal perspectiva, Maingueneau (2008b) afirma que os *corpora* que identificam este tipo de recorte são constituídos por um conjunto de textos de vários aparelhos, registros e gêneros discursivos, de modo que suas fronteiras são estabelecidas pelo pesquisador baseado em “saberes e normas de argumentação partilhadas pelas comunidades de pesquisadores” (MAINGUENEAU, 2008b, p. 20). Nesse sentido, os textos que configuram as formações discursivas são diversificados em sua base (enunciativa, funcional e comunicacional), entretanto, unificados em certo nível.

(iv) Os percursos: estas unidades não-tópicas são constituídas por rede de unidades de diversas ordens (lexicais, proposicionais, fragmentos de textos). Não se trata, entretanto, de uma análise puramente linguística, mas de uma análise de discurso calcada na observação de materiais lexicais ou textuais extraídos do interdiscurso, sem a intenção de construir tipologias discursivas. Segundo Maingueneau (2008b), um exemplo de um percurso é, por exemplo, a retomada ou as transformações de uma mesma fórmula em uma série de textos.

Por meio deste enfoque teórico-metodológico sobre a face textual do discurso, tem-se uma espécie de aproximação da especificidade do funcionamento palpável do discurso enquanto *continuum* social-textual. Este enfoque estabelece, diante das materialidades simbólicas selecionadas para análise, uma espécie de “trabalho arqueológico”, não no sentido restrito de estudar algo já extinto, mas de verificar a relação entre vestígios textuais e o sistema de restrição semântica que lhe é prévio.

Com o intuito de responder à problemática que orienta esta pesquisa, assume-se para fins teórico-metodológicos a noção de prática discursiva proposta na base teórica de Maingueneau (2008a; 2008b). Assume-se este conceito como “porta de entrada” para a descrição/interpretação do dispositivo discursivo no qual se estabelecem as cenas de enunciação e o mundo ético das propagandas de governo de estado, a serviço de certo posicionamento ideológico. Logo, é a partir desta perspectiva teórica que serão tratados preliminarmente os dados coletados, isto é, um agrupamento de textos da propaganda institucional que foi enunciado entre os anos de 2011 e 2014 pelo governo do estado do Pará.

Para mobilizar de modo adequado tal elaboração conceitual retomada na perspectiva enunciativo-discursiva de Maingueneau (1997; 2008a), faz-se necessário observar suas especificidades frente aos recentes avanços teóricos da AD. Para tanto, é importante, por um lado, ter clareza da articulação metodológica deste conceito com as unidades de discurso que vêm sendo construídas pelos analistas a partir de materialidades simbólicas selecionadas. Por outro lado, é indispensável visualizá-lo a partir de sua relação explícita com os conceitos de

interdiscurso e de enunciação que lhe conferem circularidade. Trata-se, portanto, de uma relação constitutiva essencial, haja vista que uma prática discursiva é efetivamente instaurada sobre os fundamentos da interdiscursividade que atravessam todos os seus processos enunciativos. Nas subseções seguintes, delinear-se-á esta articulação conceitual na rede teórica da AD para melhor compreensão do estatuto do conceito de prática discursiva adotado nesta análise.

1.1. A relação entre as noções de prática discursiva e de interdiscurso

É mediante a lógica semântica de uma prática discursiva que une em um só movimento o enunciado, a enunciação e os enunciadores que se pode apreender claramente o estatuto de tal construto frente às demais categorias sobre as quais a AD trabalha. Tal formulação é definida com base na orientação de Maingueneau (2008a) como o objeto nuclear de estudos da área, sendo que as demais categorias prestam solidariedade à compreensão de seu funcionamento enquanto “sistema de relações que [...] regula as localizações institucionais das diversas posições que o sujeito enunciador pode ocupar” (MAINGUENEAU, 2008a, p. 136).

Considerando-se o discurso como uma prática histórico-social vinculada às forças interdiscursivas, corrobora-se a perspectiva de que seus planos constitutivos são forjados a partir do trabalho do interdiscurso como conjunto heterogêneo de redes de memória e de trajetos de sentidos que mantêm níveis de relação entre si. Observa-se, assim, a amplitude e primazia do que seria tal entidade que precede e subordina todos os planos de qualquer prática discursiva. Entende-se, desta maneira, que a relação institucional entre enunciado e enunciador subordina-se a um “o conjunto das unidades discursivas com as quais [o] discurso entra em relação explícita ou implícita” (CHARAUDEAU; MAINGUENEAU, 2002, p. 286).

Assim, para bem delimitar as especificidades da noção de prática discursiva, é indispensável, portanto, relacioná-la ao conceito de interdiscurso, que é problematizado pela AD francesa. Desde a emergência deste campo de estudos nos anos 1960, as interações entre os mais variados discursos em dado contexto histórico-social suscitaram, segundo Possenti (2009), o interesse de pesquisadores como Pêcheux, Courtine, Authier-Revuz, e mais recentemente Maingueneau. Este horizonte de interesses levou Possenti (2007) a asseverar que à realidade interdiscursiva são atribuídas várias nomenclaturas, cada uma implicando um viés específico – polifonia, dialogismo, heterogeneidade. De modo geral, diante de evidências empíricas e de reflexões teóricas, no conjunto dos trabalhos dos pesquisadores da área,

postula-se que qualquer unidade discursiva seja “efeito do interdiscurso enquanto exterior específico de uma [unidade] discursiva no próprio interior dela” (COURTINE, 1981 apud POSSENTI, 2009, p. 164). Descarta-se, sob esta perspectiva, a equivalência entre exterior do discurso e interdiscurso para fazer valer a ideia de que este está no coração do próprio discurso.

De modo geral, nota-se que uma prática discursiva emerge dentro de um “emaranhado” de redes de memória e de seus sentidos pela lógica de um descentramento regulado que lhe confere fronteiras fluidas sem qualquer plenitude autônoma. Isto permite asseverar que “um discurso coincide com a definição das relações do discurso com seu Outro” (POSSENTI, 2007, p. 384), sendo que este sempre se encontrará na raiz daquele como uma realidade prévia, mas não extrínseca. Este fato permite constatar que qualquer discurso é atravessado por sentidos advindos de outros discursos, bem como verificar o valor do dialogismo amplo de todo enunciado do discurso, de acordo com Possenti (2009). Em outros termos, o discurso não possui uma identidade fechada, ele emerge, considerando-se as afirmações de Bakhtin (1997), mediado pelo processo de responsividade enunciativa e nunca a partir de um processo enunciativo espontâneo desvinculado de uma cadeia prévia de sentidos constituídos historicamente pela alteridade entre discursos.

Depreende-se, portanto, que a natureza semântica de uma prática discursiva ocorre a partir de sua vinculação às forças do interdiscurso, pois ela emerge, como indica Souza-e-Silva (2013), regulada pelo atravessamento de outros discursos. É, justamente, por meio desta dinâmica de gênese que se vai desenhando a identidade do discurso por meio de uma grade semântica particular, isto é, por meio de uma mesma semântica global. Assim, sua estrutura e seu funcionamento vão sendo delineados simultaneamente em planos articulados como um *continuum* social-textual com contornos característicos próprios, ou seja, pela recorrência das mesmas regularidades de sentido. Tal realidade aponta para o fato de que qualquer região discursiva não se constitui ao acaso, senão dentro do jogo das relações interdiscursivas. As práticas discursivas constituem-se, deste modo, em um terreno de instabilidade permanente (em que seus sentidos estão sujeitos a constantes deslizamentos), haja vista que elas são tensionadas e atravessadas por outros discursos, o que indica sua dinâmica complexa. Isto significa dizer que um movimento dialético entre discursos age como princípio fundador de qualquer prática discursiva, ou seja, a constituição das regularidades de sentido de dado discurso ocorre em função de uma memória discursiva anterior, seja por divergência, seja por convergência, seja por aparente neutralidade. Por isso, Fiorin (2013) assevera que um discurso, entendido como

uma prática social, sempre se constitui em relação a outro, sendo essa alteridade, justamente, o fator condicionante da sua historicidade.

A partir da aceitação pela AD da precedência do interdiscurso na relação constitutiva dos discursos, Maingueneau (1997; 2008a) refina tal construto para melhor delimitação das unidades que o analista do discurso pretenda observar, objetivando dar operacionalidade à amplitude que tal formulação recobre. Nesta perspectiva, o interdiscurso é precisado por meio da seguinte categorização:

- (i) Universo discursivo: “conjunto de [unidades discursivas] de todos os tipos que [...] interagem em uma conjuntura. Este conjunto é necessariamente finito, mas irrepresentável [...] aí se recortam os campos discursivos” (MAINGUENEAU, 1997, p. 116).
- (ii) Campo discursivo: “conjunto de [unidades discursivas] que se encontram em relação de concorrência, delimitam-se reciprocamente em uma dada região do universo discursivo [...], possuem a mesma função social e divergem sobre o modo pelo qual ela deve ser preenchida” (MAINGUENEAU, 2008a, p. 34). Além disso, este recorte em campos “decorre de hipóteses explícitas e não de uma partição espontânea do universo discursivo” (MAINGUENEAU, 1997, p. 117).
- (iii) Espaço discursivo: “subconjuntos de [unidades discursivas] que o analista [...] julga relevante pôr em relação. Tais restrições são resultado de hipóteses fundadas sobre um conhecimento de textos e um saber histórico, que serão em seguida confirmados ou infirmados quando a pesquisa progredir” (MAINGUENEAU, 2008a, p. 35).

É interessante notar que esta tripartição terminológica do interdiscurso progride em consonância com outras abordagens discursivas que privilegiam a reflexão sobre a veemência de tal realidade: o princípio dialógico (TODOROV, 1981 apud MAINGUENEAU, 1997), a questão da rede de formulações do discurso (COURTINE, 1981 apud MAINGUENEAU, 1997), a constituição da heterogeneidade enunciativa (AUTHIER-REVUZ, 1984), a noção da polifonia dos enunciados do discurso (DUCROT, 1987). Vinculada a este panorama teórico, a reflexão de Maingueneau (1997; 2008a) sobre a problemática da interdiscursividade reforça a demarcação de territórios discursivos como espaço de trocas e jamais uma identidade fechada.

Partindo do pressuposto teórico de Maingueneau (2008a) sobre a primazia do interdiscurso, esta pesquisa se propõe a observar o funcionamento de uma prática discursiva contemporânea como um espaço enunciativo heterogêneo, que se deixa apreender por meio das três categorias de recorte apontados acima. Isto significa que a prática discursiva que se constitui como objeto/espaço desta análise decorre de sentidos advindos de distintos campos discursivos contemporâneos. Em outras palavras, o feixe enunciativo da dispersão da prática político-midiática do governo do estado do Pará é entendido a partir das relações de delimitação de sua rede semântica com as de outras práticas. Deste modo, os dados frequentados analiticamente nesta pesquisa são tomados como representativos de um espaço discursivo heterogêneo, materializado historicamente em um trabalho interdiscursivo.

1.2. A relação entre as noções de prática discursiva e de enunciação

O primeiro dado a ser considerado em uma reflexão teórica sobre um conceito é sua utilização em conformidade com as restrições de determinada área do saber. No caso particular da noção de enunciação, seu acionamento pela AD orienta significativamente as pesquisas que se debruçam sobre a constituição dos sentidos nos discursos. Esta noção é utilizada amplamente para justificar o discurso como “um espaço de regularidades enunciativas” (MAINGUENEAU, 2008a, p. 15), indicando que “o discurso se constrói de fato [pelo] processo de enunciação” (POSSENTI, 2007, p. 378). Isto permite aos analistas do discurso uma apropriação produtiva da noção, colaborando, inclusive, com a expansão do escopo dos estudos da linguagem sob a perspectiva enunciativa, indo além do ponto em que se chegou, como assevera Teixeira (2012) com ares de entusiasmo.

Para bem compreender o advento da problemática da enunciação nos estudos sobre a discursividade, é importante considerar as complementaridades existentes entre as concepções que conferem circularidade a esta noção. Assim sendo, para apreender de modo mais unívoco o estatuto da enunciação e de enunciado, a AD francesa recorre primordialmente a duas bases de reflexão: Benveniste, com seus estudos sobre subjetividade na linguagem, e Bakhtin, com sua visão sobre a interação social (BRANDÃO, 2013). Ambos oferecem subsídios pontuais para uma análise de discurso que considera o sentido do que é enunciado como sendo construído a partir das tensões entre variadas vozes sociais. De um modo geral, as conclusões a respeito da noção de enunciação e enunciado que foram elaboradas por estes dois autores convergem para o mesmo plano analítico: “a língua enquanto assumida pelo homem que fala” (BENVENISTE, 1988 apud TEIXEIRA, 2012, p. 68), estando este primeiro autor circunscrito

às marcas da subjetividade na língua e o segundo preocupado com a configuração dialógica da interação verbal. Assim, pode-se atestar que

Benveniste fornece os fundamentos linguísticos para suportar uma análise de base linguística que suporta o discurso, Bakhtin fornece os fundamentos do processar discursivo da construção do sentido [...] para além do estritamente linguístico (BRANDÃO, 2013, p. 34).

Inscritos na conjuntura linguística francesa, os estudos da enunciação e os estudos do discurso iniciam seus diálogos durante a própria gestação do projeto teórico da AD pelo grupo em torno de Pêcheux. Fato este constatado nas edições 13 (1969) e 37 (1975) da revista *Langage*⁴, as quais tratavam de modo restrito sobre questões discursivas. Gadet et al (1997) asseveram, por exemplo, que na edição 37 a proposta enunciativa de Benveniste tem seu estatuto reconhecido por Pêcheux como possibilidade de observação das marcas da subjetividade na superfície linguística. De modo geral, Pêcheux, ao reinvestir nos problemas da enunciação, retoma os trabalhos de Benveniste sobre a enunciação, reconhecendo a abertura de uma fissura no estruturalismo saussuriano que perseguia o “sistema de relações internas [das línguas] do qual se deveria reter as leis de organização” (FLORES; TEIXEIRA, 2005, p. 29). Qualitativamente diferenciada do quadro teórico-metodológico proposto pela linguística estruturalista, os estudos das questões enunciativas visam apreender a subjetividade no exercício da linguagem, isto é, a presença do sujeito na linguagem por meio de um sistema de coordenadas linguísticas que Benveniste classificou como aparelho formal da enunciação. Para tanto, instauram-se novos procedimentos de análise relativos ao uso da língua, abrindo espaço para a subversão do modelo teórico proposto pela linguística estruturalista.

Segundo Flores e Teixeira (2005), a perspectiva teórica de Bakhtin expressa uma postura completamente divergente da linguística estruturalista, evidenciada pela crítica à descrição sincrônica do estudo da língua que descarta a impregnação ideológica da palavra, ou seja, a presença do sujeito na língua. Seu projeto teórico, na verdade, considera a linguagem a partir de uma visão social e filosófica. Isto o leva a seguir uma orientação que incorpora a interação e a alteridade entre vozes sociais na constituição dos sentidos da língua. Assim, a dimensão dialógica da linguagem, marcada pela subjetividade, é contemplada em

⁴ A revista *Langages*, conforme a homepage *Persée Revues Scientifiques* (2005), foi criada em 1966 para divulgação dos estudos de pesquisadores franceses e de outros países, no âmbito das ciências da linguagem. No contexto nascente da AD francesa, este periódico científico divulgou, em alguns de seus números, artigos germinais de autores como Michael Pêcheux, J. Dubois, S. Harris, D. Malidier, C. Fuchs, P. Henry, Jean-Jacques Courtine, entre outros.

seu modelo de análise, em que “forma e uso articulam-se no processo de constituição dos sentidos” (FLORES; TEIXEIRA, 2005, p. 45).

O ponto principal da convergência entre o pensamento de Benveniste e de Bakhtin reside na impossibilidade de uma análise que desconsidere as marcas da presença do sujeito na superfície linguística, haja vista que “a linguagem está na natureza do homem [e] não atingimos nunca o homem separado da linguagem” (BENVENISTE, 1976 apud BRANDÃO, 2013, p. 28). Este ponto de convergência desencadeia na literatura da AD uma série de desdobramentos nocionais que permitem apreender certas extensões da complexidade do processo de produção dos enunciados. De modo nuclear, a enunciação – tanto de um ponto de vista linguístico quanto filosófico – pode ser traduzida como um ato de produção verbal engendrado por um sistema de coordenadas espaço-temporais que atestam a subjetividade na estrutura de qualquer língua, ou seja, a enunciação é entendida como um ato de apropriação da língua pelo sujeito que “mobiliza um jogo de formas [dêiticas] específicas que vão marcar [...] a relação intersubjetiva [e] a posição do locutor em relação ao referente” (BRANDÃO, 2013, p. 31). Desta forma, ficam claros não apenas a subjetividade como critério definidor do processo de enunciação, mas também o caráter dialógico em que “o ‘outro’ como discurso e o ‘outro’ como receptor [são constitutivos da linguagem]” (FLORES; TEIXEIRA, 2005, p. 53).

Ao serem vinculados à dimensão discursiva, os fenômenos da enunciação são redimensionados dentro do regime conceitual da AD francesa. Evidencia-se, pois, pelas análises discursivas desta área, que a assunção das noções de enunciação e de enunciado passam a ser percebidas como constitutivas da superfície discursiva (POSSENTI, 2007), que se materializa verbalmente, assim como por meio de outros processos semióticos. Assim, neste quadro teórico, a compreensão de tal construto sofre um salto qualitativo, aceitando-se abertamente sua materialização como resultante tanto do posicionamento ideológico, quanto da subjetividade e da alteridade.

Implicada ideologicamente, a enunciação se estabelece como um mecanismo discursivo de delimitação “geográfica” do “dito” em oposição ao “não-dito” que se materializa simbolicamente a partir do campo do “dizível” (PECHÊUX; FUCHS, 1997, p. 176). Assim, ao ser enunciada, determinada unidade de comunicação emerge como um produto que resulta de uma “série de determinações sucessivas” (PÊCHEUX; FUCHS, 1997, p. 175). Ou seja, o enunciado, como materialidade discursiva (englobando diversas semioses), é o resultado de um processo de rarefação a partir de paráfrases sucessivas. Tem-se aí o aspecto da singularidade no processo de atualização pela AD da problemática da enunciação: o enunciado materializado como produção verbal e não verbal inscrito na conjuntura de um

discurso pelos múltiplos fenômenos dependentes da heterogeneidade mostrada, de acordo com Maingueneau (1997) – discurso relatado, pressuposição, negação, palavras entre aspas, metadiscurso do locutor, parafraseagem e ironia.

Para atribuir certa circularidade à dinâmica complexa da enunciação na cadeia discursiva, Maingueneau (2013) apresenta observações mínimas que orientam a operacionalização da questão enunciativa na rede teórica da AD. A primeira delas diz respeito à oposição entre enunciado e enunciação, haja vista que este evidencia um ato de produção, enquanto que aquele o produto propriamente dito. Neste sentido, a ideia de enunciado para o autor recobre todo tipo de produção textual independentemente de sua extensão, podendo variar de uma palavra até um livro inteiro mediante a situação de discurso em que são proferidas. A segunda observação deste autor se dirige à distinção entre frase e enunciado, uma mesma frase pode eventualmente assumir valores diferenciados a depender da situação de discurso, conferindo suporte linguístico a uma diversidade de enunciados, deste modo “uma frase [é] considerada fora de qualquer contexto [...] um enunciado [está] inscrito num dado contexto” (MAINGUENEAU, 2013, p. 63). Na terceira, o autor apresenta uma definição linguístico-textual para a realidade específica do enunciado: tratar-se-ia de “*uma unidade elementar da comunicação verbal* [...] dotada de sentido e sintaticamente completa” (MAINGUENEAU, 2013, p. 63 – grifos do autor) e, além disso, “uma unidade de comunicação completa *no âmbito de um determinado gênero do discurso*” (MAINGUENEAU, 2013, p. 63 – grifos do autor). De modo geral, o enunciado na grade teórica da AD assume o status de sequência ou unidade simbólica produzida em um contexto particular de interpelação ideológica do sujeito.

Distante da pureza disciplinar, mas primando pela lucidez em seus métodos analíticos, a AD, dada sua formalização no cenário acadêmico, visa enfrentar a complexidade das atividades significantes do homem, valendo-se de construtos forjados em outras zonas epistemológicas para aprimorar suas ferramentas de leitura dos sentidos impressos pela ideologia. Assim, a revalorização das noções de enunciação e de enunciado no horizonte da discursividade torna-se um empreendimento que se ancora na análise intralinguística e, ao mesmo tempo, a ultrapassa, indo na direção de uma “análise das formas complexas do discurso, a partir do quadro formal [da enunciação]” (BENVENISTES, 1989 apud TEIXEIRA, 2012, p. 68).

O laço indissociável entre enunciação e discursividade, resguardadas as dimensões de cada noção, constrói um ambiente epistemológico favorável para a construção “de recursos metodológicos que permitem investigar como a subjetividade se materializa linguisticamente [e por que não semiologicamente?] no discurso” (TEIXEIRA, 2012, p. 62). Deste modo, ao

aceitar metodologicamente o enunciado como unidade de análise do discurso, a AD coopera com o esforço teórico de ampliação do escopo dessa intersecção. Aceita-se, contudo, que tal análise do enunciado não esteja desvinculada da análise de seu próprio processo de enunciação que se constitui como “acontecimento único definido no espaço e no tempo” (CHARAUDEAU; MAINGUENEAU, 2012, p. 193), vinculado à produção dos sentidos por meio das atividades de simbolização do sujeito.

Inscrito na conjuntura teórica da AD francesa, este trabalho assume para fins operacionais as noções enunciativas decorrentes da convergência entre os princípios da subjetividade, alteridade e ideologia. Compreende-se, desta forma, o enunciado como materialização simbólica e significante que irrompe na superfície discursiva a partir de determinações sucessivas de um conjunto de restrições semânticas.

Nesta perspectiva enunciativo-discursiva, a constituição e validação da imagem positiva do governo do estado do Pará demanda um processo de enunciação que configura progressivamente uma situação de comunicação implicada ideologicamente: a propaganda de governo. Diversas peças deste tipo de propaganda são produzidas por meio das determinações de sentidos advindos dos campos político e midiático contemporâneos. Elas irrompem na superfície do discurso como enunciados, como elos de uma cadeia de responsividade e a partir das possibilidades do que pode e do que não pode ser dito nessa situação de comunicação.

Mais especificamente, cada peça de propaganda governamental enunciada é um produto textual formatado por aspectos estilísticos e dêiticos regidos pela interação entre interlocutores associados a posicionamentos ideológicos. Busca-se, pois, compreender a irrupção de um rastro da dispersão enunciativo-discursiva que visa validar a posição dos sujeitos que reivindicam o controle da máquina pública de Estado em dado momento da história. Pretende-se, portanto, observar a produção dos sentidos nessa estrutura particular de enunciação por meio das marcas da subjetividade que embreiam a linguagem a uma situação discursiva, considerando-se, assim, os índices da flexibilidade enunciativa que implicam à cena de enunciação a presença de um sujeito historicamente situado associado a um *ethos* discursivo particular.

2. OS MODOS DE ENUNCIACÃO

Com base em Maingueneau (2008a), assume-se o modo de enunciação do discurso como um plano por meio do qual se configura um espaço de regularidades enunciativas projetado por um sistema de restrição semântica particular. Pode-se afirmar, apoiado neste autor, que tal plano funciona como mecanismo responsável pela produção de enunciados condicionados por uma maneira de dizer específica que se articula sobre uma vertente tipológica de textos e sobre uma vocalidade textual (oral e escrita) que atesta o caráter e da corporalidade da comunidade de enunciadores filtrada pelo discurso. Assim sendo, o que é permitido dizer em termos enunciativo-discursivos, bem como o modo como se diz é determinado pela mesma semântica que governa todos os planos da discursividade. Em cada prática discursiva, portanto, encontra-se desenhado um modo de enunciação particular que se desdobra em uma cena de comunicação textual atravessada pela impressão vocal do corpo enunciante, ou seja, perpassada por um *ethos* típico da fonte enunciativa. Encontra-se, desta forma, patente à cena enunciação certo grau de determinações físicas e psíquicas (um *ethos* encarnado) impostas pelas coerções da identidade discursiva.

Considerando-se, pois, que o modo de enunciação implica a manifestação da instância subjetiva na superfície discursiva, aprofunda-se nas seguintes subseções o desdobramento deste plano da discursividade como cena de enunciação e *ethos* discursivo.

2.1. A cena enunciação: quadro cênico e cenografia

Diante da imbricação entre um discurso e uma instituição, observa-se que a noção de prática discursiva pode ser visualizada como uma moeda. Ela apresenta duas faces indissociáveis, em que uma é a razão da existência da outra: de um lado, uma superfície textual, e, de outro, uma ordem institucional. Nesse sentido, de acordo com Maingueneau (2008a), descarta-se a ideia segundo a qual haveria um esquema infraestrutural ou de sobreposição, em que a instituição seria tomada como um suporte ou ambiente externo ao discurso. “Na realidade, para a AD, não é possível definir nenhuma exterioridade entre sujeitos e seus discursos” (MAINGUENEAU, 1997, p. 33).

É somente pela consideração desta articulação irreduzível entre elementos textuais e não-textuais das práticas discursivas que se pode vislumbrar adequadamente os desdobramentos da superfície do discurso, ou seja, as regularidades enunciativas que delimitam espaços discursivos. Para delinear o processo de materialização simbólica das

práticas discursivas em que as dimensões do enunciado devem ser consideradas, Maingueneau (1997, 2015) apropria-se da metáfora da cena dramática para descrever a tomada da palavra pelo sujeito partícipe das instituições discursivas. A proposição da enunciação enquanto “processo dramático” favorece a reflexão sobre o cenário de interpelação/incorporação da instância subjetiva pelo discurso, isto é, sobre os “atores” que negociam implicitamente a interpretação dos sentidos: tanto o enunciador/locutor quanto o enunciatário/alocutário se inscrevem no mesmo quadro-processo de interpelação pela ideologia. Atualizado o sentido dramático da cena na reflexão sobre a *práxis* discursiva, verifica-se que a tomada da palavra pelo sujeito desenvolve-se em uma espécie de cenário no interior do qual a fala é processada por meio de coordenadas espaciais e temporais do discurso.

A questão central da relação entre cena de enunciação e discursividade na reflexão de Maingueneau (1997) repousa na circunscrição da ação linguageira em lugares formatados institucionalmente, uma espécie de topografia de lugares sócio-discursivos prévios a tomada de palavra pelo sujeito. Em consequência disso, pode-se dizer que o enunciado constitui-se primordialmente por um princípio institucional. Isto significa que a validade do enunciado não se dá ao acaso e fora de uma rede de sentidos estabilizados socialmente. Sua validade decorre de uma cadeia prévia de sentidos sob a qual a própria instituição de discurso se mantém edificada, o que se alinha à explicação do funcionamento das práticas discursivas, conforme Maingueneau (1997, 2008a). Sob esta égide, a atribuição do sentido a cada enunciado decorre, portanto, da relação indissociável entre instituição e a sua superfície simbólica. Verifica-se, portanto, que os modos de enunciação do discurso se estabelecem em função das coordenadas semânticas dos sítios de identidade discursiva. A semântica global de um discurso em particular estabelece seus lugares da inscrição subjetiva por onde se constata que “o locutor [...] de um gênero de discurso trabalha no interior de um quadro preestabelecido” (MAINGUENEAU, 2008b, p. 51).

Diante da complexidade do processo enunciativo, a noção de “cena” é tomada de empréstimo por Maingueneau (1997, 2008b, 2013, 2015) por representar adequadamente a constituição das práticas linguageiras por sentidos construídos social e historicamente. A cena de enunciação, no panorama da AD, não se configura apenas como um quadro cênico definido pragmaticamente pela interação interpessoal sem implicações de ordem ideológica. Esta noção abarca em seu escopo, para além de uma visada sobre a situação de interação mediatizada pelos gêneros de discurso, o próprio engendramento discursivo. Disso resultaria a compreensão de que o discurso constrói seu próprio espaço de enunciação, afastando a ideia

segundo a qual “o discurso [sobrevinha] no interior de um espaço já construído e independente de [si]” (CHARAUDEAU; MAINGUENEAU, 2012, p. 95). A legitimidade de cada prática discursiva evidencia-se por seu próprio desdobramento como espaço em que a fala é encenada por sujeitos investidos em papéis sociais determinados. Compreende-se, sob esta ótica, que qualquer atividade linguageira decorrente de um regime instituído é projetada pela semântica discursiva particular: “um professor que dá uma aula, um jornalista que redige um *fait divers* [etc.]” (MAINGUENEAU, 2008b, p. 51).

Essa reflexão aponta para o fato de que a cena da enunciação por onde a fala é processada configura-se “como uma dimensão constitutiva do discurso” (MAINGUENEAU, 1997, p. 29). Neste sentido, a tomada da palavra decorrente de certas restrições particulares conforma-se como uma encenação que visa à adesão do sujeito ao universo de sentidos impostos por dado discurso. Logo, a enunciação, pensada como cena dramaturgicamente, é para Maingueneau (1997) manifestação evidente da discursividade.

Compreende-se, nestas condições, que o sujeito, ao transitar por diversas comunidades discursivas é levado a dizer por meio de um quadro enunciativo pressuposto institucionalmente. Neste sentido, a cena de enunciação, ao ser instaurada enquanto processo por meio do qual o sujeito toma a palavra, progride em consonância com rituais sociais da linguagem partilhados pelos interlocutores, como afirma Maingueneau (1997). Ao processar sua fala por meio das cenas de enunciação, o sujeito traz à tona a instituição discursiva por meio da qual os sentidos de sua atividade de linguagem são autorizados. Mais que uma moldura pragmática, a cena de enunciação é o dispositivo que constitui o discurso. Assim, de acordo com Maingueneau (2015), a noção de cena de enunciação faz avançar a reflexão sobre o conjunto de atividades enunciativas institucionalizadas para além de uma abordagem estritamente linguística ou puramente sociológica. Considera-se, nesta perspectiva teórica, a memória discursiva no processo de instituição de qualquer unidade elementar da comunicação verbal, de qualquer gênero de discurso no qual o sujeito discursivo encontra sua razão de ser.

Aceitando-se que a realização de cada cena de enunciação pressupõe a ação de sujeitos submetidos às regras preexistentes de uma instituição de discurso, constata-se a dinamicidade da realidade intersubjetiva no espaço de encenação enunciativa: “o discurso implica um enunciador e um coenunciador, um lugar e um momento da enunciação que valida a própria instância que permite sua existência” (MAINGUENEAU, 2008b, p. 51). Neste sentido, qualquer tomada da palavra decorre de um processamento enunciativo submetido à ordem prévia dos discursos e aos sentidos que estes autorizam. O sujeito emerge na cena de enunciação preso inconscientemente a lugares (posições) determinados discursivamente.

A consideração da cena de enunciação pela AD no conjunto da discursividade traz efeitos objetivos na percepção da superfície textual da *práxis* discursiva. Diante disso, Maingueneau (2008b, 2013, 2015) opera uma tripartição da cena/quadro/processo de enunciação em três circunstâncias de restrição: a cena englobante, a cena genérica e a cenografia.

2.1.1. A cena englobante

A cena englobante é postulada por Maingueneau (2008b; 2013; 2015) como a primeira circunstância discursiva que engendra cada enunciação, cada tomada de palavra pelo sujeito localizado institucionalmente. Esta cena tem a ver expressamente com as determinações do campo de discurso em que o locutor e seu produto simbólico se localizam. Ela envolve, de certo modo, a atividade de linguagem da instância subjetiva em dada identidade discursiva.

De modo geral, se a cena de enunciação é constitutiva do discurso, como afirmam Charaudeau e Maingueneau (2012), a locução de um texto resulta das condições impostas implicitamente pelas redes semânticas das identidades discursivas que se dinamizam na sociedade. Trata-se da “[atribuição] de um estatuto pragmático ao tipo de discurso a que pertence um texto” (CHARAUDEAU; MAINGUENEAU, 2012, p. 96). Efetiva-se, por meio desta cena, a atualização do discurso no contexto de inscrição enunciativa do sujeito mediante o processo de alteridade responsiva. Posto desta forma, a cena englobante é a circunstância discursiva que, segundo este autor, permite ao leitor situar um texto em um campo discursivo para poder interpretá-lo, atribuir-lhe sentidos. Assim, “quando [se recebe] um folheto na rua, [deve-se] determinar a que título ele nos interpela, se ele é resultante do discurso político, publicitário, religioso” (MAINGUENEAU, 2015, p. 118).

Evidencia-se, por meio da cena englobante, a própria competência interdiscursiva dos sujeitos que, dispostos no quadro da enunciação, devem mostrar que se adaptam às normas impostas pelo discurso, sendo capazes inclusive de alterá-las. O sujeito, ao transitar pelas comunidades discursivas, se relaciona com o que Ducrot (1987) define como catálogo de relações inter-humanas da língua. No nível da cena englobante, verifica-se o reconhecimento pelos sujeitos da circunscrição do texto enunciado à dada esfera de atividade social.

A cena englobante de um texto pode não ser fixa. A este respeito, Maingueneau (2015) assevera duas possibilidades constitutivas: (i) a cena englobante de um texto pode variar ao longo do tempo, isto é, um texto apreendido pelos locutores como pertencente a certo universo de sentidos em determinado momento pode ser identificado no futuro como sendo de

outra esfera discursiva; (ii) a cena englobante de um texto pode emergir circunscrita originalmente à duas cenas englobantes de modo simultâneo em função da intersecção de campos discursivos diferenciados.

2.1.2. A cena genérica

A noção de cena genérica se reporta diretamente às estruturas composicionais dos textos mobilizados em cada campo de discurso ou setores de atividade social. Tal noção é resultado da percepção das normas que regem os rituais de interação pela linguagem em dada conjuntura sócio-histórica. Observada desde sua emergência discursiva ao nível da cena englobante, a enunciação de um texto desenvolve-se mediante coerções previstas pelos rituais de interação pela linguagem entre os sujeitos, o que permite estabilizar estruturas de comunicação designadas habitualmente pela etiqueta de gênero de discurso. Valendo-se desta percepção em seu arcabouço teórico-analítico, Maingueneau (1997) afirma que a cena genérica, embora condicionada por um conjunto de características formais, reflete essencialmente a submissão institucional dos textos a um conjunto de coerções comuns. Desta forma, a cena genérica assumida pelo enunciado se efetiva, de acordo com Maingueneau (2010; 2015), em uma situação de comunicação específica que decorre de certo número de parâmetros identificáveis sociologicamente. Assim, Maingueneau (2010; 2013; 2015) associa à configuração da cena genérica os seguintes parâmetros:

- (i) uma ou mais finalidades;
- (ii) papéis ou estatuto para os parceiros;
- (iii) um lugar apropriado para seu sucesso;
- (iv) um modo de inscrição na temporalidade;
- (v) um suporte físico;
- (vi) uma composição ou esquema textual;
- (vii) um uso específico dos recursos linguísticos.

Diante da realidade tangível e imediata de um gênero discursivo decorrente dos parâmetros acima, observa-se que a cena genérica do enunciado se dá como uma circunstância discursiva que confere estabilidade aos rituais de interação pela linguagem que se encontram partilhados pelos interlocutores nas instituições.

Mesmo que Maingueneau (2010; 2012; 2013; 2015) apresente separadamente a cena englobante e a cena genérica, elas definem conjuntamente um único dispositivo de comunicação, isto é, “o espaço estável no interior do qual o enunciado adquire sentido” (MAINGUENEAU, 2013, p. 97). De modo geral, a esta primeira progressão da cena de enunciação por meio seu engendramento discursivo e genérico este autor denomina de *quadro cênico*.

2.1.3. A cenografia

A noção de cenografia só pode ser compreendida mediante sua vinculação a um quadro cênico particular. Alinhada a este espaço estável no interior do qual a enunciação adquire sentido, tal realidade, como indica Maingueneau (2008b, p. 116), “não é imposta pelo tipo ou gênero de discurso”. Ela se dá em função da validação de dado posicionamento no conjunto de uma comunidade de pertencimento como cena de fala da qual o texto pretende originar-se com vistas a provocar a adesão dos leitores ao mundo de sentidos configurado pelo discurso. Por isso, Maingueneau (2012, p. 96) afirma em tom categórico que “a cenografia é [...] ao mesmo tempo, aquilo de onde vem o discurso e aquilo que esse discurso engendra”. Uma cenografia ao ser mobilizada por um texto está longe de ser aceita imediatamente por seus leitores, que não se encontram na posição de simples expectadores, mas de sujeitos que devem ser persuadidos, isto é, incorporados aos posicionamentos de determinada configuração discursiva. Sua especificidade no escopo das análises de discurso permite entendê-la como um processo em que são evidenciados simultaneamente traços da subjetividade e da historicidade na superfície da linguagem, os quais se mantêm articulados por meio de um contínuo tempo-espaço discursivo apreensível no interdiscurso. Conforme postulados de Maingueneau (2008a, 2008b, 2013), tal cena da fala erige-se a partir de uma dêixis vinculada à cadeia de sentidos de um discurso em particular. Posto isto, é possível afirmar, que “os textos [e, portanto, suas cenografias] **aparecem** como produto de um trabalho ideológico” (MAINGUENEAU, 2008, p. 80 – grifo meu).

Em um dispositivo de comunicação onde figuram as três cenas, a cenografia, de modo particular, captura a fala proferida, deslocando o quadro cênico no qual ela se apoia para segundo plano. Decorre desta perspectiva a proposição de Maingueneau (2013, p. 97) segundo a qual “não é diretamente com o quadro cênico que se confronta o leitor, mas com uma cenografia”. A cenografia, desta maneira, recobre todo o espaço estável da enunciação

saltando aos olhos do enunciatário. Nestes termos, é possível afirmar que um texto, para além de suas coerções genéricas, pode atingir um efeito cenográfico, isto é, “uma encenação singular da enunciação” (MAINGUENEAU, 2015, p. 122) requerida para dar legitimidade a certo posicionamento dentro de um campo discursivo.

Em linhas gerais, Maingueneau (2015) afirma ser esta encenação particular resultado de um processo de superposição entre estruturas genéricas. Segundo o autor, trata-se do contraste de uma cena genérica exógena com a cena genérica efetiva de um campo sócio-discursivo distinto. Neste sentido, a cenografia resume o esforço de se enunciar em determinado campo de atividade sócio-discursiva por meio da retratação de um ritual de comunicação importado de outro lugar discursivo para legitimar a autoridade de uma fonte enunciativa.

A percepção deste fenômeno discursivo decorre fundamentalmente dos estudos de Maingueneau (2008b) sobre um *corpus* de textos que revela dois posicionamentos religiosos em conflito no século XVII (jansenismo e humanismo devoto). Na continuidade de seus estudos, o autor constata o mesmo comportamento enunciativo em um texto de François Mitterrand vinculado a um posicionamento socialista. Assim, quanto à percepção da cenografia assumida para validar textualmente o posicionamento do discurso jansenista, Maingueneau (2008b) assevera que

[...] as dez primeiras *Provinciais* de Pascal [constituem-se como] um conjunto de libelos [religiosos que] não se apresentam como tais, mas se apresentam como uma série de “cartas” dirigidas sucessivamente a um amigo da província. Aqui, a cena epistolar não é uma cena genérica, mas uma *cenografia* construída pelo texto, a cena de fala da qual o texto pretende originar-se (MAINGUENEAU, 2008b, p. 117 – grifos do autor).

Em relação à cenografia adotada pelo texto de Mitterrand para legitimar seu posicionamento socialista e alcançar a adesão dos leitores franceses, Maingueneau (2008b) atesta que

[...] O leitor da [Carta a todos os franceses] encontra-se simultaneamente às voltas com estas três cenas, uma vez que é interpelado [...] como cidadão (cena política), como eleitor de eleição presidencial (cena do gênero de discurso) e uma como indivíduo que recebe uma carta (cena reivindicada pelo texto). O quadro cênico do texto [...] é, porém, relegado a um plano secundário em proveito de uma cenografia epistolar que constitui [...] um afastamento em relação às normas então dominantes da comunicação política (MAINGUENEAU, 2008b, p. 125).

A cenografia se manifesta sobre um quadro cênico, tendo em vista a garantia da legitimidade de dado posicionamento ideológico. Por esse motivo, Maingueneau (2008b, 2013) insiste no enlaçamento paradoxal entre a tomada da palavra e o que a cenografia engendra: a enunciação do discurso exige, desde o início, uma situação de fala que se encaixe no universo de sentidos de dado posicionamento, em uma dinâmica de legitimação recíproca. Assim, pode-se dizer que a emergência da palavra no espaço da enunciação discursiva supõe uma cenografia que “legitima um enunciado que, por sua vez, deve legitimá-la, estabelecendo que essa cenografia de onde nasce a fala é precisamente a cenografia exigida para enunciar” (MAINGUENEAU, 2013, p. 98).

Observada essa economia enunciativa por meio da qual o discurso se engendra, “os gêneros de discurso que mais recorrem a cenografias são aqueles que visam a agir sobre o destinatário, a mudar suas convicções” (MAINGUENEAU, 2012, p. 97), ou seja, são aqueles atrelados a discursos em que há uma veemência maior em convencer ao pretender a aceitação de seus conteúdos pelos destinatários. Mediante a própria interpelação da instância subjetiva, o discurso tenta envolver o coenunciador em uma enunciação teatralizada, elaborada a partir da necessidade de incorporação dos enunciatários ao posicionamento ideológico.

Neste sentido, Maingueneau (2008b; 2012), ao observar nesta dimensão enunciativa a possibilidade de gêneros susceptíveis e de gêneros não susceptíveis a uma cenografia, comprova a relação paradoxal entre tal nível da enunciação e a legitimação de dado posicionamento ideológico. Fato que leva o autor a concluir que a cenografia mobilizada pelo texto é precisamente aquela por meio da qual se desvela a dêixis que configura um discurso em particular. Ela provoca efeitos de sentidos que vão além do espaço estável no interior do qual o enunciado ganha sentido. Em muitos casos, a cena de enunciação encontra-se reduzida somente ao espaço do tipo e do gênero do discurso, ou seja, “[textos] cujas cenas enunciativas estão a princípio reduzidas a suas cenas englobante e genérica: [...] os relatórios de peritos, as receitas médicas etc., conformam-se as rotinas de sua cena genérica” (MAINGUENEAU, 2008b, p. 118).

Diante do exposto, observa-se que a noção de cenografia reflete uma nova percepção da discursividade. A cenografia de um enunciado cimenta sua legitimidade originalmente em uma dêixis ideológico-discursiva que lhe confere o sentido apropriado. Dito de outro modo, a dêixis discursiva manifesta-se por meio de coordenadas locucionais, temporais e espaciais que marcam a superfície textual da representação cenográfica da fala. Nestes termos, trata-se da “dêixis do universo de sentidos que uma formação discursiva constrói através de sua enunciação” (MAINGUENEAU, 1997, p. 41). Dito isto, pode-se considerar mais claramente

o engendramento da cenografia pelo posicionamento do enunciador para alcançar a adesão de seu enunciatário. Processo este “[que] supõem igualmente uma cronografia (um momento) e uma topografia (um lugar), das quais [se pretende encenar a aparição do discurso]” (MAINGUENEAU, 2008b, p. 117).

Para vislumbrar adequadamente a importância deste nível da enunciação do discurso no quadro da AD, recorda-se que no nível estritamente linguístico, por exemplo, a pragmática argumenta que os marcadores discursivos eram uma realidade textual não muito bem definida pelas categorias da gramática tradicional por não se compreender exatamente seu funcionamento pragma-gramatical. Nesta perspectiva de mudança de paradigma sofrida pelas ciências humanas e sociais, a cenografia representa para a AD um salto teórico qualitativo, pois torna evidente a percepção de uma realidade constitutiva da discursividade não considerada pelos primeiros estudos da enunciação discursiva.

Mobilizados pela AD, o conceito de cena de enunciação “permite [portanto] evitar categorias como ‘contexto’ ou ‘situação de comunicação’, que deslizam facilmente para uma concepção [puramente] sociológica da enunciação” (MAINGUENEAU, 2012, p. 97). Mais do que isso, a própria cenografia por meio da dêixis discursiva que a engendra pode ser tomada como mecanismo por meio do qual o *ethos* da fonte enunciativa se manifesta mais evidentemente.

2.2. As bases teóricas da noção de *ethos*: entre a retórica clássica e a AD francesa

Disputada por inúmeras correntes teóricas no seio da Linguística contemporânea, a noção de *ethos* vem sendo problematizada desde a cultura grega antiga. A marca essencial desta noção que atravessa os estudos da linguagem, antigos e atuais, reside no fato de que o ato enunciativo se efetiva vinculado a uma representação dinâmica da imagem sociodiscursiva do sujeito, como aponta Maingueneau (2011). Ou seja, o ato enunciativo – oral ou escrito – carrega vestígios que caracterizam o corpo de determinada instância subjetiva. Observa-se, portanto, a partir de trabalhos de pesquisadores como Maingueneau (2011), Discini (2011), Fiorin (2011), entre outros, que o traço comum a todas as investidas sobre este dado teórico é sua reflexividade enunciativa, percebida de modo restrito na *Retórica* aristotélica, mas de modo amplo pelas análises enunciativo-discursivas. A retomada de tal noção na cena dos estudos linguísticos contemporâneos objetiva a verificação de seu funcionamento no âmbito dos processos enunciativos e discursivos mediante as mais diversas situações

comunicacionais para além daquelas que eram preconizadas pela retórica antiga. Cabe à AD a tarefa de, “em vez de reservar a [noção de *ethos*] para a oralidade, solene ou não, alargar seu alcance, abarcando todo tipo de texto” (MAINGUENEAU, 2011, p. 17).

Embora o conceito se apresente vivo e operativo, dificuldades em torno da compreensão das propriedades enunciativo-discursivas que o constituem emergem a partir das novas investidas analíticas. Captar o *ethos* patente à enunciação é uma empreitada que demanda visões metodológicas particulares a depender da perspectiva teórica, seja ela retórica, conversacional ou discursiva. Neste sentido, Maingueneau (2011) destaca categoricamente duas realidades interpostas em torno da estabilização da noção de *ethos* em qualquer quadro conceitual: o fato de ela ser intuitiva e o fato de não ser muito clara. Isto se dá, entre outros fatores, devido aos graus de variabilidade das propriedades que são atribuídas à natureza do *ethos*, bem como pela gama de traços verbais e não verbais que interagem de modo complexo em sua configuração. Verifica-se a interação de ordens muito diversas de fenômenos “que vão desde a escolha do registro da língua e das palavras até o planejamento textual, passando pelo ritmo e modulação” (MAINGUENEAU, 2011, p. 16).

De acordo com Maingueneau (2008b), perante as dificuldades de definição teórica das propriedades do *ethos* se conclui a impossibilidade de se estabilizar definitivamente a noção. Mesmo assim, sua relevância para os estudos do discurso se impõe em consequência da estrutura das práticas discursivas atuais que demandam novos dispositivos comunicacionais, estabelecidos em função de restrições semânticas, históricas e sociais. Realidade esta diferente do mundo da retórica antiga em que a noção de *ethos* fora concebida restrita à cena enunciativa da oratória.

Galinari (2012), ao propor um *tour* teórico sobre a noção de *ethos*, se depara, assim como Maingueneau, com uma variada rede de significações forjada a partir do interesse de disciplinas teóricas e práticas que apreendem a noção de *ethos* sob diferenciados enfoques. Mediante distintas perspectivas disciplinares, saltam à vista certas dificuldades relacionadas à percepção das propriedades ou variáveis comumente associadas à natureza do *ethos*. Ou seja, surgem questões a respeito da pertinência de determinadas características do *ethos* observáveis a partir do tipo de dado coletado para análise. Deste modo, antes de fixar tal noção na rede teórica da AD, Maingueneau (2008b; 2011) discorre sobre as dificuldades relacionadas às percepções destas propriedades que incidem diretamente nas elaborações teórico-metodológicas da disciplina. Dentre algumas delas, são evidentes:

- (i) a distinção dos limites entre *ethos* prévio e *ethos* presente, que designa as circunstâncias nas quais o público constrói as representações do locutor: antes da ou concomitante com a recepção enunciativa (GALINARI, 2012; MAINGUENEAU, 2011);
- (ii) a distinção entre *ethos* visado e *ethos* produzido, que se estabelece conforme as expectativas dos participantes da enunciação: os efeitos de caráter pretendidos pelo enunciador(es) podem ser percebidos de outro modo pelo coenunciador(es) (MAINGUENEAU, 2008b, 2011);
- (iii) a distinção entre *ethos* mais ou menos concreto e *ethos* mais ou mesmo abstrato, que ocorre em função de sua apreensão enquanto dimensão enunciativa puramente visual (“retrato”), musical (“tom”), psicológica (“caráter”) etc. (MAINGUENEAU, 2008b, 2011);
- (iv) a distinção entre *ethos* singular e *ethos* coletivo, que se dá pela atribuição de um estatuto individual ou jurídico à fonte do acontecimento enunciativo (MAINGUENEAU, 2008b).

Por haver uma grande quantidade de desdobramentos em torno da natureza multifacetada do *ethos*, Maingueneau (2008b) advoga que esta noção sociodiscursiva deve ser compreendida pelas zonas de saber como núcleo gerador de uma multiplicidade de desenvolvimentos possíveis. Logo, no campo disciplinar da AD, a assunção deste construto teórico ganha operacionalidade ao ser relacionada a uma problemática discursiva precisa e mediante a especificidade de um *corpus*, haja vista que o enfoque sobre os aspectos a serem observados é sempre uma decisão teórica tensionada entre o material linguístico e o ambiente interdiscursivo (MAINGUENEAU, 2011).

Outra reflexão que deve vir à baila para a compreensão do *ethos* no interior da rede teórica da AD é sua apreensão a partir das restrições que as zonas de identidade discursiva sofrem em seus processos de configuração mediante as forças interdiscursivas (leia-se aí forças do universo discursivo). Isso aponta para o fato de que, assim como as outras dimensões que integram a discursividade já evidenciadas pelos analistas do discurso, o *ethos* seja afetado pelas coerções de uma semântica global. Diante desta realidade, é possível considerar que o atravessamento da função enunciativa pelo *ethos* seja impresso não apenas por uma condição técnica, visando à eficácia da argumentação discursiva, mas também pelas condições de existência da própria identidade discursiva. O *ethos* discursivo se desvela, desta forma, a partir de um processo complexo que imbrica diversas manifestações simbólicas,

“integrado ele mesmo numa conjuntura sócio-histórica”, como propõe Maingueneau (2011, p. 16).

A partir dos pressupostos da AD, entende-se o *ethos* como uma realidade estritamente vinculada à semântica global de qualquer prática discursiva. A definição de sua especificidade se dá, portanto, em função da legitimação de posicionamentos ligados às circunstâncias sócio-históricas de produção do discurso (GALINARI, 2012). Coagido por uma semântica discursiva, o *ethos* se revela lateralmente no esboço dos modos de enunciação, conforme indica Maingueneau (2008b):

A eficácia do *ethos* tem a ver com o fato de que ele envolve de alguma forma a enunciação, sem estar explicitados no enunciado. [Ele] se mostra no ato da enunciação, ele não é dito no enunciado. Ele permanece, por natureza, no segundo plano da enunciação: ele deve ser percebido, mas nunca objeto do discurso (MAINGUENEAU, 2008b, p. 59).

A novidade em Maingueneau, portanto, é a percepção do *ethos* como “elemento” associado à engrenagem discursiva, totalmente sujeito às restrições semânticas que configuram as estruturas de manifestação do posicionamento ideológico. Para este autor, o *ethos* como plano integrado à totalidade coerente do discurso não assume nenhum tipo de primazia. Ele age lateralmente como “uma dimensão irreduzível da ‘significância generalizada’” (MAINGUENEAU, 2008a, p. 91). No movimento de formação do discurso, o *ethos* da fonte enunciativa resulta da interpelação ideológica que configura um modo de dizer personalizado (FERREIRA, 2011).

Observada a relação indissociável entre *ethos* e enunciação, visível em diversas abordagens teóricas, assim como as dificuldades relacionadas à estabilização de suas propriedades, cabe verificar as fronteiras em relação à retórica antiga e à AD. A seguir serão apresentadas as especificidades da noção em cada uma destas duas bacias teóricas e a pertinência de seu estudo na rede teórica da AD.

É interessante ressaltar que este estudo sobre a configuração do mundo ético constituído pela propaganda institucional do governo do estado do Pará, inscrito numa ordem linguístico-discursiva, pretende, portanto, observar o comportamento de uma fresta de luz em um ambiente escuro. Fresta que aponta para uma realidade que não pode ser captada em sua totalidade, dada sua amplitude, heterogeneidade e variabilidade. Entretanto, almeja-se, por meio desta pesquisa, observar indícios que apontam para complexidade inapreensível da realidade discursiva pela qual se desenvolve a ação simbólica do governo de estado ao interpelar os cidadãos.

2.2.1. A percepção retórica da noção de *ethos*

É inegável para AD a contribuição das reflexões embrionárias sobre *ethos* que foram feitas por estudiosos da Grécia antiga, tais como Aristóteles, Sócrates, Cícero, Quintiliano, entre outros. Há, sem dúvida, muita originalidade na percepção desses antigos gregos sobre a argumentação retórica. Originalidade que legou ideias-força aos estudos enunciativo-discursivos contemporâneos, de acordo com Maingueneau (2008b). Na mesma direção, Galinari (2012, p. 53) afirma que “diversos pesquisadores têm procurado [...] (re)introduzir o conceito de *ethos* no âmbito da Análise Argumentativa do Discurso, num retornar constante às origens antigas”. Portanto, vê-se a necessidade de compreender as atuais percepções da especificidade do *ethos* em AD a partir de sua concepção pela retórica antiga, tributando a esta o crédito devido.

No “chão” conceitual da retórica antiga, o *ethos* não possuía uma única acepção. Seu valor era resultado de investimentos variados. Em retórica, em moral, em política, em música, as fronteiras de tal noção não englobavam as mesmas extensões. Entretanto, o centro irradiador das investidas sobre o *ethos* retórico conformava-se com a atribuição de certas características de ordem psicológica e sociológica à figura do orador, enquanto fonte do acontecimento enunciativo (DECLERCQ apud MAINGUENEAU, 2008b, p. 57). Neste contexto, o *ethos* era entendido como emissão da imagem positiva do orador elaborada por meio de traços linguísticos e paralinguísticos. Assim, a emergência da imagem da fonte enunciativa pela palavra proferida se efetivava como uma garantia simbólica para persuasão imediata do auditório (GALINARI, 2012).

Sob os parâmetros conceituais de sua época, Aristóteles desenvolve sua noção de *ethos* registrada em suas obras *Retórica*, *Política* e *Ética a Nicômano*. Para este autor grego, de modo particular, o *ethos* está associado a um modo de dizer condicionado explicitamente por uma *tecnè* argumentativa cuja finalidade é a persuasão por meio de *ethé* aceitos como constitutivos do caráter do orador (MAINGUENEAU, 2008b). Nessa visão, destaca-se a vinculação do *ethos* apenas ao resultado da enunciação retórica, não considerando, de modo algum, aspectos prévios da configuração do *ethos*, apoiados em estereótipos sociais (GALINARI, 2012).

A característica fundamental da visão aristotélica é a restrição do conceito a uma cena enunciativa particular: a cena oratória, “a oralidade em situação de fala pública” (MAINGUENEAU, 2011, p. 17), visão que se apoia explicitamente em um *ethos* engendrado

na e pela enunciação “no presente de sua ocorrência” (GALINARI, 2012, p. 57). Esta concepção é categorizada pela base linguística atual ou como “*ethos* discursivo” ou como “*ethos* presente”, nas recentes classificações. A perspectiva de Aristóteles interessava-se, portanto, pelo *ethos* em uma única cena enunciativa em função do tratamento técnico que se voltava à arte do convencimento e da persuasão.

Constata-se que, no ângulo restrito da cena oratória, a funcionalidade do *ethos*, enquanto *techné*, repousa na escolha de recursos de ordem verbal e não verbal para causar uma boa impressão capaz de convencer dado agrupamento de indivíduos. No quadro geral da persuasão retórica, a construção da imagem do orador que se apresentava a dado auditório só era efetivada por meio da associação do *ethos* a outros dois elementos constitutivos desta cena comunicativa: o *logos* (argumentação) e o *pathos* (paixões). Essa percepção da emergência articulada do *ethos* retórico é atestada por Auchlin (2001, p. 92 apud MAINGUENEAU, 2008b, p. 57) nos seguintes termos:

[...] o *ethos* se constrói na base de dois mecanismos de tratamento distintos, um que repousa na decodificação linguística e no tratamento diferencial dos enunciados, o outro, no reagrupamento de fatos em sintomas [...] que mobiliza recursos cognitivos na ordem da empatia (AUCHLIN, 2001, p. 92 apud MAINGUENEAU, 2008b, p. 57).

Esquemáticamente, pode-se afirmar que a configuração da imagem de si pela palavra proferida era sustentada pela tríade *ethos*, *logos* e *pathos*. No esquema retórico, o primeiro elemento poderia ser aceito, de acordo com Aristóteles (1998 apud GALINARI, 2012), como a prova mais importante da persuasão. Sob esta tutela, a apresentação do orador ao seu auditório poderia dispensar raciocínios argumentativos mais elaborados em função de um *ethos* eficiente que fosse edificado sob qualidades fundamentais para persuadir, produzindo uma imagem positiva de si mesmo: a *phrónesis* (prudência), *areté* (virtude) e a *eúnoia* (benevolência) (GALINARI, 2012; MAINGUENEAU, 2008b). Entretanto, é importante salientar que a representação *ética* do orador não seria possível se não fosse engendrada simultaneamente pelo *logos* e se não estivesse relacionada às expectativas emocionais da própria audiência. Vinculado ao presente da enunciação e à sugestão de certa identidade, o *ethos* retórico, nos moldes de Aristóteles, visava essencialmente à impressão de um efeito de confiabilidade. Ou seja, a conjugação das qualidades que o orador deveria apresentar ao proferir a palavra se constituiria como um andaime para o acesso a “uma figuração subjetiva dotada de estatutos intelectuais e morais [dignos de fé]” (GALINARI, 2012, p. 53).

Diante da exposição das condições persuasivas necessárias à eficácia da cena oratória, observa-se que por meio da elaboração desta cena já se atribuía valor à noção da instância enunciativa, mesmo que diferente dos termos da AD. Assim, no esquema retórico antigo, tal instância, de modo evidente, já se apresentava como imbricação irredutível entre o sujeito enunciador e o sujeito enunciatário, que se tornam presentes na linguagem. Nas palavras de Discini (2011, p. 33), “para a imagem do enunciador [tem-se] o *ethos*; para a imagem do leitor, o *pathos*”. Como se pode observar, a retórica antiga, de modo embrionário, delineava certas dimensões da subjetividade enunciativa, através do engendramento da *persona* na palavra.

Ao ser apreendido pelos gregos antigos como elemento de uma engrenagem comunicativo-argumentativa, o *ethos*, juntamente com o *logos* e o *pathos*, deveria gerar determinadas modalidades de adesão à palavra dos oradores: “adesão a teses (‘fazer-criar’), a ações ou comportamentos (‘fazer-fazer’) e a emoções (‘fazer sentir’)” (GALINARI, 2012, p. 52). A adesão, objetivo geral da ação retórica, resultaria de um processo interativo de influência sobre o outro, fundamentalmente ligado à conjuntura sócio-histórica. Neste sentido, essas modalidades de adesão poderiam ser consideradas como alinhadas aos processos mais amplos da legitimação e da eficácia das práticas discursivas no tecido social, mesmo que, à época de Aristóteles, não fossem associadas diretamente a um espaço de regularidades enunciativas como é postulada atualmente a noção de discurso.

De modo geral, verifica-se que a percepção teórico-retórica do *ethos* é restritiva a uma situação de comunicação específica, não sendo desenvolvida em outras modalidades situacionais de comunicação além daquela que pressupõe a apresentação imediata de si perante um auditório na tentativa de persuadi-lo. O *ethos* da retórica é circunscrito à oralidade com intuito de convencer uma plateia que partilha os mesmos valores. Pode-se dizer que o *ethos* proposto na *Retórica* se vincula a um dispositivo comunicacional específico em função das condições midiológicas da Grécia antiga, haja vista que o modo de manifestação material dos discursos nesta época não era o mesmo que o da contemporaneidade. Posto isto, pode-se afirmar com Maingueneau (2008b, p. 63) que “não vivemos no mundo da retórica antiga, e a fala não é mais governada pelos mesmos dispositivos”. A noção do *ethos* retórico, portanto, constituía-se como uma tradução da reflexividade enunciativa manifesta em determinada sociedade, a qual se apoiava em *mediuns* e gêneros textuais quantitativa e qualitativamente diferenciados dos que são desenvolvidos nas práticas discursivas que circulam na sociedade atual.

2.2.2. A percepção discursiva da noção de *ethos*

Para falar sobre *ethos* discursivo, não se pode deixar de evocar a figura de Maingueneau. Em sua visão, o *ethos* é um elemento constitutivo da totalidade coerente do discurso. Sua proposição acerca desse conceito vai além da *techné* aristotélica e dos estudos sobre a estrutura linguística voltada à persuasão. O *ethos*, em sua base teórica, é relativo à semântica generalizada do discurso, e não apenas restrita à ação oratória de um locutor enquanto ser do mundo, categorizado por Ducrot (1987) como “locutor λ ”. Levando a novos limites essa noção, pode-se dizer que o *ethos* é evidenciado como uma vocalidade discursiva identitária que se impõe a enunciadores e coenunciadores na interação a partir da assunção de uma competência discursiva dada, que não é inata, mas social e cultural.

A reformulação conceitual de *ethos* por Maingueneau (2008a, 2008b, 2011, 2013, 2014), integrada à noção de prática discursiva e posicionamento ideológico, se ancora evidentemente no núcleo gerador de onde emanam princípios mínimos, aceitos pelas abordagens clássicas e pelas atuais: (i) o *ethos* é construído discursivamente, na e pela enunciação; (ii) o *ethos* visa à influência sobre o outro por meio da interação; e (iii) o *ethos* é resultado de um comportamento socialmente avaliado por meio de determinações sócio-históricas.

Assim, para compreender adequadamente a percepção do *ethos* em AD, é indispensável observar sua especificidade no quadro geral de uma semântica global que circunscreve o funcionamento do discurso.

Na abordagem teórica da AD, o *ethos* se inscreve precisamente na formatação do plano que Maingueneau (2008a) denomina de “modo de enunciação”. É importante evidenciar que a emergência deste plano discursivo não ocorre de forma isolada em decorrência de um processo de sucessão, mas integrado aos demais planos pelas mesmas restrições semânticas (MAINGUENEAU, 2008a). Isto significa que não há uma relação de superioridade hierárquica ou de antecedência na ordem dos planos de um dado discurso. Neste sentido, o *ethos*, patente à maneira específica de dizer do discurso, atravessa de modo imediato e dinâmico todos os planos discursivos.

Diante do exposto, a noção de *ethos* assume, no projeto de uma semântica global, o sentido de vocalidade específica de um corpo enunciativo, isto é, de um conjunto de traços sociais (corporalidade) e psicológicos (caráter) patentes ao modo de enunciar de uma comunidade discursiva (MAINGUENEAU, 2014). Explicitado dessa forma, tal vocalidade

discursiva se desvela como fenômeno a partir do qual se pode “refletir sobre o processo mais geral de adesão dos sujeitos a determinado posicionamento” (MAINGUENEAU, 2008b, p. 64). Estabelece-se, assim, uma disciplina tácita (social e psíquica) do corpo enunciativo alinhada aos processos globais de legitimação da identidade do discurso, legando autoridade ao que é dito. Tal realidade conduz Maingueneau (2014, p. 32) à seguinte afirmação:

[o] poder de persuasão de um discurso se deve, em grande parte, pelo fato de que ele leva o destinatário a se identificar com o movimento de um corpo, altamente esquemático, investido de valores historicamente especificados. As “ideias” suscitam a adesão do leitor através de uma *maneira de dizer* que é também uma *maneira de ser* (MAINGUENEAU, 2014, p. 32, grifos do autor)⁵.

Esta perspectiva oferece condições para sustentar a ideia de que os sujeitos do discurso, enunciador e coenunciador, para participar de determinados universos de sentido, devem aceder a uma “‘maneira de ser’ por meio de uma ‘maneira de dizer’” (MAINGUENEAU, 2008a, p. 94). Este processo de adesão ao universo de sentidos criado no e pelo discurso é sustentado pela elaboração de um *ethos* convincente, que seria uma construção esquemática da imagem do enunciador sob determinações verbais, físico-sociais e psíquicas. O produto da enunciação discursiva – oral ou escrito – encarna as propriedades *éthicas* que seu corpo enunciativo sustenta (MAINGUENEAU, 2013). Assim sendo, ao ser abstraído como “vocalidade específica que permite [a caracterização] do corpo do enunciador” (MAINGUENEAU, 2008b, p. 64), o *ethos* discursivo indica a articulação harmônica das determinações verbais, físico-sociais e psíquicas por meio das quais se demonstra uma disciplina tácita do corpo.

A percepção do *ethos* no funcionamento discursivo se apoia no fato de que a linguagem é uma técnica do corpo (BOURDIEU, 1997 apud MAINGUENEAU, 2008a), refletindo ela mesma certa corporalidade e caráter do ser que a utiliza: a disciplina da língua seria a própria disciplina do corpo. A enunciação, deste modo, refletiria a própria dinâmica de um corpo imerso nas mais variadas condutas sociais e disposições psicológicas. No contexto da expressão textual das práticas discursivas, essa corporalidade e esse caráter (isto é, a disciplina do corpo enunciativo) se encontram projetados em conformidade com as regras semânticas do discurso. A linguagem, enquanto técnica do corpo, reflete modos de se comportar no espaço social, de habitar o mundo.

⁵ Minha tradução para “Le pouvoir de persuasion d’un discours tient pour une bonne part au fait qu’il amène le destinataire à s’identifier au mouvement d’un corps, fût-il très schématique, investi de valeurs historiquement spécifiées. Les ‘idées’ suscitent l’adhésion du lecteur à travers une *manière de dire* qui est aussi une *manière d’être*”.

Nota-se que o laço entre uma *maneira de dizer* e uma *maneira de ser* impõe a vocalidade ideal do discurso, garantia da presença de um corpo historicamente situado (MAINGUENEAU, 2008a). Essa reflexividade entre linguagem e corpo, regulada por uma semântica particular, edifica um universo de sentido, um mundo ético ocupado por determinada classe de enunciadores. Desta forma, assume-se o *ethos* como a imagem de um corpo enunciativo, expressa textualmente a partir de atributos físicos e psíquicos em função da legitimação do discurso. Como resultado dessa lógica, no mundo de sentidos projetado pelo *ethos* discursivo, a fonte do acontecimento enunciativo é diretamente associada à figura de um fiador que emerge como corpo que suporta a enunciação. O fiador, garantia simbólica do dito, funciona como chave de acesso ao mundo ético que ele mesmo representa por meio de um duplo processo de incorporação da instância subjetiva (sujeito enunciador e sujeito enunciatário) na mesma conjuntura ideológica, como atesta Maingueneau (2008a, 2008b, 2011, 2013, 2014): (i) o discurso faz o enunciador encarna-se textualmente, produzindo a imagem do fiador; (ii) o enunciatário, baseado em representações estereotípicas, identifica tal imagem e incorpora uma forma específica de se inscrever no mundo. A incorporação é, portanto, um processo de assimilação, de adesão ao *ethos* discursivo pelos sujeitos, estejam eles na posição de enunciadores ou de enunciatários. Tal dinâmica é confirmada pelos testes de Maingueneau (2008a, p. 90) em um *corpus* religioso do século XVII, que aponta para “[a integração do] enunciador e destinatário numa mesma Ordem de sociabilidade ideal, pela sua própria enunciação”.

A discursividade, nesta perspectiva, ao desenvolver-se como prática social, traça desde sua gênese o esquema da adesão dos sujeitos ao corpo dos adeptos dos discursos. Isto significa que pela coerência semântica de cada discurso se define o percurso de constituição dos mundos éticos que engendram caráter e corporalidade à palavra de um fiador (MAINGUENEAU, 2008a, 2008b). Nesta perspectiva, o mundo ético pode ser entendido como um espaço imaginário configurado por certo número de situações comportamentais estereotípicas restringidas por certa conjuntura ideológica. Para ilustrar de modo adequado sua perspectiva, Maingueneau (2008b; 2011) sumariza algumas situações de comportamentos sociais que remetem ao *ethos* discursivo que de modo ideal sustenta a enunciação de determinado fiador: o mundo ético dos executivos dinâmicos, o dos ricos emergentes, o das estrelas de cinema etc.

Ethos, vocalidade e mundo ético estabelecem simetricamente o modo de proferir a palavra de dada comunidade de enunciadores. Em outros termos, o discurso, em seu esquema semântico, condiciona uma vocalidade que encarna os atributos de um corpo enunciativo.

Nota-se, assim, que esta vocalidade pode ser traduzida efetivamente (a partir dos indícios verbais e não verbais) como *ethos* da totalidade do discurso e não de um indivíduo empírico, um ser extradiscursivo. O estatuto do *ethos* em AD, portanto, é uma espécie de reflexo da personalidade vocal de um corpo materializado sociodiscursivamente e de seus modos de vida.

As investigações em torno da dinâmica do *ethos* discursivo são atualmente sistematizadas a partir de diversas possibilidades teórico-analíticas, oferecendo certa amplitude à noção, ao contrário da retórica clássica. Esse processo de sistematização decorre da apreensão de variados fatores que confluem para a configuração do *ethos* discursivo. A esse respeito, Maingueneau (2011) declara que o *ethos* efetivo do discurso é a soma de diversas instâncias, ou seja, *ethé* de naturezas diferenciadas, que revelam a vocalidade identitária do corpo da fonte enunciativa. Assim, mediante a observação da complexidade dinâmica do *ethos*, diversas etiquetas são utilizadas para dimensionar teoricamente estas instâncias ou fatores que compõem a realidade da noção. A partir da percepção geral da AD, Galinari (2012) propõe uma redefinição do esquema terminológico para designar tais instâncias, no intuito de diminuir o grau de imprecisão a que determinadas etiquetas dos *ethé* remetem. Assim, este autor sugere a seguinte classificação, por compreender que todas as modalidades do *ethos* são naturalmente discursivas: “*ethos* prévio/interdiscursivo/pré-corpus” para substituir a expressão usual “*ethos* pré-discursivo” e “*ethos* presente”⁶ para o que se convencionou “*ethos* discursivo”. De um modo geral, a designação *ethos* efetivo permaneceria como percepção da dinâmica geral de funcionamento do *ethos* discursivo por meio da junção destes dois *ethé*.

O *ethos* prévio não encontrava expressão na retórica aristotélica. Embora, Isócrates (apud GALINARI, 2012) já o indicasse sob a tutela de uma reputação prévia ou um saber sobre a pessoa do orador, a AD aprimora a noção, vinculando-a à ação do interdiscurso (GALINARI, 2012). Defendendo a utilidade operacional deste ângulo de análise do *ethos* discursivo, este autor associa essa especificidade do conceito às informações preliminares atribuídas à fonte da enunciação discursiva. Deste modo, observa-se, por meio de tal ângulo a circunscrição do *ethos* prévio.

[...] à esfera dos dados situacionais, históricos e psicológicos que dizem respeito à instância de produção do discurso, reconstituíveis pelo acesso do pesquisador a um interdiscurso particular. Daí a pertinência de se falar, alternativamente, num “*ethos* interdiscursivo” (GALINARI, 2012, p. 55).

⁶ Ao mencionar essas facetas do *ethos*, Fossey (2011), de modo alternativo, também se utiliza das expressões “*ethos* prévio” para “*ethos* pré-discursivo”, bem como “*ethos* produzido” para “*ethos* discursivo”.

Diante das evidências de um *ethos* forjado ao redor da enunciação propriamente dita, isto é, forjado a partir “das variáveis simbólicas relativas ao universo sócio-histórico e situacional do discurso” (GALINARI, 2012, p. 56), a AD não poderia deixar de considerar uma análise sob este ângulo com a finalidade de elucidar certos efeitos de sentidos. Assim, esta projeção prévia do *ethos* funcionaria a partir de valores e saberes sob os quais o enunciatário se apoiaria para avaliar uma eventual ação linguístico-discursiva.

A enunciação discursiva pode, a depender do gênero discursivo e do nível situacional da interação, confirmar ou infirmar certas representações imaginárias do *ethos* do enunciador antes mesmo que ele produza determinado texto (MAINGUENEAU, 2008b). Nota-se, deste modo, uma relação de interdependência entre *ethos* prévio e *ethos* presente no processo de representação da figura do enunciador, pois “de nada adiantariam, as belas e as boas imagens prévias acerca do [enunciador] caso este não consiga atualizá-las no momento [em que verbalize um texto]” (GALINARI, 2012, p. 57). Nesta perspectiva, o *ethos* presente está diretamente vinculado ao resultado da enunciação discursiva, podendo, a partir dos saberes e das circunstâncias na qual a fonte da enunciação se manifesta, já ter sido associado a uma imagem prévia pelo destinatário.

Essa faceta do *ethos* é enunciativamente projetada por meio de dois regimes linguísticos específicos: o *mostrado* (algo da ordem do constitutivo, uma espécie de aparência conferida à maneira do falar) e o *dito* (algo da ordem das autodesignações explicitadas sobre o próprio modo de enunciação). De modo objetivo, essa modalidade de projeção da vocalidade do discurso é definida por Galinari (2012), a partir do aporte teórico da AD, da seguinte maneira:

[...] o *ethos* presente é aquele que insurge de um [material linguístico-discursivo] bem específico e bem delimitado pelo pesquisador-analista, dadas as suas dimensões morfossintática, estilística e demonstrativa. Em outros termos, trata-se das imagens de si presentes num dado *corpus*, recortado e estudado pelo analista, e relativo a um instante enunciativo particular (GALINARI, 2012, p. 57).

Diante dos meios pelos quais o *ethos* efetivo do discurso se manifesta, entende-se que o processo geral de incorporação dos sujeitos a determinado posicionamento pode ser explicado pela “inter-relação *ethica* entre informações prévias (ou interdiscursivas) e informações presentes (ligadas ao *corpus* estudado)” (GALINARI, 2012, p. 58).

Concordando com a proposição deste autor, segundo a qual o *ethos* presente está diretamente vinculado a determinado material linguístico-discursivo, vários indícios textuais

postos em cena pela enunciação podem ser pontuados como dispositivos que permitem acessar o *ethos* que emana de um dado mundo de sentidos. Segundo Maingueneau (2005, p. 80), “existe de fato grande diversidade de meios para evocar [...] para sugerir o *ethos* do enunciador”. Fato este que corrobora, inclusive, a possibilidade de acessar tal realidade por meio de outros códigos semióticos para além do oral e do escrito. Deste modo, podem ser tomados como índices textuais para a captação do *ethos* os seguintes exemplos:

- a) procedimentos e modalidades sintáticas;
- b) os processos de formação de palavras e o repertório lexical;
- c) a composição fonético-fonológica das línguas e o os marcadores prosódicos;
- d) os raciocínios ou o modo lógico de organização do discurso;
- e) a estrutura dos gêneros do discurso;
- f) as representações, imagens ou visões de mundo criadas pelo discurso.

A AD engloba, como se pode constatar, diversas possibilidades de captação do *ethos* efetivo. Logo, salta à vista um intrincado sistema articulado sobre dados verbais e não verbais, dados prévios ou produzidos no instante da enunciação, por meio dos quais a imagem do corpo enunciativo se revela em conformidade com determinado posicionamento. Constitui-se, assim, uma identidade discursiva encarnada por meio do ato enunciativo sob a tutela de diversas semioses.

Mesmo diante da instabilidade deste fenômeno linguístico-discursivo, percebida em função das dificuldades relacionadas à extensão de suas propriedades, sua retomada e permanência na cena dos estudos discursivos, como ferramenta de trabalho, se justifica em decorrência da comprovação da semântica global das práticas discursivas. Fato que dá margem para validar a afirmação segundo a qual a constituição dos sentidos se impõe tanto pela cena de enunciação, da qual o *ethos* participa, como pelo conteúdo nela desdobrado (MAINGUENEAU, 2011).

3. A RELAÇÃO ENTRE A PRÁTICA POLÍTICA E A PROPAGANDA NA CONSTITUIÇÃO DE ANÚNCIOS NA ESFERA DA ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA

Para iniciar esta reflexão, parte-se da célebre fórmula que há certo tempo vem circulando entre os trabalhos de AD: “não há discurso sem sujeito. E não há sujeito sem ideologia” (ORLANDI, 2012, p. 47). Ao se considerar o *corpus* desta pesquisa diante de tal máxima, entende-se que o processo de subjetivação enunciativa da propaganda do governo do estado do Pará envolve, notadamente, duas competências discursivas: a da política institucional e a da propaganda. Neste ponto de interconexão discursiva, emerge a posição de um sujeito da enunciação que interpela seus enunciatários como cidadãos e espectadores. O sujeito da prática de propaganda oficial do governo do Pará, deste modo, assume uma atitude linguageira singular cindida entre as técnicas de persuasão de massa e dos processos de informação cidadã.

Posto isto, faz-se necessário investir no reconhecimento do espaço de discurso por meio do qual este sujeito se constitui e se dispersa na superfície textual a qual, na reflexão de Orlandi (2012), é condicionada historicamente. Ele virá a ser aquilo que as condições semânticas permitirem que ele seja discursivamente. Assim sendo, pode-se retomar o que Maingueneau (2010) discute sobre a diversidade de práticas discursivas de nossa sociedade: é preciso observar seu modo de pertencimento ao universo social e a partir daí vislumbrar explicações acerca do sujeito que vem à tona por meio da linguagem implicada ideologicamente. O modo de pertencimento social de uma prática discursiva ajuda a entender a natureza do sujeito que surge na encruzilhada entre política e propaganda no estágio de desenvolvimento das práticas discursivas que dinamizam atualmente a sociedade.

Sondar a discursividade a partir de caracterizações decorrentes das finalidades dos campos de atividade social favorece rotulações que indicam zonas de regularidades enunciativas específicas por meio das quais o sujeito é interpelado e assume posicionamento. Assim, nas redes difusas desses setores surgem zonas discursivas identificadas por atividades com mesma função social e por rituais de interação pela linguagem que lhes são típicos. Neste sentido, para delinear adequadamente o modo de associação que se estabelece entre política e propaganda, bem como observar a relação constitutiva entre enunciado e sujeito que aí ocorre, é importante observar o modo de pertencimento social das rotinas de produção, circulação e consumo da propaganda de governo enquanto prática discursiva que resulta da intersecção de setores com funções sociais distintas.

Quando se fala que a prática da propaganda de governo é um espaço de produção simbólica resultante da intersecção de dois campos discursivos, fala-se, conseqüentemente, da emergência de um lugar de integração entre saber-fazer no espaço público. Mesmo com finalidades distintas, eles estabelecem um diálogo por meio de suas coerções semânticas para preencher conjuntamente uma função social singular: possibilitar, ao lado das demais formas de comunicação social, “o intercâmbio entre governo e governados num fluxo constante de ideias [e fatos]” (REGO, 1985, p. 44).

Para fins de delimitação da zona discursiva em que se inscrevem as materialidades que constituem o *corpus* desta investigação, cabe explicitar, portanto, a associação entre o dizer político e o dizer da propaganda, configurando no espaço público moderno um regime de produção enunciativa que evidencia a formação da opinião pública pela comunicação mediada.

Pode-se vislumbrar adequadamente este processo de enlaçamento por meio da perspectiva de Charaudeau (2013a) segundo a qual tanto os discursos situados no campo político quanto aqueles situados no campo da comunicação social – mídias e informação – encontram-se inscritos no espaço público e mantêm entre si uma relação de influência recíproca. Um se inscreve na continuidade do outro por meio de relações de autonomia e de dependência, onde cada qual desenha seu próprio espaço de produção e recepção de textos e sentidos. Dispersas no conjunto da sociedade, estas duas grandes áreas da ação simbólica do homem – política e comunicação social – apresentam estatutos e propriedades discursivas que permitem autonomizá-las enquanto campos de práticas discursivas.

A respeito do modo de pertencimento social dos discursos da política e da comunicação social, Charaudeau (2013a) expõe os desafios ou funções que definem os lugares de organização globalizante destes dois setores de ação social, isto é, destes dois campos discursivos que dinamizam o espaço público. “O desafio do setor midiático é regulamentar [a atividade informativa], de modo que atinja o maior número de cidadãos e [...] permita-lhes ter uma opinião” (CHARAUDEAU, 2013a, p. 28). Por seu turno, o desafio do setor político é “estabelecer regras para a governança, distribuindo tarefas e responsabilidades mediante a instauração das instâncias legislativas e executivas” (CHARAUDEAU, 2013a, p. 28). Diante disto, destaca-se em cada um destes dois campos uma lógica particular de funcionamento simbólico que subjaz às suas práticas discursivas à medida que dispositivos de interação pela linguagem vão sendo institucionalizados e sentidos vão sendo produzidos em virtude de suas funções sociais. Destaca-se, assim, como lógica capital para a emergência no

tecido social destas esferas discursivas o processo de tomada da palavra regido por “regras que pressupõem instituições [como portadoras de sentidos]” (MAINGUENEAU, 1997, p. 31).

Sobre a existência social das práticas discursivas em geral, cabe comentar que esta perspectiva se distancia completamente de uma visão do discurso como estruturas estáticas de sentidos (monolíticas e fechadas). O entendimento proposto por Maingueneau (2010) para esta dinâmica dos modos de pertencimento social, que perpassa a argumentação de Charaudeau (2013a; 2013b), considera, antes de tudo, o tecido intradiscursivo de qualquer prática sócio-textual como refratário dos processos interdiscursivos (prévios, mas não externos). Para corroborar essa perspectiva, assume-se como exemplo a própria superfície textual das práticas de propaganda de governo do Pará que se estabelece desde sua origem tensionada entre sentidos advindos do campo político e do campo da comunicação social, onde se pode constatar, conforme Maingueneau (2008b), que eles são definidos como lugares de estabilidade entre tipos e gêneros de discurso. Realidade que aponta ao mesmo tempo para a definição de sentidos em decorrência da “imbricação das condições [interdiscursivas] e das realizações intradiscursivas” (CHARAUDEAU, 2013b).

Pode-se dizer, efetivamente, que o regime de produção da propaganda de governo pode ser distinguido como uma prática discursiva peculiar, definida pelo entrelaçamento semântico irreduzível entre uma ordem textual e outra social que se apoia em dois contextos acionais: o da política e o da propaganda. O resultado da juntura entre estes dois eixos, que atravessa um modelo de estado específico, se materializa discursivamente em anúncios oficiais por meio de um estatuto do enunciador e de um modo de enunciação resultantes das restrições semânticas que estabilizam as ações da propaganda de governo. No que tange a produção da superfície discursiva em análise, tanto a confluência destas duas esferas de sentidos que projeta uma cena de enunciação híbrida, quanto as restrições enunciativas aí impostas, podem ser inferidas nos trechos a seguir de uma matéria publicada na *website* do Senado Federal:

A Comissão de Assuntos Econômicos (CAE) aprovou, nesta terça-feira (22), substitutivo ao Projeto de Lei do Senado 263/2012, do senador Roberto Requião (PMDB-PR), que permite a participação de consórcios de empresas nos processos licitatórios para contratação de agências de publicidade e propaganda pela administração pública (LIMA; FRANCO, 2013).

O PLS 263/2012 altera a Lei 12.232/2010, que reúne normas gerais para licitação e contratação de serviços de publicidade pela administração pública. Pelo substitutivo, cada consórcio participante apresentará, na licitação, um único plano de comunicação publicitária, pertinente às informações expressas no *briefing* elaborado pelo órgão licitante. O

consórcio terá que apresentar também uma única proposta de preços. (LIMA; FRANCO, 2013).

O estabelecimento legal da propaganda como possibilidade da comunicação governamental evidenciado nos dois trechos acima indica uma prática discursiva explicitamente caracterizada pela conexão entre lugares sociais diferenciados para realizar determinada ação em determinado momento. Trata-se da emergência de um lugar de integração discursiva onde se pretende a composição de um espaço de regularidades enunciativas cujos sentidos são policiados com o intuito de seduzir ou persuadir o coenunciador acerca da promessa do “bem-estar social” segundo o grupo que esteja no poder. A enunciação da propaganda de governo é desenvolvida para levar o cidadão-espectador a se identificar com a representação ideológica de um projeto de governo. Desta forma, as rotinas das práticas discursivas resultantes da relação entre as esferas discursivas da política na administração pública e da propaganda encontram-se implicadas em um processo de negociação de sentidos para a realização da comunicação governamental.

Considerando-se a alternância dos agrupamentos partidários na gestão pública, o ideal de bem-estar social que se associa a imagem de governo de estado está sujeito a constantes atualizações segundo valores de crenças a que estejam submetidas. Assim, a comunicação governamental e mais especificamente sua autopromoção por meio da prática da propaganda progride por meio de uma cena de enunciação híbrida que institui cenografias em função da legitimação dos posicionamentos políticos que atravessam a máquina de estado. Tal modalidade da propaganda, desta forma, reflete a ação de sujeitos cuja qualificação advém de relações interdiscursivas definidas em cada campo por competências discursivas distintas. Isto significa que as comunidades discursivas que se associam na produção da propaganda governamental determinam, cada um a seu modo, “o grafo de seu espaço documental” (MAINGUENEAU, 2008a, p. 129), restringindo dentro de seu campo “o que é necessário possuir para enunciar legitimamente” (MAINGUENEAU, 2008a, p. 130). Nestes termos, imbricados no espaço discursivo da propaganda de governo, encontram-se sujeitos cujo estatuto e o modo de enunciar decorrem do contato com sentidos autorizados no contexto das bibliotecas efetivas de cada campo em particular.

Entendido como expressão da lógica de funcionamento de espaços de regularidade enunciativa, o conceito de prática discursiva [ver seção 1] recobre uma diversidade de rotinas de produção, circulação e recepção de textos possíveis na sociedade. Tal conceito oferece condições de explicar as rotinas de textualidade que emergem em campos discursivos específicos ou que nascem em zonas de confluência como é o caso da propaganda de governo.

Assim, a rotina de produção e circulação desta modalidade de propaganda no contexto histórico-social paraense reflete necessariamente uma prática discursiva assentada sobre sentidos advindos dos mundos da política institucional e da propaganda enquanto atividade especializada do setor da comunicação social.

3.1. Algumas delimitações discursivas das práticas políticas

Para observar adequadamente o funcionamento de qualquer prática discursiva, é indispensável considerar o laço de subjetividade irreversível entre quem diz, o que diz e como diz. Trata-se de observar a inscrição da pessoa que fala a redes de sentido resultantes de relações de alteridade histórico-discursivas. Relações pelas quais se estabelece um *continuum* entre aspectos textuais e sociais e que definem progressivamente espaços de regularidades enunciativas. Por meio desta dinâmica, efetivam-se rotinas de produção de materialidades simbólicas que são postas em circulação na sociedade. Assim, apreendida desde seu uso social, a língua, trabalho simbólico da capacidade do homem de significar e de significar-se, como define Orlandi (2012), desvela-se como uma realidade opaca cujos sentidos podem ser acionados pela historicidade dos discursos. Nestes termos, a produção e circulação de anúncios-filmes de governo, processo de agenciamento de sentidos por sujeitos inscritos no ideário da política institucional e das técnicas de propaganda contemporâneas, oferecem condições para a formatação de diferentes práticas discursivas em função de comunidades restritas que se alternam neste lugar de comunicação governamental.

Para visualizar a propaganda de governo em sua dinâmica discursiva, é indispensável abstraí-la como espaço de intersecção entre zonas de regularidades de sentidos, cada qual com finalidades específicas no espaço público. Faz-se necessário apresentar um olhar global sobre o funcionamento de práticas discursivas que nascem na zona de produção estrita de sentidos da política institucional. Além disso, demonstrar a propensão do campo político à divulgação pública de si para os demais setores da sociedade por meio da espetacularização midiática.

Mesmo que não haja uma base consensual para a fixação do conceito de política, Miguel (1997), ao refletir sobre a constituição do mito político, sugere duas interpretações possíveis para o conceito de política na contemporaneidade: i) ampliação máxima de sua abrangência, envolvendo todas as relações de poder que se diluem em todas as relações sociais, segundo premissas foucaultianas; ii) redução do conceito às esferas estatal e paraestatal (governos, partidos, parlamentos, eleições etc.), limitando-o à dimensão da política

institucional. Como se pode depreender nestas duas acepções do conceito, há a inclusão da ideia de disputa pelo poder, de modo que as limitações aí operacionalizadas se dão a partir de critérios discursivos em que práticas linguageiras materializam o que pode e deve ser dito em posicionamentos alinhados tanto à politização dos fenômenos sociais, quanto à organização da política institucional. Diante disso, o objeto deste trabalho se enquadra nesta segunda acepção do termo “política”, pois considera a dinâmica das práticas discursivas alinhadas à administração pública de estado.

Com base na distinção e opção acima, cabe asseverar os sentidos implicados na constituição do termo “política”, precisando-o em função de uma memória discursiva específica.

Sendo assim, desde sua criação pelos gregos até as concepções modernas assume *status* de uma categoria que engloba práticas linguístico-sociais relacionadas à governança pública. Possui um valor categorial aplicado a variados formatos de governabilidade ao longo da história em que se destaca “o poder do homem sobre outro homem” (BOBBIO, 1998, p. 995). Segundo este autor, sua origem remonta ao funcionamento das Cidades-estados ou *pólis* durante a Antiguidade Clássica. Da visão original do sentido da atividade política derivam as noções atuais que pretendem dar conta das práticas de governança de estado moderno. Ou seja, noções que se voltam a “tudo o que se refere à cidade e, conseqüentemente, o que é urbano, civil, público e até mesmo sociável e social” (BOBBIO, 1998, p. 954). Diante dos indicativos gerais do fazer político na Grécia Antiga, Aristóteles define tal atividade como a arte que versa sobre a natureza, funções e divisão do Estado (BOBBIO, 1998).

Nesta perspectiva, a política é aceita como uma atividade social condicionada pelo poder para, entre outros atos, “ordenar ou proibir alguma coisa com efeitos vinculadores para todos os membros de um determinado grupo social, o exercício de um domínio exclusivo sobre um determinado território, o legislar através de normas válidas” (BOBBIO, 1998, p. 954). As práticas políticas de governança pública remetem, portanto, a uma forma específica de exercício do poder – ao lado do econômico e do ideológico (conhecimentos dos sábios das sociedades arcaicas ou das evoluídas) – caracterizadas essencialmente pela

[...] exclusividade do uso da força em relação à totalidade dos grupos que atuam num determinado contexto social, exclusividade que é o resultado de um processo que se desenvolve em toda a sociedade organizada, no sentido da monopolização da posse e uso dos meios com que se pode exercer a coação física (BOBBIO, 1998, p. 956).

Diante disso, a legitimidade da atividade política advém do exercício de um poder assentado sobre uma vontade coletiva, tendo segundo Aristóteles (apud BOBBIO, 1998) por fundamento o consenso imaginário do poder civil.

Considerando-se que a atividade política se refere às questões da organização da vida civil e pública, baseada numa relação dialética entre governantes e governados, a noção de Estado é entendida pela teoria política contemporânea como “uma empresa institucional de caráter político onde o aparelho administrativo leva avante [...] a pretensão do monopólio da legítima coerção física, com vistas ao cumprimento das leis” (WEBER apud BOBBIO, 1998, p. 956). A partir dessa relação dialética que instaura o Estado político ou civil, surge um espaço de subjetivação discursiva que é caracterizado por relações de poder em que determinados sujeitos “renunciam ao direito de usar cada um a sua própria força [...] para confiá-la [...] a um único corpo, que doravante será o único autorizado a usar a força contra eles” (BOBBIO, 1998, p. 956).

Resguardadas as devidas referências históricas e sociais, o estudo da política como fenômeno linguístico-social avançou pelo trabalho de descrição de disciplinas como a História, Filosofia Política, Ciência Política e Ciências da Linguagem. Segundo Charaudeau (2013a, p. 32), o discurso político, enquanto “forma de organização da linguagem em seu uso [...] no interior de determinado campo de práticas”, é um objeto de estudo não esgotado pelas ciências humanas e sociais. Este autor segue afirmando que a apreensão do fenômeno político pelas disciplinas desta área do saber se dá em torno de abordagens e finalidades particulares, mas que partilham certos pontos de vista. Assim sendo, a AD, enquanto novo espaço de análise da linguagem, constrói sua problemática geral em torno do dizer do campo político questionando “sobre os discursos que tornam possíveis tanto a emergência de uma racionalidade política quanto a regulação dos fatos políticos” (CHARAUDEAU, 2013a, p. 36).

Assim, para delinear a natureza do discurso político limitado às esferas estatal e paraestatal, Charaudeau (2013a) evidencia três parâmetros gerais pelos quais se dá a legitimação da linguagem empregada neste prospecto: *ação política*, *instâncias* e *valores*. A percepção desses aspectos por este autor em particular é resultado do levantamento feito sobre elaborações conceituais do fenômeno político a partir de estudiosos como Platão, Kant, Weber, Arendt, Foucault, Bourdieu e Habermas. Trata-se, de modo geral, de uma proposta de apreensão do discurso político na relação existente entre espaço público e privado na sociedade contemporânea. Desta forma, o campo discursivo da política se configura como

uma zona de produção de sentidos por meio da linguagem que restringe o estatuto e os modos de enunciação dos sujeitos que aí se posicionam.

O sujeito se constitui, segundo Brandão (2013), mediante a linguagem em uma relação de alteridade com o outro, seja o Outro discursivo ou seu coenunciador. A partir deste princípio dialético que inaugura a subjetividade enunciativa, Charaudeau (2013a) desenvolve sua reflexão sobre o sujeito e as práticas discursivas do campo político. Ele explora conceitualmente o projeto de influência pela linguagem que vincula sujeito que fala e sujeito visado a “uma praxeologia do agir sobre o outro” (CHARAUDEAU, 2013a, p. 16) e que fundamenta as relações do poder político na construção dos vínculos sociais a partir dos três parâmetros da organização do discurso político, explicitados a seguir.

Mediante um olhar discursivo, a *ação política* expressa diretamente a dinâmica particular do poder apresentado nos moldes de Weber (apud BOBBIO, 1998), segundo o qual o Estado político, enquanto decisor legítimo, é a única instância autorizada a usar a coerção física para o cumprimento das leis. O poder político do Estado distingue-se, deste modo, como “uma relação entre dois sujeitos, dos quais um impõe ao outro a própria vontade e lhe determina [de forma consentida] o comportamento” (BOBBIO, 1998, p. 954). Neste sentido, a noção de *ação política*, definida por Charaudeau (2013a) pelo escopo da AD, reflete uma tensão entre representantes e representados em torno da concretização de um projeto comum – movido por um querer viver juntos – que decorre de um espaço de discussão na sociedade onde são pactuados “o modo de acesso à representação do poder [...] e as modalidades de controle no interior das diversas instituições” (CHARAUDEAU, 2013a, p. 18). Assim, este parâmetro orienta a percepção da organização da vida social pela coerção do poder político, ou seja, expressa a prática empírica dos agentes engajados no fazer político ou na elaboração e consecução de um projeto comum.

A noção de *instância* demarca, conforme as proposições de Charaudeau (2013a), os lugares da discussão e da ação política, bem como define o papel das organizações sociais engajadas na obtenção do bem comum. Designa, em uma aproximação conceitual ampla, o caráter do engajamento político de quem é representado e de quem é representante, assim como a relação mantida entre esses agentes no espaço social onde se espraia a discussão e a ação para a elaboração do projeto comum. Trata-se, portanto, de uma definição que reflete a tensão entre governantes e governados efetivada pelo processo da “dominação legítima” segundo Weber (apud CHARAUDEAU, 2013a, p. 19). Dominação que se efetiva pelo exercício do poder político, que se traduz nos processos de formulação, sanção e aplicação de leis que logicamente devem possuir o consentimento coletivo (CHARAUDEAU, 2013a, p.

19). Assim sendo, de acordo com este autor, distinguem-se a *instância cidadã* da *instância política*. Esta com o papel de executar os negócios que lhe são imputados pelo dever de organização da vida coletiva, aquela com o papel da escolha dos representantes do poder.

O terceiro parâmetro proposto por Charaudeau (2013a) para descrever globalmente o campo discursivo da política são *os valores*. Entende-se por esta definição os diferentes ideais partilhados coletivamente sobre os melhores modos de “satisfazer o desejo de viver em comunidade [...] de forma que sejam estabelecidas situações de igualdade entre os indivíduos” (CHARAUDEAU, 2013a, p. 20). Conforme este autor, essas concepções sobre o como fazer para alcançar o bem comum são forjadas no espaço de discussão que se revela entre as instâncias cidadã e política. Tais aceções se fixam na sociedade enquanto conjunto de ideais a ser tomado como referência para determinar as ações em prol da coletividade. Trata-se de visões diversas acerca do modo ideal do fazer político que não apenas configuram posicionamentos variados no espaço de discussão da ação política, mas também criam as entidades abstratas que assumem “cada um dos membros do grupo e sobredeterminam esse último a produzir [...] uma desapropriação de indivíduos” (CHARAUDEAU, 2013a, p. 20). Ocorre, nestes termos, uma partilha e apropriação de redes de sentido político por certo conjunto de cidadãos que permite a emergência abstrata de entidades como o Estado, a Nação, a República etc. (CHARAUDEAU, 2013a).

Diante de uma definição global do discurso político por meio três dos parâmetros apresentados acima, pode-se observar, conforme reflexão de Charaudeau (2013a), que as práticas discursivas do campo político se relacionam diretamente a modelos de gestão de estruturas de governo, as quais são legitimadas a partir dos espaços de discussão e ação entre as instâncias política e cidadã. Verifica-se, assim, que o funcionamento do campo político se descortina e toma corpo no espaço público da discussão que determina valores políticos por meio, inclusive, da intervenção de forças de outros setores sociais (jurídico, econômico, midiático etc.). Esse entendimento decorre do fato de o espaço público – frequentemente confundido com o espaço político – ser “fragmentado em diversos espaços de discussão, de persuasão, de decisão que ora se recortam, ora se confundem, ora se opõem” (CHARAUDEAU, 2013a, p. 23).

Expressa como realidade no interior do espaço público, a dinâmica da atividade política se projeta como lugar de discussão que legitima valores supostamente compartilhados por determinados indivíduos. Para tanto, segundo Charaudeau (2013a), encontram-se tensionados neste lugar hipotético de discussão, persuasão e decisão, a instância cidadã, origem da escolha dos representantes, e a instância política, encarregada dos negócios do

Estado. O discurso político, neste sentido, se converte em uma região determinada e fluida no espaço público, fragmentado pela ação de discursos diversos inscritos no universo social.

Pode-se afirmar, a partir de Charaudeau (2013a), que a dinamicidade do discurso político, enquanto *práxis*, sustenta-se na relação dialética entre o *debate de ideia* articulado à instância civil (cidadã) e o *fazer político* articulado à instância restrita do engajamento nas estruturas de governo onde se instituem atos de regulamentação e sanção. Trata-se, como aponta este autor, de dois componentes da atividade política perpassados pela linguagem e pela ação: o *debate de ideia* realçado pela linguagem e o *fazer político* pela ação que instituem os atos.

É importante mencionar que a configuração do campo discursivo político se dá, segundo Charaudeau (2013a), de modo interdependente com os demais campos discursivos que configuram o espaço da opinião pública. Além do mais, observados os parâmetros de sua organização globalizante, este campo é, devido à heterogeneidade do espaço público e do próprio interdiscurso, atravessado por sentidos de outros campos discursivos. Ele se mantém como um horizonte de regularidades enunciativas pelas quais se “estabelecem de regras para a governança, distribuindo tarefas e responsabilidades mediante a instauração [das estruturas] legislativas e judiciárias” (CHARAUDEAU, 2013a, p. 28).

3.2. Algumas delimitações discursivas das práticas de propaganda

Nos meandros da comunicação social ou de massa se desvela uma enorme variedade de ações teóricas e práticas que estruturam na contemporaneidade um sistema de dispersão textual especializado nos processos gerais de informar, persuadir e entreter as pessoas. De um ponto de vista histórico, em termos de produção simbólica relativa às diversas conjunturas culturais já existentes, a comunicação em sociedade estabelecida para atingir determinados públicos é uma realidade que começa a ser esboçada, conforme Sousa (2006) desde a sedentarização do homem, proporcionada pela agricultura, que permitiu o aparecimento das cidades e a urbanização, assim como pela intensificação do comércio entre as cidades. Alinhada a esta visão, Pinho (1990, p. 14) assevera que a dinâmica apresentada pelos processos de comunicação social “encerram atividades e ações que devem ser localizadas em épocas remotas, [cujos] termos são relativamente recentes”. Objetivamente, Sousa (2006) defende que a comunicação social se estrutura efetivamente enquanto setor que alberga diversas atividades de produção, difusão e recepção mediada de mensagens com a

urbanização massiva desenvolvida ao longo do século XIX. Isto indica uma dinâmica discursiva que se desenvolve ao longo da história em função do agenciamento de sentidos com o propósito de influenciar grandes grupos de pessoas. A respeito do gérmen da comunicação social nas sociedades antigas, Domenach (s/d apud PINHO, 1990) traz à memória as campanhas de divulgação de Demóstenes contra Felipe ou de Cícero contra Catilina na tentativa de obter o assentimento da opinião pública. Nestes dois casos, tais personalidades se empenhavam deliberadamente em campanhas de denúncias com o intuito de influenciar a opinião de muitos.

De modo geral, a comunicação é um processo que condiciona o homem como ser social, pois cria vínculos que se radicam pela linguagem. Além de estar relacionado de forma significativa com todos os aspectos da vida cotidiana das pessoas, o fenômeno comunicacional ao longo da história da humanidade alcançou, segundo DeFleur e Ball-Rokeach (1988 apud SERRA, 2007), patamares bastante sofisticados. Diante do desenvolvimento tecnológico das sociedades capitalistas, a comunicação em sociedade atingiu níveis complexos, como indica Serra (2007, p. 46), partindo das interações interpessoais face a face até o extremo dos processos de comunicação de massa potencializados pelos meios eletrônicos. Constata-se que “a comunicação assumiu um lugar tão central nas sociedades [atuais] que se tornou corrente a afirmação de que vivemos em plena sociedade da comunicação” (SERRA, 2007, p. 2), em que o sujeito se vê submetido, quer individualmente quer coletivamente, à obrigação de se comunicar.

Diante da heterogeneidade do fenômeno comunicacional que abrange as sociedades humanas antigas e novas, a comunicação massiva, compreendida na atualidade como um conjunto de atividades e ações pensadas de modo técnico e profissional para influenciar grandes públicos, ganhou o título de social apenas no século XX, como destaca Serra (2007). Conforme o autor, o próprio uso do termo “comunicação” para etiquetar tais ações tem sua origem na Inglaterra do século XV, onde designava a ação de tornar-se um objeto comum a muitos, partilhado. Desde seu uso original na Inglaterra até a formalização acadêmica e institucional dos esforços da comunicação massiva, o sentido deste termo foi associando-se direta e gradativamente ao *modus operandi* da indústria capitalista, condicionado por fatores tecnológicos, econômicos, políticos e demográficos, conforme assevera Serra (2007). Isto resultaria no que hoje se conhece como a indústria da comunicação. Assim, o fenômeno comunicacional, ao desdobrar-se em função das demandas de interação na sociedade, assume *status* complexo e multifacetado, sendo percebido tanto por meio de processos que vão desde interações de caráter mais restrito (presencial e interpessoal) quanto interações de caráter

massificado. Mediante a notoriedade do fenômeno comunicacional nas relações humanas, a comunicação social massiva ganha evidência ao processar “[uma interação] mediatizada, à distância, de um-para-muitos e (geralmente) unidirecional” (SERRA, 2007, p. 80). Estabelece-se, portanto, na sociedade contemporânea um campo especializado no agenciamento simbólico que abarca distintas estratégias de comunicação sistemática e dirigida, indo além do simples propósito de fornecer informações para oferecer representações de crença partilhada. A este respeito, Sousa (2006) apresenta uma definição bastante produtiva para contornar o caráter vago e abstrato desta dimensão de produção simbólica:

[a comunicação social] alberga as atividades que visam à comunicação mediada com os membros da sociedade e com as organizações e grupos em que os indivíduos se agrupam, bem como a comunicação entre essas organizações e grupos. **As relações públicas, a publicidade, a propaganda, a comunicação de marketing e o jornalismo incluem-se entre as principais atividades (ou estratégias) de comunicação social** (SOUSA, 2006, p. 127, grifo meu).

Diante desta perspectiva, essa percepção sistêmica das atividades ou estratégias da comunicação social pelas ciências humanas se torna realidade tangível, segundo Serra (2007), após as transformações trazidas pela Revolução Industrial e pela afirmação da democracia como regime político. Portanto, se apreendida enquanto ação simbólica do homem submetida a estruturas socioculturais de distintas épocas, a comunicação social se revela como sistema discursivo determinável historicamente.

Nos sentidos originais da palavra comunicação, pode-se dizer que suas atividades possibilitam o desvelar de rotinas de partilha do simbólico que assumem *status* capital diante das atuais escalas de massificação, acessibilidade, instantaneidade da produção/difusão/recepção de conhecimentos e de crenças, conforme Serra (2007). Pode-se, nestes moldes, caracterizar tal dimensão de produção de sentidos como um campo que possui fronteiras difusas, cujas práticas aí instituídas entrecruzam-se entre si e com as demais organizações da sociedade.

Com base em Serra (2007) e Wolf (1999), ainda relacionado à percepção sistêmica das atividades de comunicação massiva, nota-se que o que se depreende como campo da comunicação social desenvolveu-se recentemente como conjunto de práticas, se comparada às demais áreas de atividade discursiva que dinamizam o espaço público. Com o mesmo dinamismo dos demais campos de discursividade, este campo desdobra-se na sociedade a partir da organização de comunidades de profissionais especializadas nas rotinas de informar, persuadir e entreter em “grande escala [...] um grande, anônimo e heterogêneo número de

receptores em simultâneo” (SOUSA, 2006, p. 54). Trata-se de um conjunto de estruturas de agenciamento simbólico que se desenvolveram formatando uma topografia de práticas sob a mesma função social em que se estabelecem comunidades enunciativas em torno da informação como produto consumível. Ao adquirir espessura social, o conjunto de tais práticas de comunicação autonomizou-se enquanto setor em relação às demais esferas do espaço público que subsumiam as atividades de informar no corpo de suas próprias práticas. Esta percepção de campo pode ser corroborada mediante a constatação da emergência dos estudos científicos e sistemáticos em função da realidade incontornável das práticas de comunicação massiva que, segundo Sousa (2006), fora determinada pelo novo contexto midiático surgido no século XIX. Nas palavras do autor,

[...] alguns pesquisadores começaram a notar que as instâncias de socialização tradicionais, como a escola, a família, as igrejas, os partidos e as organizações sociais em geral têm perdido terreno para a comunicação social enquanto agentes de socialização (por exemplo, Barel, 1973) (SOUSA, 2006, p. 98).

Observa-se, deste modo, um regime de práticas dissociadas no espaço público atual que trabalha especificamente o próprio ato de enunciar, assumindo e desenvolvendo rituais de uso da linguagem que configuram sua superfície textual caracterizada por uma estética original traduzida em gêneros discursivos próprios. De um ponto de vista discursivo, pode-se dizer que a comunicação social é uma área especializada em pensar a própria enunciação enquanto dispositivo voltado aos atos de informar, persuadir e entreter massivamente.

Para conferir um grau mais preciso de delimitação a esta área que engloba as estratégias de propaganda, consideram-se, em uma visada discursiva, três premissas básicas identificadas por Charaudeau (2013b, p. 18-19) a respeito das práticas dirigidas à comunicação midiática na disposição contemporânea do espaço público: (i) “[elas] não são uma instância de poder, [embora] não sejam estranhas aos diferentes jogos de poder social”; (ii) “[elas] manipulam tanto quanto manipulam a si mesmas”; (iii) “[elas] não transmitem o que ocorre na realidade social, elas impõem o que constroem do espaço público”. De acordo com este autor, estas premissas abarcam o processo total da construção dos lugares que juntos formatam o campo da comunicação social mediada: lugar das condições de produção, lugar de construção do produto e lugar das condições de interpretação.

É importante ressaltar diante das distintas atividades da comunicação social que, segundo Pinho (1990) e Sani (1998), as primeiras atividades institucionalizadas de propaganda para atingir amplos setores da sociedade foram sistemática e deliberadamente

orquestradas pela Igreja Católica, no século XVII, com a oficialização de um “departamento” voltado à disseminação de informações de natureza religiosa com o intuito de intervirem em atitudes coletivas. Cronologicamente distante desta época e dos demais eventos anteriores que podem ser filtrados pelas teorias da comunicação como atitudes de propaganda, este processo comunicacional em particular é operacionalizado de modo singular, haja vista que sua produção constitui-se de modo interdepende em relação ao jornalismo ou relações públicas, por exemplo, revelando um lugar de subjetividade entre sujeitos e linguagem por meio do qual os sentidos são processados.

Com intuito de esboçar certa delimitação das regularidades enunciativas das práticas discursivas de propaganda, em decorrência da problemática desta pesquisa, cabe comentar as especificidades que configuram o fazer e o dizer que lhes dão corpo na atualidade. Em uma aproximação global, compreende-se, a partir de Pinho (1990), que tal modalidade comunicacional se desenvolve pela elaboração deliberada de vários produtos simbólicos (*newsletter*, filmes, anúncios, *outdoor*, palestras, vinhetas, músicas etc.) com a intenção de disseminar crenças, ideias e opiniões. Para atingir este fim, ela utiliza-se “de todos os instrumentos que as condições tecnológicas põem à sua disposição em cada época [imprensa, rádio, televisão]” (SANI, 1998, p. 1019). A propaganda, deste modo, muito mais do que uma classificação genérica e fixa para determinados textos e mensagens que são veiculados por diferentes mídias, é “um conjunto de técnicas e atividades de informação e persuasão destinadas a influenciar, em um sentido determinado, as opiniões, os sentimentos e as atitudes do público para os quais se destina” (PINHO, 1990, p. 159). Corroborando o caráter persuasivo das mensagens de propaganda ao longo da história, Sani (1998) aponta seu caráter essencialmente ideológico depreendido por meio de sua ampla utilização para validar a *práxis* de certos regimes. Pode-se, nesse sentido, falar apropriadamente em propaganda católica, propaganda comunista, propaganda nazista, propaganda fascista etc. Tal realidade permite asseverar de acordo com este autor que a propaganda resume um esforço consciente e sistemático de difundir por diversos meios uma visão sectária.

A propaganda e a publicidade⁷, ao lado das demais estratégias de comunicação social massiva, assumem papel de destaque devido à “expansão do consumo, a competição entre as empresas, o desenvolvimento acelerado dos meios de comunicação de massa” (PINHO, 1990,

⁷ Ao assumir a perspectiva de Pinho (1990) sobre as finalidades da propaganda e da publicidade, Coutinho (2011) assevera que o significado da propaganda se difere quanto à compreensão em algumas línguas: “Em inglês, a palavra propaganda é utilizada exclusivamente para a propagação de ideias, principalmente políticas, e muitas vezes tem conotação depreciativa. Em alemão, usa-se para ideias. Em português, o termo publicidade é utilizado para a venda de produtos/serviços e propaganda **tanto para propagar ideias como no sentido de publicidade**” (COUTINHO, 2011, p. 6, grifo meu).

p. 15). Sua finalidade essencial no contexto da comunicação mediada é criar uma conjuntura de informatividade em torno de interesses comerciais (no caso da publicidade) e doutrinário (no caso da propaganda). Estes dois fluxos textuais da comunicação social, que podem naturalmente resultar em variadas práticas discursivas, visam apresentar “à opinião pública fatos de significação de esferas [variadas da sociedade]” (REGO, 1985, p. 44). Embora compartilhem o mesmo caráter de divulgação para influência sobre as massas, nota-se que os sentidos agenciados por essas duas modalidades comunicacionais se diferenciam qualitativamente. O que justifica, conforme Pinho (1990), uma definição distintiva destas atividades de comunicação massiva e dirigida, mediante seus aspectos de similaridade.

Diante de seu caráter institucional cuja finalidade é organizar ações de comunicação sistemáticas, reiteradas e dirigidas de divulgação em larga escala de ideias e opiniões, as ações de propaganda desenvolvidas em diversos segmentos da sociedade podem ser estudadas como práticas discursivas constituídas de modo processual pela imbricação entre o social e o textual. Neste espaço de ação simbólica, operadores históricos e subjetivos conferem os sentidos à palavra proferida para legitimar posicionamentos que se estruturam em meio a conjunturas socioculturais determinadas.

Nestes termos, a propaganda pode ser entendida como um modo de se trabalhar deliberadamente uma mensagem ou informação com a finalidade de se persuadir, influenciar, convencer e mobilizar grupos de pessoas por meio dos mais variados suportes comunicacionais. Destaque-se aí o caráter sectário e ideológico associado à mensagem enunciada, pois qualquer ação de propaganda visa à criação de demandas em torno de ideários políticos, religiosos, científicos, militares etc.

Os princípios centrais em torno dos quais se reúnem as práticas de propaganda e que se mantêm com o passar do tempo desvelam-se, portanto, como técnicas essenciais para garantir a legitimidade de grupos com forte posicionamento ideológico. Sani (1998) confirma este fato ao definir horizontalmente esta ação pluralista no sistema das comunicações como um esforço de difundir sistematicamente mensagens para criar representações de valor acerca de ideias (sobre pessoas, movimento, acontecimentos, instituições etc.) que estimulem comportamentos e influenciem as opiniões de certo público.

Sob esta perspectiva, compreende-se que o desafio social da propaganda é a divulgação ideológica, pois “em suas acepções mais correntes [ela] difere de outras formas de persuasão, enquanto [...] põe em relevo só certos aspectos de uma questão” (SANI, 1998, p. 1018). Para tanto, desenvolve suas técnicas para incorporar novos sujeitos e manter a legitimidade de sua fonte enunciativa. Resulta de qualquer ação de propaganda certa forma

divulgação dirigida com a finalidade de apelar para a avaliação reativa dos leitores e incorporá-los a certo universo de sentidos. Por isso, pode-se até mesmo dizer que toda prática discursiva imponha suas necessidades de propaganda, isto é, pressuponha certa ação de persuasão dessa natureza para garantir, entre outras coisas, o convencimento e a adesão dos sujeitos a dados posicionamentos.

Considerando-se especificamente a configuração do que se pode etiquetar de propaganda de governo ou propaganda oficial, Bacci (apud MACHADO, 2008) assevera sua pretensa impessoalidade em decorrência dos princípios da comunicação governamental demandada pela relação entre estados democráticos e sociedade civil. Para Machado (2008), a propaganda de governo no panorama da sociedade contemporânea deve manter certo distanciamento das ações de propaganda explícita em decorrência dos perigos que ela encerra dada sua natureza apelativa e persuasiva.

Diante do exposto, cabe comentar o quão problemático é etiquetar os esforços de propaganda de acordo com o conteúdo de sua mensagem sem considerar critérios de ordem discursiva, baseando-se exclusivamente em sua situação comunicativa imediata. Dinâmica que incide sobre a própria classificação da propaganda de governo.

Posto que as esferas da administração pública sejam obrigadas a terceirizar a divulgação de seus conteúdos para distanciar, conforme Machado (2008), o perigo de imposição de uma ideia governamental e de promoção de determinados políticos especificamente, pode-se dizer que a propaganda governamental assume um *status* que requer atenção, não podendo deixar de ser pensada sem implicações discursivas ou reduzida a critérios meramente comunicacionais. No contexto das sociedades democráticas atuais, ela passa a ser desenvolvida por organismos especializados exógenos às estruturas de governo que se encontram atrelados ao setor de mídias e comunicação social.

De modo restrito, observa-se em Pinho (1990) que orientações de caráter técnico direcionam a definição de tipologias para as ações de propaganda com base apenas em cenas genéricas de acordo com suas finalidades e conteúdos – legal, institucional, utilidade pública, eleitoral, mercadológica, governamental etc. Causa estranhamento, entretanto, que a etiqueta “governamental” não seja mencionada na instrução normativa do Sistema de Comunicação do Poder Executivo Federal nº 7 de 2014, adotando-se como equivalente, neste documento, o termo “institucional” para designar, especificamente, as ações de divulgação dos atos de governo nos níveis federal, estadual e municipal. Conforme se depreende desta instrução, a propaganda de governo constituiria um hiperônimo para indicar anúncios oficiais de caráter legal, institucional, mercadológico e utilitário. Algo que gera certa confusão na apreensão do

funcionamento discursivo da propaganda de governo e de sua de relação com os modos de genericidade, haja vista que, segundo Sani (1998), o eixo central da propaganda é de natureza ideológica. Pode-se ir além nesta percepção desta dificuldade de categorização ao se verificar, por exemplo, a diferenciação existente entre propaganda eleitoral e propaganda partidária, sendo que aquela pressupõe naturalmente o posicionamento ideológico do partido qual se encontra filiado o candidato; além disso, o caráter eleitoral da propaganda decorre de um contexto pragmático específico marcado pelo confronto entre diversos posicionamentos político-partidários.

Diante disso, as atividades de propaganda em geral em decorrência de sua pressuposição ideológica devem ser consideradas, antes de qualquer coisa, como práticas discursivas que envolvem simultaneamente sujeitos, textos e sentidos. Em função de seu estatuto discursivo, elas devem ser encaradas em torno de suas finalidades comunicacionais genéricas nas quais os sujeitos se apoiam explicitamente para modificar determinada situação: votar, vender, adotar, informar sobre serviços e obras, alertar sobre riscos, tornar público decretos, reforçar a imagem de um governo etc. Assim, a propaganda de governo dos estados democráticos se desdobra como uma realidade eminentemente discursiva, o que obrigaria a ver nela sua filiação ideológica e não apenas uma simples classificação técnica.

Entre as possibilidades de configuração das práticas de propaganda, aquelas que convergem para exposição das ações das esferas da administração pública representam um fluxo autêntico de produção de sentidos. Suas técnicas se dirigem à elaboração deliberada e reiterada de textos com a finalidade de divulgar positivamente informações que possam criar uma imagem favorável de determinada esfera da administração pública, como se pode verificar no excerto abaixo:

A propaganda governamental tem por objetivo criar, reforçar ou modificar a imagem de um determinado governo, dentro e fora de suas fronteiras. A propaganda governamental [...] representa uma grande parcela do volume total de propaganda veiculada no Brasil, o que demonstra a preocupação do governo (em seus três níveis: federal, estadual e municipal) com a opinião pública (PINHO, 1990, p. 23).

Tomando como referência o processo de materialização do *continuum* social-textual de uma prática discursiva e observando a perspectiva de sua projeção discursiva com base em Sani (1998), a propaganda de governo se desdobra com uma textualidade associada a um agrupamento de enunciadores filtrados ideologicamente. Isto significa que o espaço das regularidades enunciativas da propaganda de governo, ao ser atravessado por determinado

posicionamento, interpela sujeitos e lhes permite atribuir sentidos às ideias e informações que são difundidas.

3.3. A propaganda de governo como espaço de persuasão político-ideológico

A intersecção entre os campos da política e da comunicação de massa (especificamente a propaganda) configura um espaço de assujeitamento com uma lógica semântica singular na sociedade contemporânea. Pode-se dizer com base em Sani (1998) que se trata de um lugar de discursividade fortemente marcado pelo aumento e urbanização da população, constante progresso tecnológico e movimentos políticos de massa. As evidências desse sítio de produção enunciativa das sociedades democráticas atuais indicam a formação de um modelo de propagação cuja categorização deve decorrer de princípios discursivos, haja vista que seu funcionamento ocorre de modo semelhante às demais propagandas divulgadas em outros contextos ideológicos do passado, diferenciando-se destas pelo posicionamento democrático e social. Trata-se, ao mesmo tempo, de um modelo de propaganda familiar para o cidadão contemporâneo devido ao “direito à informação como forma de garantir a democracia” (MACHADO, 2008, p. 1).

Cabe considerar, portanto, se pelo apagamento entre o real da língua e da história esse novo modelo de propaganda empunhando pelos governos democráticos fortalece a visão de Estado social ou, simplesmente, “implica a tentativa de imposição de uma ideia governamental [exclusiva], possibilitando, em qualquer caso, dominação de massa, com a criação de uma democracia artificial, simbólica” (MACHADO, 2008, p. 2).

Esta nova conjuntura da propaganda de governo depreendia em uma perspectiva discursiva, em função de sua implicação ideológica, vai além de uma simples classificação na taxonomia das atividades profissionais da comunicação social. Ela se materializa efetivamente como um *continuum* social-textual, isto é, estabelece-se pela lógica de uma prática discursiva afetada por dois campos de discurso, o que leva Charaudeau (2013a) constatar a duplicidade das atividades dirigidas da comunicação política devido à potencialização das mídias. Neste espaço duplo que envolve as ações da propaganda de governo desenvolvem-se mais do que a divulgação de fatos da atividade estatal com “grau zero” de todo implícito, constroem-se cenas de enunciação marcadas por posicionamentos de grupos regidos por diferentes esquemas semânticos. Fato perceptível, por exemplo, no processo de elaboração de anúncios filmográficos da propaganda de governo do estado do Pará que obedece, por exemplo, ao

princípio de simplificação⁸, condensando a mensagem num breve *slogan* para facilitar a persuasão: “Esse é o Pará que a gente faz e juntos vamos fazer mais”. Deste modo, por meio da convergência desses quadros semânticos distintos, instaura-se uma cena enunciativa de propaganda com contornos singulares.

Diante desse quadro imposto pela enunciação da propaganda de governo, seus enunciadores advêm de lugares enunciativos que demandam um saber-fazer político e um saber-fazer comunicacional que permite a construção de dispositivos institucionais de fala que visam a legitimar o dito por meio da instauração de dado “mundo ético” (MAINGUENEAU, 2008b, p. 65). Pode-se dizer que estes dispositivos ou rotinas de comunicação institucionalizadas têm por objetivo interpelar os cidadãos acerca do valor positivo dos atos e serviço públicos desenvolvidos nas esferas estatais. Emerge, portanto, uma rotina de interação pela linguagem extremamente bem elaborada e com alto grau de policiamento semântico, o qual projeta na sociedade uma cena de enunciação particular caracterizada por representações persuasivas do corpo dos representantes políticos.

Instaura-se, pois, um espaço de persuasão político-ideológico assentado sob os processos de produção, circulação e recepção das materialidades simbólicas, o qual funciona como elo entre a instância política e a instância cidadã.

⁸ O princípio da simplificação é apresentado por Sani (1998) ao lado de outros condicionantes das práticas de propaganda, tais como: saturação, apresentar posições parciais e a deformação e parcialidade.

4. O PERCURSO METODOLÓGICO DA PESQUISA

Orlandi (2012), ao discutir questões referentes aos princípios e procedimentos da AD, afirma que os agrupamentos de dados são orientados objetivamente pelas questões de pesquisa, as quais devem ser formuladas com base em noções discursivas apropriadas. Assim sendo, para a composição do corpus desta pesquisa parte-se primeiramente da noção de prática discursiva, por meio do qual se pode orientar o recorte de superfícies simbólico-enunciativas em unidades tópicas e unidades não tópicas. Estes dois modos de composição de *corpora* revelam um gesto metodológico que se volta cada vez mais a conferir organicidade aos estudos inscritos na agenda da AD. Gesto que pretende conferir “um estatuto mais claro [...] as categorias sobre as quais a análise do discurso trabalha” (MAINGUENEAU, 2008b, p. 16). Este movimento metodológico de agrupamento de textos para compor dado *corpus* reflete uma tentativa que objetiva deixar visível a relação entre textos – ou gêneros discursivos/ cena genérica – e tipos de discurso, como orienta Maingueneau (2008b; 2015).

Diante do exposto, para apresentar a configuração do presente *corpus* a partir da rede conceitual da AD, faz-se necessário demarcá-lo enquanto unidade de agrupamento textual representativa do fenômeno discursivo que se almeja explicar. Esta atitude está implicada pela projeção de um dispositivo de análise que subsume a passagem da superfície linguística para o processo discursivo no qual se pretende verificar as evidências da subjetividade na superfície da língua. Desta forma, o aporte teórico de Maingueneau (2008b; 2015) acerca da demarcação de unidades discursivas de análise (tópicas e não-tópicas) oferece suporte para o ordenamento do dispositivo da análise, pois a delimitação do *corpus* configura-se como o primeiro trabalho de análise. Para tanto, Orlandi (2012) orienta que todo dispositivo de análise construído pela pesquisa, perpassando pelo ordenamento dos dados, desenvolve-se mediado pela teoria (ORLANDI, 2012). O procedimento de organização dos dados em AD se volta a uma maneira empírica de se enquadrar discursivamente grupos de textos mediante a qualificação das questões de pesquisas, que mediadas pela teoria visam compreender fenômenos da discursividade.

A formatação de unidades de análise discursiva representativas da face textual de quaisquer práticas discursivas obedece a critérios que decorrem dos princípios teóricos da AD, frente à questão e os objetivos da pesquisa. Em decorrência disso, Orlandi (2012, p. 66) assevera ser a formação de um *corpus* “um movimento de compreensão que se sustenta em uma primeira etapa de análise”, onde se apreende o objeto linguístico como elemento em uma cadeia semântica. A classificação de agrupamento de textos de um *corpus* como unidade

tópica ou não-tópica no emaranhado do interdiscurso é resultado de um primeiro tratamento de análise superficial do material simbólico coletado. A percepção de um conjunto de textos como decorrente de uma determinada rede semântica é uma operação executada pelo analista que, imbuído de sua base teórica, observa as rotinas de produção e circulação dos sentidos na sociedade. Observa-se, assim, que a construção do *corpus* em AD já possui seu marco inicial mediado pela análise no qual intervém a teoria a todo o momento. Ele é delimitado a partir de coordenadas teóricas que permitem notar a geografia dos discursos no interior do universo discursivo. Para tanto, estabelece-se um dispositivo teórico-analítico que persegue o registro das práticas discursivas, enquanto lógica do funcionamento que enlaça em uma identidade discursiva uma ordem textual e uma ordem social, haja vista que a enunciação de um discurso pressupõe uma comunidade, um grupo específico sociologicamente caracterizável (MAINGUENEAU, 1997).

Com o propósito de corresponder às expectativas que norteiam esta pesquisa, constitui-se este *corpus* considerando a proposição de Maingueneau (2008b), segundo a qual a seleção dos dados deve se dar por um saber sócio-histórico preliminar sobre textos que permitirá a visualização de certo espaço de regularidades discursivas a ser descrito e interpretado para solucionar a problemática da pesquisa.

Desta forma, a qualidade da problemática, dos objetivos e das hipóteses de uma pesquisa particular em AD – regidos por saberes partilhados pela comunidade de pesquisadores – impõe os critérios de agrupamento dos textos que formatam o *corpus* sob o qual a análise se aprofundará. Decorre deste fato a afirmação de Maingueneau (2008b) segundo a qual a delimitação das unidades de análise discursiva seja uma configuração original do analista, evitando-se uma abordagem meramente especular da relação entre o agrupamento de textos e sua tipologia discursiva. Neste sentido, Orlandi (2012, p. 64) afirma que embora a análise não seja objetiva, ela deve “ser o menos subjetiva possível, explicitando o modo de produção de sentidos dos objetos em observação”. Mediante o aporte teórico do atual estado de arte da AD, Maingueneau (2008b) declara que é necessário justificar explicitamente a construção do dispositivo de leitura de discurso, apoiando-se em princípios e técnicas que regulam esse tipo de atividade hermenêutica.

Assim, ao serem selecionados em função de uma problemática forjada pelos construtos teóricos da AD, os dados deste trabalho não são entendidos como meras ilustrações, mas como “fatos de linguagem com sua memória [e] sua espessura semântica” (ORLANDI, 2012, p. 63). Neste prospecto de enquadramento de dados empíricos (superfície simbólica) em um processo discursivo particular, a seleção dos textos para a composição do

corpus desta pesquisa obedece a critérios de ordem enunciativo-discursiva que evidenciam, em função dos seus objetivos e hipóteses, uma prática restrita de produção de sentidos: a propaganda de governo do estado do Pará.

Deste modo, para agrupar e sequenciar textos para o *corpus* consideram-se os seguintes critérios:

- (i) As materialidades simbólicas devem estar inscritas no mesmo espaço discursivo, ou mais precisamente devem ser produções textuais identificadas pelos setores de atividades da sociedade como pertencentes a um mesmo espaço de prática discursiva localizável social e cronologicamente.
- (ii) As materialidades simbólicas devem possuir as mesmas configurações genéricas, entendidas como tipos relativamente estáveis de enunciados (BAKHTIN, 1997) em dada situação de comunicação; ou seja, textos cuja cena genérica esteja diretamente vinculada à prática discursiva que se conforma com o espaço de discurso assumido neste estudo.

Por meio da articulação entre os conceitos da AD que cimentam este trabalho, apresentar-se-á na seguinte subseção o agrupamento e o sequenciamento dos dados efetuados de acordo com as duas diretrizes acima. Em linhas gerais, pretende-se uma visão orgânica dos textos selecionados que, ao serem frequentados analiticamente, possam revelar pelas lentes da teoria um espaço de discurso singular, assim como implicações de posicionamento. Valendo-se, pois, destes critérios com o intuito de balizar a passagem da superfície linguística para o processo discursivo, espera-se compor um conjunto de textos que possa ser classificado como uma unidade de análise discursiva original nos termos de Maingueneau (2008b). Além do mais, é importante considerar neste processo de agrupamento que o texto não é o objeto final de sua explicação, ele é assumido, segundo Orlandi (2012, p. 72), “como [elemento] que permite ter acesso ao discurso”. Logo, cada texto a ser analisado é entendido como “rastros de um discurso no qual a fala é encenada” (MAINGUENEAU, 2010, p. 205).

Mediante a explicitação formal dos critérios que balizam a constituição do *corpus* desta pesquisa, a seleção de dados é operacionalizada em torno de dois eixos: espaço de discurso em que tais textos são produzidos e seus aspectos comunicacionais. O primeiro eixo, de natureza mais reflexiva, permite a remissão dos textos à determinada rede sentidos, isto é, a certas zonas de restrição semântica que formatam práticas discursivas. O segundo eixo, de natureza mais prática, permite, em decorrência do primeiro, o sequenciamento dos textos a

partir de um ponto de vista sociológico: normas associadas aos gêneros de discurso (MAINGUENEAU, 2010).

4.1. O espaço discursivo de recorte dos dados

Pelo primeiro eixo, pode-se propor a partir das explorações das propriedades globais dos campos da política e da propaganda [ver seção 3] uma delimitação hipotética de um espaço de discurso singular que resulta da convergência dos sentidos de dois campos discursivos: a atividade de propaganda governamental. Ao se observar as propriedades gerais destes dois campos, tal espaço de agenciamento de sentidos que resulta no processo de enunciação da propaganda governamental se atualiza em diversas práticas discursivas da política dos estados democráticos e sociais sob a égide de distintas entidades da governança pública: municípios, estados e federação. Para conferir maior precisão ao critério que visa configurar o *corpus* deste trabalho em relação à determinada rede de sentido, assume-se como espaço discursivo a propaganda de governo do estado do Pará em uma situação de enunciação determinada no tempo: a gestão desta esfera de governo pelo PSDB no período de 2011 a 2014. A apreensão desta prática discursiva pela rede teórica da AD, mediante sua lógica de funcionamento textual e social, pode ser delimitada para fins analíticos como um espaço discursivo singular.

Será possível, deste modo, atendendo aos critérios para a seleção dos dados, realizar efetivamente análises em torno da cena de enunciação e do *ethos* discursivo patentes à prática de propaganda de governo do estado do Pará, fenômenos discursivos por meio dos quais os sujeitos da instância política manifestam seus posicionamentos político-ideológicos.

Sob a perspectiva desta primeira diretriz, identifica-se, portanto, o espaço discursivo onde os textos da propaganda de governo do estado do Pará são geridos por grupos filtrados pelas coerções de uma semântica global que desenha a geometria de uma prática discursiva intrincada entre o setor da política de estado democrático e social e o da propaganda enquanto sistema englobado pelo campo da comunicação midiática. A partir do trabalho do interdiscurso, estes campos de atividades interagem no espaço público social, mantendo relações de dependência/autonomia, onde são preservadas as finalidades que lhe são próprias (CHARAUDEAU, 2013a).

O *corpus* desta pesquisa, observadas as condições de existência dos textos em um espaço discursivo apreensível por critérios teóricos, se constitui por filmes digitais de propaganda governamental do estado do Pará veiculados entre os anos de 2011 a 2014,

período correspondente à administração do PSDB. Vislumbrado como um agrupamento de textos elaborados sob os mesmos parâmetros comunicacionais, este *corpus* pode ser classificado como uma unidade tópica de análise discursiva, pois se estabelece no interior de fronteiras “pré-recortadas pelas práticas sociais [e] se articula em torno da categoria de gênero do discurso, entendido [...] como dispositivo de comunicação sócio-historicamente determinado” (MAINGUENEAU, 2015, p. 66). Objetivamente, este agrupamento reflete a trajetória enunciativa da propaganda oficial do governo do estado do Pará. Trajetória esta que permite ao sujeito da instância cidadã interpretar tais textos oficiais de modo peculiar, conferindo-lhes sentido por meio de um contexto acional híbrido, tangenciado simultaneamente pelo dizer da política e pelo dizer da propaganda.

4.2. Configurações genéricas dos dados da pesquisa

Conforme o segundo eixo proposto nesta pesquisa para organização dos dados, é possível sequenciá-los observando a situação de comunicação por meio da qual eles se instituem sem perder de vista seu contexto de emergência discursiva. Neste sentido, Possenti (2009, p. 154), afirma o caráter relativo entre uma zona de identidade discursiva e as materialidades sógnicas que lhe são atribuíveis: “o texto [faz] parte da própria discursividade, na medida em que um discurso, em decorrência de sua semântica global, parece preferir certos gêneros a outros”. Assim, a situação de comunicação de um gênero de discurso decorre de parâmetros que se estabelecem conforme as necessidades do discurso como propõe Maingueneau (2010). Trata-se de uma superfície textual (enunciados verbo-visuais) historicamente determinada que é produzida observando as mesmas normas comunicacionais.

Pode-se dizer, deste modo, que as práticas de propaganda governamental assumem configurações genéricas prototípicas, preferindo determinadas instituições de fala a outras. No caso particular da propaganda de governo do estado do Pará, destacam-se os filmes digitais de propaganda elaborados pela técnica de *motion graphics* que resultam da junção de uma base linguística (oral e ortográfica) e de outra imagética.

Para conferir maior direcionamento aos propósitos desta pesquisa, a partir do segundo eixo operacionalizou-se, em função de sua rápida difusão midiática, uma seleção de filmes digitais de propaganda governamental, etiquetados como anúncios ou peças de propaganda. Trata-se de um gênero discursivo que mobiliza cifras milionárias⁹ e que possui grande alcance

⁹ Conforme números do Portal da Transparência (2010), o Governo do Estado do Pará pagou aproximadamente R\$ 58 milhões com despesas de serviços de comunicação à Agência Griffó entre os anos de 2011 a 2014.

comunicacional em função da popularização dos modernos suportes midiáticos como a televisão, o rádio e a internet.

Configurado por textos de arquivo coletados diretamente na agência de publicidade/propaganda Griffó com previa autorização da Secretaria de Estado de Comunicação (SECOM), o *corpus* engloba 52 filmes dessa natureza genérica distribuídos em quatro subconjuntos de 13 filmes de acordo com o ano de registro (2011/2012/2013/2014). Cada texto fílmico é identificado nos subconjuntos obedecendo à ordem de 01 a 13, antecedido da letra T (texto) e seguido da indicação do ano do registro (Ex. T01/2011, T02/2011, T03/2011... T01/2012... T13/2014).

Considerando-se esta identificação, apresenta-se a seguir um espelho dos dados sequenciados de acordo com categorias pré-estabelecidas nos setores de atividade da comunicação social, tais como denominação da campanha de propaganda, número de registro da campanha, título/versão do filme, data de registro do filme, assunto roteirizado. Em relação à categoria número de registro, verificam-se duas indicações diferentes: CBP e Ancine. Elas correspondem conjuntamente à certificação de produto brasileiro de obras audiovisuais que é expedido pela Agência Nacional de Cinema segundo Instrução Normativa nº 104 da referida agência.

A seguir a apresentação dos dados segundo as categorias próprias designadas pelos atores sociais qualificados discursivamente para a produção destas materialidades:

Quadro 1 – Apresentação das informações gerais dos anúncios fílmicos da propaganda de governo do Estado do Pará sob a administração do Partido da Social Democracia Brasileira (PSDB) entre os anos de 2011 e 2014.

Identificação/corpus	Campanha	Título	Número de Registro	Data de registro	Temática
T01/2011	O Pará que a gente faz	Governo 2011 03	CBP 090800699811 2011 1	23/09/2011	Segurança pública
T02/2011	O Pará que a gente faz	Governo 2011 04	CBP 090800699811 2011 1	23/09/2011	Saúde
T03/2011	O Pará que a gente faz	Governo 2011 5	CBP 090800699811 2011 1	23/09/2011	Saúde
T04/2011	O Pará que a gente faz	Governo 2011 6	CBP 090800699811 2011 1	23/09/2011	Infraestrutura
T05/2011	O Pará que a gente faz	Governo 2011 5	CBP 090800699811 2011 1	23/09/2011	Promoção cidadã
T06/2011	O Pará que a gente faz	Governo 2011 07	CBP 090800699811 2011 1	23/09/2011	Habitação
T07/2011	O Pará que a gente faz	Governo 2011 08	CBP 090800699811 2011 1	23/09/2011	Meio ambiente
T08/2011	O Pará que a gente faz	Governo 2011 09	CBP 090800699811 2011 1	23/09/2011	Promoção cidadã
T09/2011	O Pará que a gente faz	Governo 2011 10	CBP 090800699811 2011 1	23/09/2011	Nomeação pública
T10/2011	O Pará que a gente faz	Governo 2011 13	CBP 090800699811 2011 1	23/09/2011	Saneamento
T11/2011	O Pará que a gente faz	Governo 2011 14	CBP 090800699811 2011 1	23/09/2011	Segurança e saúde
T12/2011	O Pará que a gente faz	Governo 2011 22	CBP 090800699811 2011 1	23/09/2011	Educação
T13/2011	O Pará que a gente faz	Governo 2011 23	CBP 090800699811 2011 1	23/09/2011	Habitação
T01/2012	Pacto pelo Pará	Governo 2012 2	CBP 030800775611 2012 1	09/04/2012	Infraestrutura
T02/2012	Pacto pelo Pará	Governo 2012 3	CBP 030800775611 2012 1	09/04/2012	Gestão
T03/2012	Pacto pelo Pará	Governo 2012 4	CBP 030800775611 2012 1	08/05/2012	Saneamento
T04/2012	Pacto pelo Pará	Governo 2012 5	CBP 030800775611 2012 1	09/04/2012	Segurança

T05/2012	Pacto pelo Pará	Governo 2012 15	CBP 030800760347 2012 4	09/04/2012	Infraestrutura
T06/2012	Pacto pelo Pará	Governo 2012 16	CBP 030800775611 2012 1	09/04/2012	Educação
T07/2012	Pacto pelo Pará	Governo 2012 17	CBP 030800775611 2012 1	09/04/2012	Escritório da ONU
T08/2012	Pacto pelo Pará	Governo 2012 18	CBP 030800775611 2012 1	09/04/2012	Habitação
T09/2012	Pacto pelo Pará	Governo 2012 19	CBP 030800775611 2012 1	09/04/2012	Saúde
T10/2012	Pacto pelo Pará	Governo 2012 20	CBP 030800760347 2012 4	09/04/2012	Emprego e renda
T11/2012	Pacto pelo Pará	Governo 2012 21	CBP 030800775611 2012 1	21/06/2012	Agricultura
T12/2012	Pacto pelo Pará	Governo 2012 22	CBP 030800775611 2012 1	09/04/2012	Saúde
T13/2012	Pacto pelo Pará	Governo 2012 23	CBP 030800775611 2012 1	09/04/2012	Educação/saúde
T01/2013	Pacto pelo Pará	Governo – 15	Ancine 03080081499120125	11/01/2013	Tributos
T02/2013	Pacto pelo Pará	Governo – 16	Ancine 03080081499120125	11/01/2013	Educação
T03/2013	Pacto pelo Pará	Governo – 17	Ancine 03080081499120125	30/01/2013	Saúde
T04/2013	Pacto pelo Pará	Governo 21	CPB 030800775611 2012 1	06/02/2013	Lazer/carnaval
T05/2013	Pacto pelo Pará	Governo 22	CPB 030800814991 2012 5	07/02/2013	Saneamento
T06/2013	Pacto pelo Pará	Governo 23	CPB 030800814991 2012 5	15/03/2013	Transporte
T07/2013	Pacto pelo Pará	Governo 24	CPB 030800814991 2012 5	15/03/2013	Obras diversas
T08/2013	Pacto pelo Pará	Governo 2013	Ancine 20130224790009	26/06/2013	Segurança
T09/2013	Pacto pelo Pará	Governo 2013 01	Ancine 20130224790009	26/06/2013	Infraestrutura
T10/2013	Pacto pelo Pará	Governo 2013 07	Ancine 20130224790009	12/07/2013	Serviços diversos
T11/2013	Pacto pelo Pará	Pacto pelo Pará 19	Ancine 20130375780002	14/12/2013	Educação

T12/2013	Pacto pelo Pará	Pacto pelo Pará 22	Ancine 20130375780002	03/12/2013	Infraestrutura
T13/2013	Pacto pelo Pará	Pacto pelo Pará 34	Ancine 20130375780002	27/12/2013	Educação
T01/2014	Pará em obras	Pará em obras 03	Ancine 20140599280003	21/03/2014	Títulos de terras
T02/2014	Pará em obras	Pará em obras 06	Ancine 20140599280003	26/03/2014	Obras diversas
T03/2014	Pará em obras	Pará em obras 02	Ancine 20140599280003	21/03/2014	Promoção cidadã
T04/2014	Pará em obras	Pará em obras 4	Ancine 20140599280003	24/03/2014	Obras diversas
T05/2014	Pará em obras	Pará em obras 16	Ancine 20140599280003	25/04/2014	Transporte
T06/2014	Pará em obras	Pará em obras 14	Ancine 20140599280003	25/04/2014	Obras diversas
T07/2014	Pará em obras	Pará em obras 01	Ancine 20140599280003	21/03/2014	Infraestrutura
T08/2014	Pará em obras	Pará em obras 08	Ancine 20140599280003	01/04/2014	Saúde
T09/2014	Pará em obras	Pará em obras 09	Ancine 20140599280003	03/04/2014	Obras diversas
T10/2014	Pará em obras	Pará em obras 10	Ancine 20140599280003	09/04/2014	Obras diversas
T11/2014	Pacto pelo Pará	Pacto pelo Pará 46	Ancine 20130375780002	27/02/2014	Lazer
T12/2014	Pacto pelo Pará	Pacto pelo Pará 35	Ancine 20130375780002	06/01/2014	Infraestrutura
T13/2014	Pacto pelo Pará 37	Pacto pelo Pará 37	Ancine: 2013 037 578 000 2	24/01/2014	Promoção cidadã

O agrupamento destes textos em função das mesmas categorias pré-estabelecidas pela prática comunicacional dos setores da propaganda indica que tais gêneros se comportam como “instituições de fala através das quais se opera a articulação entre os textos e as situações onde eles se manifestam” (MAINGUENEAU, 2010, p. 200). Verifica-se que os 52 anúncios-filmes selecionados a partir de situação de comunicação dada seguem um modelo genérico com certo grau de estabilidade. Essa configuração genérica pode ser verificada pelos seguintes parâmetros da situação de comunicação dos dados apresentados no quadro acima: a) uma finalidade: expor aos cidadãos as realizações da gestão pública; b) um estatuto para os parceiros: a fala parte de profissionais detentores de um saber-fazer político e comunicacional para os indivíduos da instância cidadã paraense; c) circunstâncias apropriadas: gestão da máquina pública de estado por um partido de centro-esquerda; d) um modo de inscrição na temporalidade: anúncios de 30 segundos veiculados à medida que as ações de estado vão sendo efetivadas; e) um suporte: filmes em formato digital divulgados pela televisão aberta, por emissoras de rádio e pelos *websites* e redes sociais oficiais.

4.3. Tratamento dos dados da pesquisa

No capítulo de apresentação dos dados coletados para a discussão da problemática que orienta esta pesquisa, cabe expor os procedimentos que formaram a base para a interpretação das categorias analíticas: cenas de enunciação e *ethos*. Considera-se neste *corpus*, conforme perspectiva teórica da AD, o termo “texto” com acepção dinâmica de enunciado a partir da aceitação de que qualquer materialidade de base oral, gráfica ou visual, ao entrar na cadeia responsiva da comunicação, adquire estatuto de unidade enunciada. Isto significa que as falas transcritas ortograficamente dos anúncios e as sequências de imagens articuladas nos anúncios são consideradas como materialidades difundidas no período recortado para este estudo.

Compilados os dados da pesquisa, como se verifica no espelho do *corpus* acima, realizou-se um exame na superfície de cada peça de propaganda, considerando-se aspectos verbais e visuais que melhor explicitassem as categorias objetivadas. Ao longo da teorização dos dados durante a análise, reproduzem-se integralmente tais sequências ou apenas trechos de onde se infere as proposições da interpretação. Durante este procedimento, para asseverar aspectos da análise, sublinham-se, nestes excertos extraídos do *corpus*, indícios textuais que corroborem pontualmente a interpretação. Para dar objetividade a este percurso, suprimem-se

trechos considerados desnecessários à verificação das categorias, movimento este que é indicado por meio das reticências entre colchetes.

Ilustra-se, a partir do registro de uma das peças do *corpus*, a operacionalização desse procedimento. Para evidenciar o apagamento das marcas de subjetividade dos locutores implicados na cena de enunciação do governo do estado do Pará, assume-se o registro das falas em T09/2013 para verificar como se erige a dêixis de pessoa que visa conferir legitimidade ao mundo de sentidos do posicionamento socialdemocrata da comunidade de políticos que gerem a máquina admirativa do estado.

Quadro 2 – Apresentação do modelo de registro dos dados gerais das peças

T09/2013

Locutor: Novas estradas para o nordeste paraense. (Esse é o Pará que a gente faz e juntos vamos fazer mais). O governo entrega a nova PA-127, a rodovia que leva a Igarapé Açú, Maracanã e Magalhães Barata ganhou asfalto de qualidade e sinalização. A estrada da Colônia do Prata também foi asfaltada. As novas rodovias dão mais segurança e melhoram a economia da região. A população comemorou. Governo do Pará: o governo e você juntos.

DADOS GERAIS DE REGISTRO	Cliente: GOVERNO DO ESTADO
	Agência: GRIFFO
	Produtora: 3D PRODUÇÕES
	Título versão: Governo 2013 01
	Duração: 30''
	Edição: Gui Costa Leite
	<i>Motions Graphics</i> : Ariel Santos
	Coordenador de produção: Pablo Sá
	Direção: Aladim Júnior
	Direção geral: Zé Paulo Vieira da Costa
	Ancine: 2013 022 479 000 9
	Referência: Estradas Nordeste
	Data: 26/06/2013
MEIO FÍSICO DE DIVULGAÇÃO	TV aberta; Rádio; Internet (site oficial e redes sociais – <i>Facebook, Youtube e Twitter</i>).

Na sequência verbal do registro do anúncio acima, identifica-se um conjunto de verbos flexionados em terceira pessoa como pontos de ancoragem para a inscrição da subjetividade na linguagem. Trata-se de uma fala centrada na imagem dos seres delocutados (o governo, as rodovias, a estrada e a população), cuja presença do locutor não se manifesta pelas formas pronominais de primeira pessoa, evidenciando-se um componente da ancoragem dêitica por meio da qual se edifica o mundo de sentidos da socialdemocracia. Por meio deste movimento, operacionaliza-se o recorte e os destaques na sequência com vistas a demonstrar tal realidade linguístico-discursiva e apontar os sentidos aí implicados.

[...] O governo entrega a nova PA-127, a rodovia que leva a Igarapé Açú, Maracanã e Magalhães Barata ganhou asfalto de qualidade e sinalização. A estrada da Colônia do Prata também foi asfaltada. As novas rodovias dão mais segurança e melhoram a economia da região. A população comemorou [...].

Este procedimento foi efetivado com os demais textos do *corpus* e gerou um itinerário de (57) excertos/trechos dispostos ao longo do corpo da análise, independentemente da ordem temporal em que os anúncios foram veiculados na mídia paraense.

Cabe ressaltar que, devido às vicissitudes de interpretação da cena englobante durante o percurso de análise, constituiu-se um *corpus* auxiliar com quatro textos de arquivo. *Corpus* este analisado segundo o mesmo procedimento mencionado nas linhas precedentes desta subseção, cujos excertos/trechos estão inclusos na contagem acima.

5. OS MODOS DE ENUNCIÇÃO DA PRÁTICA DISCURSIVA POLÍTICO-MIDIÁTICA DO GOVERNO DO ESTADO DO PARÁ: ANÁLISE DE ANÚNCIOS VEICULADOS NA GESTÃO 2011-2014

Observadas as orientações teórico-metodológicas que dão suporte a esta pesquisa, mais especificamente aquelas centradas na perspectiva de Maingueneau (2008a, 2008b), expõem-se nas linhas subsequentes os resultados das análises dos dados com o intuito de evidenciar os sentidos relativos à enunciação da propaganda de governo do estado do Pará.

5.1. A cena englobante da prática discursiva político-midiática do governo do estado do Pará

As proposições de Maingueneau (2008a) acerca do sistema de restrições semânticas desdobram-se em conceitos que procuram dar conta dos processos de materialização das superfícies discursivas. Desenhou-se, com base na abordagem adotada por este autor, um panorama de trabalhos dedicados a verificar a relação entre trajetos de sentido e os mecanismos de textualização dos discursos. Nesta perspectiva, a noção de cena englobante, um dos aspectos da enunciação de um discurso, tem sido recuperada em análises discursivas objetivando apontar preliminarmente “o recorte de um setor da atividade social” (MAINGUENEAU, 2015, p. 118) no qual um texto, um enunciado, um gênero discursivo se inscreve.

Para delinear um modelo conceitual que descreva adequadamente a progressão enunciativa em dado contexto acional, Maingueneau (2015, p. 118) parte do princípio de que “devemos determinar a que título [um gênero de discurso qualquer] nos interpela, se ele é resultante do discurso político, publicitário, religioso...”. Recorre-se, nesse sentido, à competência interdiscursiva como ideia segundo a qual o sujeito reconhece, por meio de um saber mais ou menos consciente, certas regularidades do “terreno” discursivo de onde provêm os enunciados com os quais se defronta no cotidiano. Deste modo, a cena englobante não é apenas um elemento isolável do dispositivo da comunicação discursiva, mas parte integrante de um sistema regido por restrições semânticas que definem os planos constitutivos da ordem discursiva. Trata-se do processo de constituição do enunciado pelas restrições da grade semântica de uma zona de regularidades discursiva, realidade que permite com que as

materialidades sígnicas sejam interpretáveis, avocando sentidos de ordem política, religiosa, literária etc.

Para o estudioso do discurso (diferentemente do leitor usual de textos) não se trata de indicar intuitivamente o tipo de discurso a que pertence sua configuração de textos, mas de fundamentar e justificar explicitamente a análise da cena englobante na interdiscursividade relativa à configuração de seu *corpus*, explorando até as últimas consequências a dimensão do espaço discursivo que “deve resultar apenas de hipóteses fundadas sobre um conhecimento de textos e um saber histórico” (MAINGUENEAU, 1997, p. 117).

O investimento em análises sobre a cena englobante de uma seleção de textos enriquece objetivamente a interpretação dos sentidos tributáveis aos gêneros em decorrência de sua aparição na cadeia da comunicação discursiva. Sob tal ângulo, observa-se que o estatuto semântico do discurso define as características de uma publicação e seu estatuto pragmático ao projetar a cena englobante por meio da qual se pode interpretar um enunciado. Diante da operacionalidade desta noção em particular, tem-se integradas, assim, as propriedades específicas ligadas aos participantes e ao seu modo de enunciação, que se apoiam sob uma competência subjetiva histórico-ideológica que define o contexto acional de cada enunciado. Quando se fala em cena englobante como um dos níveis de progressão do enunciado, fala-se igualmente da vertente pragmática do discurso relacionada às condições de legitimação do dizer. Ou seja, tal cena constitui-se, mediante as restrições de um discurso, como uma condição legitimadora do enunciado.

A cena englobante, portanto, é resultante da competência interdiscursiva dos sujeitos que imersos em uma conjuntura sociohistórica transitam por diversas comunidades discursivas. Ela vincula-se à capacidade de interpretar os sentidos de cada enunciado segundo as redes de memória que são tecidas no espaço social. Poder-se-ia considerá-la como uma condição indispensável que subjaz ao sentido dos enunciados, assinalando seu lugar de inscrição social e discursiva.

Justificada nas linhas precedentes a postura teórica que encaminhará a análise da cena englobante da prática político-midiática do governo do estado do Pará, duas dificuldades imediatas emergem a partir da seleção das peças que compõem o *corpus*: (i) sua origem enquanto superfície textual condicionada por uma cena englobante tensionada entre diferentes lugares de produção discursiva e (ii) a maneira pela qual se pode descrever analiticamente os dados em relação a este lugar de intersecção.

Conforme modelo de análise proposto por Maingueneau (2008a), em que não há interrupção ou mesmo sucessão de planos discursivos, o acesso à interdiscursividade que

condiciona certa materialidade s gnica recortada em fun o de uma problemática discursiva permite resolver as dificuldades elencadas no parágrafo anterior acerca das bases sob as quais se constitui a cena englobante da enuncia o. Reafirma-se no prospecto da análise do *corpus* deste trabalho princípios e técnicas que regulam a atividade hermenêutica em AD, bem como o fato de que a identifica o das regularidades de um discurso não tem nada de evidente. Assim, não sendo dada aprioristicamente, uma taxonomia discursiva resulta de escolhas e hipóteses do pesquisador como tem sustentado Maingueneau (2008a).

A observa o do contexto acional dos 52 anúncios da propaganda de governo do estado do Pará que constitui o *corpus* em análise aponta para uma prática discursiva tensionada entre dois mundos de sentidos que se entrecruzam harmoniosamente no espaço público contemporâneo, isto  , a associa o entre um dizer-fazer da política e um dizer-fazer da propaganda. O investimento na identifica o da cena englobante que articula esses 52 textos abre espaço para a constru o de um *corpus* de apoio onde se pode inferir acerca da heterogeneidade constitutiva da qual se descentra a superfície da propaganda de governo do estado do Pará de 2011 a 2014, tomada aqui como unidade de análise. Para tanto, em fun o das inquieta es que impulsionam esta pesquisa, assume-se as seguintes materialidades (enquanto unidades de sentido) da conjuntura histórico-social mais recente que legitimam as condi es de enunciabilidade da propaganda de governo brasileira, bem como favorecem a interpreta o da cena englobante da propaganda oficial paraense enquanto prática dotada de corpo institucional:

- a. Lei n  12.232, de 29 de abril de 2010, sobre as normas gerais para licita o e contrata o pela administra o pública de serviços de agências de propaganda;
- b. Lei n  4.680, de 18 de junho de 1965, que versa sobre o reconhecimento legal das atividades da propaganda enquanto setor profissional aut nomo;
- c. Normas-padrão da atividade publicitária de 1998, acordado por conselho executivo formado por entidades do setor midiático brasileiro;
- d. Programa do Partido da Social Democracia Brasileira – PSDB;

Pode-se dizer, com base em uma perspectiva histórico-ideológica, que a dispersão dos anúncios-filmes da propaganda de governo do estado do Pará no período de 2011 a 2014 (período em que a máquina administrativa da referida esfera executiva era administrada pelo PSDB) está efetivamente relacionada a uma memória discursiva que engendra as

possibilidades do que pode e deve ser dito às pessoas afetadas pelas ações da administração pública.

Cabe comentar quanto à seleção destes quatro textos de apoio que não se tem por objetivo realizar um juízo de valor acerca da validade dos sentidos impressos neles ao longo do tempo, mas de asseverar a realidade interdiscursiva que está na base da construção da cena englobante que articula os 52 textos selecionados para esta pesquisa. Sob esta tutela, é possível considerar mediante tais relações interdiscursivas que a constituição da prática discursiva político-midiática de governo “pode deixar-se descrever em termos de operações regulares sobre formações discursivas já existentes” (MAINGUENEAU, 2008a, p. 34).

É importante mencionar que, em uma primeira aproximação analítica dos anúncios-filmes da propaganda em questão, seria conveniente identificar a cena englobante que articula tais materialidades no restrito eixo da comunicação política, conforme definida por Rego (1985). Entretanto, o contraste dos conceitos adotados neste trabalho com o *corpus* de unidades enunciativas já sequenciadas levanta dificuldades de ordem discursiva que afastam a apreensão da cena englobante enquanto estatuto pragmático relativamente estável de um único “tipo de discurso”, dada a fragmentação do espaço social em múltiplos setores de atividades interdependentes, como se constata em Maingueneau (2010) e Charaudeau (2013a; 2013b). Portanto, a cena englobante da propaganda de governo não é de fácil identificação, dado que setores de atividade diferentes se coadunam para a produção da materialidade alvo desta pesquisa. Essa dificuldade pode ainda ser aprofundada quando se pensa a constituição da cena englobante da propaganda de governo alinhada a distintos quadros de qualificação dos enunciadores perceptíveis mediante a consideração do interdiscurso que age como fator de qualificação dos sujeitos das práticas discursivas da política e da propaganda.

Para garantir concretude à interpretação da cena englobante faz-se necessário, portanto, relacionar o *corpus* deste estudo às determinações de uma rede de memória e de trajeto de sentidos projetados por meio da hipótese de uma possível recepção em função de uma competência interdiscursiva que leva um sujeito a determinar a que título cada anúncio-filme do governo do estado do Pará o interpela.

O primeiro texto selecionado do *corpus* de apoio constitui-se por um conjunto de normas para disciplinar a associação entre esferas do poder público e agências de propaganda. Neste documento, indica-se implicitamente o reconhecimento pelo poder público da interdependência e autonomia dos setores implicados na construção da prática da propaganda de governo. Nesta direção, tal prática de propaganda pode ser caracterizada provisoriamente

como esporádica e fugaz em decorrência das alternâncias operadas em tal lugar de discursividade: mudanças de partidos com perfis ideológicos opostos, assim como mudança de agências de propaganda em função da aprovação de seus *briefing* mediante processo licitatório. Este reconhecimento implícito pode ser corroborado no artigo de lei a seguir:

(1) Lei nº 12.232

Art. 1º Esta Lei estabelece normas gerais sobre licitações e contratações pela administração pública de serviços de publicidade prestados necessariamente por intermédio de agência de propaganda, no âmbito da União, dos Estados, Distrito Federal e dos Municípios.

Nota-se que a voz oficial refere-se às práticas de propaganda como um setor de atividade bem delimitado que se estrutura originalmente fora das fronteiras do trabalho político das esferas governamentais. Em tese, isso permite dizer que a atividade de propaganda não deve se constituir como central na ação política das esferas administrativas, mas que em virtude do princípio da publicidade dos atos de governo e do direito do cidadão à informação, ela constitui-se como lugar de mediação na configuração do espaço público¹⁰ paraense. De modo geral, no contexto particular da política de Estado brasileira recorre-se ao campo da propaganda como lugar de ações especializadas, onde se trabalha a apresentação do dizer por meio de técnicas que visam ao convencimento do público sobre conteúdos vinculados aos mais diversos setores da sociedade.

Para asseverar o reconhecimento das fronteiras da propaganda pelas esferas da gestão pública sob a orientação de partidos políticos específicos, corroborando a percepção da intersecção entre dois campos discursivos com finalidades sociais distintas, observa-se no excerto abaixo a circularidade conferida à definição de serviços de publicidade no registro discursivo político materializado na Lei Federal em análise:

(2) Lei nº 12.232

Art. 2º Considera-se serviços de publicidade o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução interna e a distribuição da publicidade em veículos e demais meio de divulgação, com o objetivo de promover a venda de bens e serviços de qualquer natureza, difundir ideia e informar o público em geral.

A presença do outro discursivo da propaganda traduzido nas linhas oficiais acima demonstra a delimitação recíproca entre identidades discursivas situadas em campos

¹⁰ Utiliza-se, neste trabalho, a concepção de espaço público de acordo com os sentidos propostos por Habermas (1984 apud SOUSA, 2006): espaço democrático onde se formam as opiniões e as decisões políticas por meio do debate e do uso público da razão argumentativa.

diferentes que concorrem em uma perspectiva de aliança. Ao que tudo indica, os processos da propaganda de governo efetivam um espaço comum de enunciação submetido a distintas grades semânticas responsáveis pela configuração da cena englobante dos diversos gêneros aí produzidos.

Ao analisar a cena englobante da propaganda do governo do Pará, considerando-se sua relação com uma memória discursiva político-midiática para comprovar seu lugar de inscrição social, é imprescindível considerar o estatuto dos enunciadores em razão das condições de emprego dos anúncios oficiais veiculados pela TV aberta constitutivos do *corpus* principal desta pesquisa. Assim, além de apontar especificidades que limitam as ações da propaganda em relação à prática política de Estado, os sentidos da Lei nº 12.232 indicam o nível de qualificação da comunidade discursiva que se encontra na posição de produtor dos enunciados. Nesse sentido, os dois excertos abaixo alargam as percepções em torno do contexto acional das 52 peças de propaganda do *corpus* principal desta investigação. Em (3), considerada a especificidade dos serviços de publicidade, recorre-se no próprio texto à dimensão profissional dos sujeitos que dão corpo ao fazer especializado das agências de propaganda. Em (4), indica-se de modo mais apropriado a autonomia técnica deste setor contratado a partir de parecer do Conselho que valida o funcionamento das agências por meio de mecanismos de autorregulação.

(3) Lei nº 12.232

Art. 4º Os serviços de publicidade [...] serão contratados em agências de propaganda cujas atividades sejam disciplinadas pela Lei 4.680 [...] e que tenham obtido certificado de qualificação técnica de funcionamento.

(4) Lei nº 12.232

§ 1º O certificado de qualificação técnica de funcionamento [...] poderá ser obtido perante Conselho Executivo das Normas-Padrão – CENP, entidade sem fins lucrativos, integrado e gerido por entidades nacionais que representam veículos, anunciantes e agências [...] legalmente reconhecida como fiscalizadora e certificadora das condições técnicas das agências de propaganda.

Evoca-se, implicitamente, o processo de qualificação relacionado à competência de comunicação das práticas de propaganda que deve obrigatoriamente ser respeitado pelos órgãos oficiais. Tal imperativo legal assevera o caráter interdependente das práticas da propaganda no espaço público brasileiro, ao referir-se a um corpo de práticas com suas próprias rotinas.

Observa-se que a voz oficial expressa pela Lei Federal nº 12.232 aponta para o estatuto dos enunciadores autorizados a trabalhar legitimamente na produção da massa textual sob o

rótulo de propaganda oficial. Dadas estas primeiras impressões de ordem discursiva, entende-se que a conjugação do mundo da propaganda no cenário da administração pública induz à percepção de que a cena englobante da propaganda oficial é condicionada por um quadro institucional “ligado a competências técnicas com finalidades controladas [cuja] legitimação passa em boa parte pela aquisição de diplomas” (MAINGUENEAU, 2008a, p. 132), descartando-se o fechamento da cena englobante que articula as 52 peças do *corpus* a uma restrição condicionada apenas pelos sentidos do campo político, para fazer valer a percepção de uma cena englobante que projeta também o contexto acional da propaganda como *práxis* de comunicação autonomizada.

O sentido imposto pelo dispositivo da cena de enunciação conforma-se com as determinações de zonas de saberes, crenças e poderes que constituem o espaço social. As condições efetivas de produção, circulação e leitura dos textos a partir de sua inscrição sociodiscursiva estabelecem-se em consonância com o contexto acional do discurso que confere o seu estatuto pragmático. A cena englobante, portanto, decorre de uma competência interdiscursiva singular que desenha o grafo de seu espaço documental, bem como define o estatuto necessário para se enunciar legitimamente e prever a leitura dos textos, trabalhando, neste sentido, sobre as bases do que Bakhtin (1997) define como instância de compreensão responsiva.

Para assegurar a validade deste percurso de verificação da cena englobante que caracteriza os textos do *corpus* principal, recorre-se aos textos de apoio (b) e (c), que associados ao campo da comunicação midiática, colaboram para o delineamento da massa documental pertinente à posição enunciativa das práticas da propaganda. Assim sendo, constata-se nos dois fragmentos seguintes de (b) aspectos inerentes à qualificação profissional exigida para conduzir o processo de enunciação no contexto das referidas práticas:

(5) Lei nº 4.680/1965

Art. 1º São publicitários aqueles que, em caráter regular e permanente, exerçam funções de natureza técnica da especialidade, nas Agências de Propaganda, nos veículos de divulgação, ou em quaisquer empresas nas quais se produza propaganda.

(6) Lei nº 4.680/1965

Parágrafo único. Para o [registro profissional], o Serviço de Identificação Profissional do Ministério do Trabalho exigirá os seguintes documentos: 1 - diploma de uma escola ou curso de propaganda; 2 - ou atestado de frequência, na qualidade de estudante; 3 - ou, ainda, atestado do empregador.

Observa-se nos excertos (5) e (6) o reconhecimento social de uma coletividade de enunciadores que se distingue por um posicionamento especializado. Coletividade sob a qual se impõem regularidades da memória discursiva que instaura a *práxis* de propaganda. Aceitando-se, de modo radical, que as condições de emprego dos textos em uma prática discursiva estabelecem cenas de enunciação, pode-se compreender que o estatuto dos enunciadores das práticas de propaganda incide no modo de interpelação dos sujeitos pelos anúncios de governo, condicionando o contexto acional de seus enunciados, mesmo que, conforme Charaudeau e Maingueneau (2012), a identidade enunciativa destas práticas seja de fraca consistência doutrinal. Assim, induzido pela grade semântica que regula a prática de comunicação de sua comunidade, o profissional da propaganda, ao atuar na produção dos anúncios-filmes de governo, investe deliberadamente na construção de cenografias para persuadir ou convencer o cidadão-espectador acerca das ações benéficas de governo. Verifica-se, entretanto, por esta mesma grade semântica, a imposição de um estatuto, conforme Charaudeau (2008b), cujo dizer não possui um compromisso com o processo de verificação, mas com a exposição atraente de uma realidade. Em outras palavras, trata-se de um estatuto de enunciador voltado à criação de expectativa e de desejo em sua instância de recepção por meio de suas práticas languageiras, como assevera Charaudeau (2008b). Logo, ao definirem seu estatuto de enunciação, os enunciadores que produzem as peças de propaganda em análise inscrevem-se, e com eles seus enunciatários, na mesma posição social: o espaço de persuasão político-ideológico do governo do estado do Pará em que se adota uma vocalidade específica como modelo de interação.

O texto (c), por seu turno, oferece indícios para asseverar a circularidade das atividades de propaganda enquanto zona de produção discursiva, podendo, inclusive, ser alinhada à visão de Maingueneau (2010), segundo a qual se trataria de uma realidade que levanta problemas específicos por infiltrar-se em qualquer zona do universo discursivo, captando-a ou subvertendo-a. Trata-se de um documento que revela uma autopercepção das fronteiras das atividades de propaganda pelas entidades implicadas¹¹ na construção do espaço midiático brasileiro. Além do mais, este documento de Normas-Padrão da Atividade Publicitária, assinado por representantes de anunciantes, de agências e de veículos de comunicação, define aspectos do relacionamento comercial e profissional do setor específico

¹¹ Implicadas no processo de comunicação propagandista encontram-se entidades como: ABA (Associação Brasileira de Anunciantes), ABAP (Associação Brasileira de Agências de Publicidade), FENAPRO (Federação Nacional das Agências de Propaganda), ANJ (Associação Nacional de Jornais), ANER (Associação Nacional de Editores de Revistas), ABERT (Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão), ABTA (Associação Brasileira de Telecomunicações por Assinatura) e Central de Outdoor.

da propaganda com os demais setores da sociedade. O documento recupera as principais definições que esboçam o fazer profissional da propaganda: publicidade ou propaganda, anunciante ou cliente, agência de propaganda, veículo de comunicação, agenciador, balcão de anúncios etc. Logo, com base nos sentidos atribuídos a estes termos pelos sujeitos envolvidos nas atividades de propaganda são instruídos os processos relacionais com os demais setores de atividades da sociedade.

Este terceiro documento serve de apoio para dizer não apenas a respeito da circularidade do setor de propaganda, mas também serve de base para apontar a possibilidade de sua inflexão nas esferas da administração pública e seu consequente desdobramento na cena englobante dos enunciados da propaganda oficial. Os excertos abaixo são amostras que ilustram a percepção do setor de propaganda como lugar de organização globalizante em contínua interação no espaço público:

(7) Normas-Padrão da Atividade Publicitária

2.1 As relações entre Agências, Anunciantes e Veículos são, a um só tempo, de natureza profissional, comercial e têm como pressuposto a necessidade de alcance da excelência técnica por meio da qualificação profissional e da diminuição dos custos de transação entre si, observados os princípios deste instrumento, a ética e as boas práticas de mercado, incentivando a plena concorrência em cada um desses segmentos.

(8) Normas-Padrão da Atividade Publicitária

3.1 Toda Agência, habilitada e certificada em conformidade com o item 2.5 e subitens destas Normas-Padrão, deve estar capacitada a prestar a seu cliente os seguintes serviços, além de outros que constituam seu desdobramento natural ou que lhes sejam complementares, agindo por ordem e conta do Cliente/Anunciante:

3.1.1 Estudo do conceito, ideia, marca, produto ou serviço a difundir, incluindo a identificação e análise de suas vantagens e desvantagens absolutas e relativas aos seus públicos e, quando for o caso, ao seu mercado e à sua concorrência;

3.1.2 Identificação e análise dos públicos e/ou do mercado onde o conceito, ideia, marca, produto ou serviço encontre melhor possibilidade de assimilação;

3.1.3 Identificação e análise das ideias, marcas, produtos ou serviços concorrentes;

3.1.4 Exame do sistema de distribuição e comercialização, incluindo a identificação e análise das suas vantagens e desvantagens absolutas e relativas ao mercado e à concorrência;

3.1.5 Elaboração do plano publicitário, incluindo a concepção das mensagens e peças (Criação) e o estudo dos meios e Veículos que, segundo técnicas adequadas, assegurem a melhor cobertura dos públicos e/ou dos mercados objetivados (planejamento de Mídia);

3.1.6 Execução do plano publicitário, incluindo orçamento e realização das peças publicitárias (Produção) e a compra, distribuição e controle da publicidade nos Veículos contratados (execução de Mídia), e o no pagamento das faturas.

Em (7), destaca-se a interdependência dos agrupamentos de indivíduos que se voltam à finalidade específica de seduzir determinado público-alvo baseado nos estereótipos sociais nos quais ele se move. Decorre disso a projeção dos modos de emprego dos textos que

fundam uma prática discursiva assentada sobre a qualificação profissional dos enunciadores como se vê destacado neste excerto. Nota-se, deste modo, a veemência de uma competência interdiscursiva que permite instanciar o trajeto do sentido entre produção e leitura, ao criar condições para que se possa reconhecer ou determinar em que tipo de discurso os anúncios-filmes da propaganda de governo podem estar articulados.

Corroborar-se, com base nas inferências destas Normas-Padrão, o esboço de uma competência interdiscursiva midiática que engendra a cena englobante da propaganda de governo, pois se depreende, nos serviços apontados em (8), as ações languageiras (entre as quais se podem destacar: (i) o estudo e a difusão de conceito, ideia, marca, produto ou serviço e (ii) a elaboração e execução do plano publicitário) que fazem passar a comunicação das ações de governo pelo filtro dos imaginários característicos da instância enunciativa, correspondente ao sujeito enunciador e ao sujeito enunciatário. Considerando-se o elenco de serviços que podem ser executados pelos profissionais da propaganda, fica claro tratar-se de um conjunto de práticas especializadas, cuja natureza se distingue no espaço público “fragmentado em diferentes espaços que se entrecruzam e não respondem às mesmas finalidades” (CHARAUDEAU, 2013a, p. 31). Neste excerto, é possível compreender que tal zona de produção de sentidos evidencia uma competência que integra um estatuto particular para enunciar e um conjunto de procedimentos técnicos pelos quais é possível proferir a palavra que interpela e convida o outro a inscrever-se discursivamente por meio de uma cena englobante de propaganda. Assim, observa-se a imbricação entre uma comunidade especializada e uma textualidade específica na constituição da atividade de propaganda governamental. Assevera-se, deste modo, a percepção de uma competência interdiscursiva que dá condições para a projeção de uma cena englobante de propaganda, seguindo nisso a visão de Foucault (2008), segundo a qual uma fala especializada não pode vir de qualquer um, posto que sua própria existência não é dissociável de sujeitos, definidos estatutariamente, que tem o direito de articulá-la.

Considerando-se a descrição e interpretação desenvolvidas até aqui onde se evidenciam certos princípios da propaganda na configuração da cena englobante que articula os 52 anúncios-filmes de governo do *corpus* principal, cabe agora observar a projeção das práticas políticas nas condições de emprego de tal materialidade simbólica. Pretende-se, com esse movimento analítico, apontar para o fato de que as condições de emprego dos textos da propaganda de governo de um modo geral ganham sentido a partir da intersecção entre o saber-fazer da propaganda e o saber-fazer da política institucional, forjando um lugar de

enunciação comum onde se pode verificar, por exemplo, o funcionamento discursivo da propaganda de governo do estado do Pará sob a gestão do PSDB.

Antes de delinear, no entanto, a projeção de uma cena englobante política com contornos próprios das noções da socialdemocracia, é imprescindível ter em vista a perspectiva de prática discursiva como proposta por Maingueneau (2008a) para frequentar determinada superfície textual, diminuindo as margens de equívoco.

Assim sendo, tanto as práticas de propaganda quanto as práticas político-partidárias que convergem para a estrutura administrativa do governo de estado implicam um desenho organizacional com uma dêixis própria, isto é, uma estrutura e funcionamento institucional situados em um tempo e lugar discursivo específico. Quadro organizacional que, mediante a semântica global pela qual os planos da discursividade ganham coesão, desdobra-se no processo de textualização do discurso, incidindo em uma cena englobante político-midiática singular. Se a cena englobante corresponde à vertente pragmática do discurso em decorrência de uma competência que permite o sujeito determinar a que título um discurso o interpela, confirma-se por extensão que “os enunciadores [definidos seu estatuto e modo de enunciação] inscrevem-se, e com eles seus enunciatários, numa certa posição social” (MAINGUENEAU, 2008a, p. 122).

Posto isto, para dar continuidade à análise desta cena enunciativa, recorre-se ao programa partidário do PSDB – texto (d) – para asseverar o caráter político da coprojeção da cena englobante nos anúncios oficiais do *corpus* principal.

Para mensurar a cena englobante política por meio da qual os anúncios-filmes do governo do estado do Pará são produzidos e lidos, é necessário ter presente o posicionamento partidário que se expandiu nas estruturas de tal esfera de governo no período correspondente ao recorte operacionalizado nesta pesquisa. Trata-se de um posicionamento traduzido em termos de objetivos no seio de uma agenda partidária que se atualiza nos domínios da máquina pública de estado, movimento que gera o desdobramento de uma cena englobante capaz de induzir sentidos de ordem política, projetando uma imagem de governo e de partido, simultaneamente. É possível ir além na descrição de tal cena, ao se considerar a correspondência desse movimento a uma competência político-partidária que se coaduna com a competência das comunidades dos profissionais da propaganda para conjurar o dizível, o dito e o não-dito, no espaço destinado à enunciação oficial com finalidades persuasivas por meio da espetacularização das ações do governo do Pará executadas sob a perspectiva ideológica do PSDB. Neste sentido, para as entidades paraenses (governo e partido) representativas do

campo discursivo político, considera-se igualmente o estatuto de seus enunciadores e seu modo de enunciação que incidem nas cenas da propaganda do governo do estado do Pará.

Para atestar a veemência desta competência política implicada na construção da cena englobante de cada anúncio de propaganda oficial que são postos para circular da posição social da administração estatal, observe-se em (9) a inscrição do PSDB no cenário político, inicialmente, no quadro dos partidos de oposição, almejando sua efetiva participação na vida parlamentar e executiva do país:

(9) Programa partidário do PSDB

Nascido na oposição – longe das benesses oficiais, mas perto do pulsar das ruas –, o PSDB participou do governo Itamar Franco e chegou à presidência com Fernando Henrique Cardoso em 1995, constituindo o núcleo de seu ministério e de sua base no Congresso. De volta à oposição no plano federal desde 2003, manteve-se à frente do governo de vários estados e centenas de municípios. [...]. Foi e continua a ser, desse modo, uma força decisiva para o funcionamento da democracia e a definição dos rumos do Brasil. No governo, o PSDB soube consolidar as instituições democráticas; na oposição, sabe zelar por elas e lutará sempre para que não se amesquinhem.

Do ponto de vista histórico, o excerto acima sinaliza a emergência de um quadro institucional distinto no conjunto dos demais partidos que disputam a validade dos sentidos no campo discursivo político nacional. Observa-se aí a fronteirização tanto de uma prática discursiva quanto da competência que lhe dá corpo, configurando um lugar de subjetivação enunciativa em nome de um ideário, um lugar de filiação discursiva que permite “a aparição, no campo da palavra, de uma população enunciativa distinta” (MAINGUENEAU, 2008a, p. 130). Ao se indicar por meio do conceito de prática discursiva a existência de sujeitos inscritos na posição enunciativa do PSDB, indica-se igualmente um estatuto para enunciar, um conjunto de ideias aceitáveis em suas grades semânticas. Sujeitos estes identificados com um funcionamento institucional que, além de suas práticas de comunicação política nos diversos segmentos da administração pública, possuem reguladas suas relações humanas igualmente no interior deste partido.

Diante desta conjuntura, verifica-se que aquilo que se diz no discurso político-partidário do PSDB e que se reproduz nas esferas administrativas de governo por meio da opacidade da língua refrata-se na constituição da cena de propaganda que se pode classificar como oficial.

Considerando-se as temáticas abordadas nos 52 anúncios de propaganda oficial desta pesquisa, observou-se a persistência de temas caros a uma visão vinculada não apenas ao ideário aceito pelo PSDB, mas à memória que remonta sentidos de um lugar discursivo mais

amplo em que a própria enunciação deste partido pretende estar inscrita: socialismo, social democracia e, mais recentemente, a terceira via. Deste modo, a filiação a uma perspectiva ideológica moderada de centro-esquerda calcada nos pressupostos da social democracia em uma espécie de revisão das bases do socialismo tradicional pode ser evidenciada nos seguintes excertos:

(10) Programa partidário do PSDB

A liderança emergente do PSDB mudou a agenda política nacional depois de 1994. Não por capricho ideológico, mas porque entendeu que era preciso romper amarras econômicas que impediam o país de avançar na distribuição de renda e na justiça social. A nova agenda tem, por isso, uma marca claramente socialdemocrática. Mais mercado, mais inserção na economia global, sim. Mas sobretudo mais políticas públicas de combate à pobreza e às desigualdades; mais e melhores serviços sociais básicos com acesso universal (para todos).

(11) Programa partidário do PSDB

Porque, se crescer não implica necessariamente em fazer justiça social, a recíproca não é verdadeira: ainda não se viu país que tenha conseguido promover justiça social em larga escala com baixo crescimento econômico.

Indicadas as bases ideológicas que condicionam a emergência de tal partido na conjuntura política brasileira, é possível delinear um estatuto para os enunciadores partidários que, por ocasião de sua entrada na administração pública, encontram-se implicados na construção das cenas da propaganda oficial para solidificar a imagem de um modelo de estado perante a sociedade e a opinião pública, a partir de uma visão moderada, “conjugando a necessidade proeminente de desenvolvimento econômico com a necessidade social de repartição das riquezas produzidas” (CIGNACHI, 2012, p. 123). Interpretação que se atualiza no registro discursivo do programa defendido pelo PSDB: “não se tenha visto país que tenha conseguido promover justiça social em larga escala com baixo crescimento econômico” (PSDB, 2007, p. 7). Pode-se verificar, portanto, que para se constituir como enunciador nesse quadro discursivo é necessário posicionar-se favoravelmente às lutas em favor da democracia e da justiça social, haja vista que seus fundadores “estiveram na linha de frente da resistência à ditadura” (PSDB, 2007, p. 1), animados pela perspectiva democrática instaurada na Constituição de 1988. A este estatuto de enunciador engajado em lutas pela instauração e manutenção do regime democrático, associam-se outras qualidades definidas por seus posicionamentos no espectro político. Além do mais, o discurso político do PSDB supõe um enunciador experiente que se apoia em saberes técnicos para dar consecução aos objetivos econômicos e sociais de sua agenda partidária. Para ilustrar esta percepção, observam-se em

(12) e (13) indicativos da qualificação dos enunciadores que dá base para a sustentação de um modo de enunciação que regula a prática da comunicação desta instituição partidária:

(12) Programa partidário do PSDB

Para ajudar a vencê-lo, não faltam ao PSDB dois requisitos fundamentais: competência para manejar com segurança os instrumentos modernos de política econômica e social; e determinação para levar adiante as mudanças necessárias para abrir cada vez mais o estado à participação e às demandas populares.

(13) Programa partidário do PSDB

Porque temos firmemente enraizado na formação do PSDB o sentido republicano dos limites entre interesse nacional e popular e interesses partidários ou pessoais, soubemos e saberemos aproveitar no governo os melhores talentos do serviço público, da universidade e do setor privado, independentemente de filiação partidária.

A apreensão de um estatuto de enunciador específico que incide sobre a cena englobante da materialidade em análise encontra sustentação na análise de Miqueleti (2002) sobre o “discurso tucano”. Para embasar sua descrição do *ethos* discursivo do então presidenciável Fernando Henrique Cardoso, esta autora, embora indique erroneamente uma filiação do candidato à memória da direita política¹², evidencia um estatuto de representante político típico que atende o que é necessário para poder enunciar: “a condição intelectual, de homem de cultura, marca a diferença no cenário político, onde é recebida como força transformadora: *mudar o mundo com as ideias da própria cabeça*” (MIQUELETI, 2002, p. 59, grifos da autora). As ponderações em torno do Plano Real é um exemplo que demonstra a imagem construída em torno do tucano autorizado a tomar a palavra na ação política. Conforme Persson (2010), a vitória nas urnas do PDSB no pleito a presidência de 1994 não seria consequência de seu viés socialdemocrata, “mas [do] Plano Real, produto concebido por uns poucos economistas do PSDB, todos com pós-graduação em ilustres universidades americanas” (FRANCO, 2002 apud PERSSON, 2010, p. 96).

A perspectiva de difusão e leitura dos enunciados é outro fator que permite conferir maior circularidade à cena englobante dos anúncios oficiais em análise pelo viés político, a qual se constitui sob uma competência que permite a interpelação e o reconhecimento de lugares discursivos. Mediante esta perspectiva do emprego dos enunciados, constrói-se uma

¹² A partir das análises políticas de Reis (2012) e de Persson (2010), pode-se afirmar que o PSDB, dada sua filiação original à vertente reformista e gradualista do Socialismo Democrático, situa-se à centro-esquerda no prospecto político. Assim, mesmo não participando das lutas operárias que precederam sua fundação e mesmo não tendo base sindical sólida, este partido permanece identificado com o ideário socialdemocrata em que se adota uma visão moderada na implantação do socialismo por meio de reformas democráticas sem prescindir dos meios revolucionários previstos pelo socialismo utópico. Posicionamento ideológico que pode ser corroborado pela afirmação no programa partidário do PSDB de princípios característicos de tal concepção política: direito do voto, parlamentarismo, regulação dos mercados, redução dos índices de exclusão social, entre outros.

expectativa em torno do coenunciador, aquele que efetivamente se encontra na posição responsiva do outro é capaz de determinar a que título um discurso o interpela. Posto isso, é possível chegar à definição “de um público, indissociável de um estatuto semântico que o discurso se atribui” (MAIGUENEAU, 2008a, p. 134), confirmando a premissa de que “os enunciadores [definem] seu ‘estatuto’ e seu ‘modo de enunciação’, inscrevendo-se, e com eles seus enunciatário, numa certa posição social” (MAIGUENEAU, 2008a, p. 122).

Assim sendo, o “discurso tucano” – seguindo a classificação de Miqueleti (2002) para o corpo de prática discursiva do PSDB – prevê uma instância de compreensão responsiva a ser interpelada como cidadão como se pode observa em (14), (15) e (16). Mais especificamente, supõe a presença responsiva de um cidadão que se conforma às expectativas do partido e sua conseqüente filiação ideológica ao ideário da social democracia, que, conforme Persson (2010), tende a implementar o Estado de bem-estar social (*welfare state*) por meio de uma conciliação entre o socialismo moderno e o capitalismo. Neste prospecto, o que se visa é “avançar na transformação do sistema produtivo, de modo a torná-lo mais favorável aos trabalhadores (não apenas o operariado fabril) e excluídos, que formam sua base eleitoral prioritária” (REIS, 2012, p. 323), sem necessariamente passar pela revolução proletária como defende o socialismo mais conservador (entidades comunistas ou marxista-leninistas) e sim pela via representativa e parlamentar com o intuito de tornar o sistema capitalista mais equânime, como se infere de Persson (2010). Esta visão flexível da socialdemocracia permite que a instância responsiva idealizada pelo registro discursivo do PSDB assumira *status* de um cidadão caracterizado pelo consumo, pela tributação, pelas necessidades sociais e pela participação.

(14) Programa partidário do PSDB

[...] trabalhamos para que as empresas privadas, com regras claras, atendam ao interesse público, trazendo prosperidade ao país e satisfação ao consumidor-cidadão.

(15) Programa partidário do PSDB

[...] retomaremos e levaremos adiante as difíceis tarefas de modernização do estado brasileiro. Com tranquilidade, dialogando e buscando consenso com os diferentes setores interessados do próprio estado e da sociedade. Mas sem recuo nem vacilação diante de quem teimar em sobrepor vantagens corporativas ao atendimento devido ao cidadão-contribuinte, principalmente os mais pobres e que mais necessitam da ação do estado.

(16) Programa partidário do PSDB

A grande novidade política do Brasil nestes vinte anos é a entrada em cena de um personagem: o cidadão informado. Este não quer soluções apenas. Quer participação.

Deusdará e Rocha (2008, p. 56), ao frequentarem um *corpus* de textos escolares utilizando a noção de cenas de enunciação (MAINGUENEAU, 2008b), asseveram que a cena englobante define a relação entre os parceiros na comunicação. Identificar de um ponto de vista analítico a cena englobante de dada materialidade discursiva é apontar o processo de interpelação do sujeito (na posição de quem produz e de quem lê). Neste sentido, pode-se considerar que o “discurso tucano” estabelece um lugar de enunciador que deve necessariamente apresentar-se com ares de intelectualidade, ousadia e modernidade, e, inseridos na administração pública, seu dizer ganha *status* de oficialidade e autoridade diante de um público do qual não se espera mais apenas um retorno eleitoral, mas o reconhecimento de si enquanto instância de mando político por uma instância cidadã que deva supostamente aspirar ao mesmo ideário e, por isso, elegeu seu quadro partidário. Corrobora-se aqui a visão de Bobbio (1997) de que a situação dos sujeitos inscritos na comunicação política pertence à categoria do poder do homem sobre outro homem, que no caso das democracias modernas, se expressa na relação entre Estado e cidadãos. Deste modo, observa-se na constituição da cena englobante dos anúncios analisados neste trabalho o reflexo da visão moderna de Estado civil, político e não anárquico, “que ocorre quando os indivíduos renunciam ao direito de usar cada um a própria força [...], para confiar a um único corpo, que doravante será o único autorizado a usar a força contra eles” (BOBBIO, 1998, p. 956). Pode-se dizer que instância de enunciação exigida pela cena englobante política da propaganda de governo do estado do Pará supõe necessariamente um cidadão eleito democraticamente dirigindo-se a outros cidadãos.

Diante do percurso de constituição da cena englobante dos 52 anúncios-filmes da propaganda do governo e do trajeto dos sentidos no cenário político-midiático do Pará, verifica-se que o emprego de tal materialidade encontra-se tensionado por duas competências discursivas que se interconectam na conjuntura da sociedade atual, estabelecendo o espaço de regularidades enunciativas conhecido familiarmente como propaganda do governo do estado do Pará.

No sentido de corroborar as evidências de tais competências associadas, cabe destacar que desde as primeiras leituras dos dados a partir da noção de prática discursiva (MAINGUENEAU, 2008a) revelou-se a presença de duas comunidades de enunciadores com rotinas institucionais diferentes, associadas com uma finalidade específica no espaço social. Projetada esta noção na leitura do contexto acional em que os anúncios foram empregados, pode-se dizer que “homem” e “enunciado” são indissociáveis: olha-se para o “enunciado” e se vê o “homem”, suas crenças e valores.

De modo geral, a partir da descrição da cena englobante dos anúncios analisados em meio suas condições de emprego foi possível visualizar com clareza

[...] a institucionalização de um dispositivo de fala tensionado entre a política e a publicidade, ou seja, de uma cena de enunciação híbrida que se desenvolve progressivamente para validar os efeitos de sentido pretendidos pelo corpo enunciativo que gerencia o governo do estado (BEZERRA, 2014).

Este tipo de funcionamento discursivo que se desdobra efetivamente por meio de uma cena englobante híbrida ganhou espaço recentemente na reflexão de Maingueneau (2015). Em recente publicação, este autor problematiza esta possibilidade pertencimento simultâneo dos textos a distintos campos de discurso, asseverando que “um texto a partir de sua origem, pode até participar de duas cenas englobantes ao mesmo tempo” (MAINGUENEAU, 2015, p. 120). Assim, a sistematização, descrição e interpretação dos dados desta pesquisa confirmam esta nova percepção da cena englobante enquanto possibilidade que se desdobra de acordo com as restrições de discursos postos em relação.

No caso das peças analisadas, a cena englobante imprime sentidos de ordem político-cidadã condicionada pelo jogo democrático e da ordem da espetacularização imposta pela mídia. A superfície textual da propaganda de governo do estado do Pará, observada sua heterogeneidade constitutiva, se inscreve em um posicionamento especializado que visa deliberadamente seduzir por meio dos princípios de propaganda, assim como se inscreve em um ideário partidário que objetiva implementar um modelo específico de Estado. No contexto acional instaurado pela propaganda do governo do estado do Pará, seus enunciatários são tomados como cidadãos imersos no espaço público do debate político, mas ao mesmo tempo são tomados como espectadores midiáticos de fatos sociais espetacularizados para a garantia de uma adesão massiva.

5.2. As cenografias da prática discursiva político-midiática do governo do estado do Pará

A enunciação oficial do governo do estado do Pará, efetivada pelos meios de publicização e persuasão das atividades de propaganda, desdobra-se orientada por uma cena englobante híbrida [seção 5.1]. A superfície textual que aí se descortina, articulada à competência de duas comunidades discursivas, exprime um conjunto de sentidos que possibilita a imposição de uma imagem de governo aos enunciatários da instância cidadã, os

quais se encontram na posição de aceitá-la ou refutá-la. Nesse processo, as cenografias constituem-se como “engrenagens” que aportam sentido a cada enunciação, configurando um lugar de subjetivação que visa à adesão de seus enunciatários ao posicionamento imposto pela estrutura de administração pública do governo do estado do Pará.

Entre os anos de 2011 a 2014, a máquina administrativa do governo do Pará, sob a gestão do PSDB, em função da publicização de seus atos por meio de anúncios-filmes de propaganda, forjou uma paisagem enunciativa que se apoia em um funcionamento discursivo para validar, no conjunto da sociedade, sentidos que estabilizam uma ordem hegemônica de discurso estatal e partidário. Como parte integrante desse funcionamento discursivo, um *ethos* e cenografias que dão suporte a uma voz oficial que circunscreve o modo de enunciação desta instituição de governança pública, como também define uma imagem da instância cidadã paraense em função da incorporação dos seus enunciatários. O discurso político-midiático do governo do estado do Pará estabelece um mundo de sentidos que condiciona as possibilidades de interpretação de sua superfície textual para validar suas posições ideológicas.

Assim sendo, para delinear adequadamente o perfil cenográfico da propaganda oficial nesse período de governança e ler os sentidos aí implicados, parte-se do *corpus* de 52 anúncios-filmes selecionados como materialidade que permite o reconhecimento dos limites de uma comunidade discursiva singular no contexto político-midiático paraense. Os sentidos impostos por esta modalidade de propaganda da instância de mando político são legitimados progressivamente por cenografias que conduzem, por um lado, o cidadão-espectador a reconhecer o aparelho administrativo estatal como um lugar de garantia efetiva de direitos a todos e, por outro, dissimulam os valores atribuídos a sua força coativa que, segundo Bobbio (1998), é característica preliminar do poder político da *arquia* – Estado civil em oposição ao estado animal –, mantendo, ainda que malograda a boa vontade de determinados gestores, uma sociedade de desiguais, dividida entre fortes e fracos. Estas cenografias do dizer oficial geram o efeito de sentido de plenitude e de competência, na qual a estrutura de governo do estado (e, conseqüentemente, o partido) é proposta como o único segmento legítimo capaz de garantir conquistas sociais, silenciando, neste prospecto, reivindicações de sujeitos situados nos mais variados segmentos da instância cidadã. Neste modelo de propaganda, as cenografias não apresentam o eco de vozes dissidentes, sem as quais a configuração dialética do espaço público da discursão política não ocorre efetivamente. O modo pelo qual a imagem de competência estatal e partidária é atenuada em cada anúncio de governo evidencia a opacidade da enunciação político-midiática, pois tal estabelece o consumo de um regime consensual que apaga as tensões geradas pelas demandas sociais.

No quadro de análise dos mecanismos discursivos que condicionam os sentidos da propaganda oficial previsto nos objetivos iniciais desta pesquisa, cabe considerar o papel desempenhado pelas cenografias impostas em decorrência da legitimidade do posicionamento do corpo político revestido pelos poderes da máquina pública do governo do estado do Pará. Para dar consecução a tal empreendimento, o acesso à dêixis discursiva constitui-se, conforme Maingueneau (1997, p. 42), “um primeiro acesso à cenografia de uma formação discursiva”. Trata-se de marcas na superfície simbólica do discurso que indicam uma via de análise por meio da qual se pode observar como sentidos se processam mediante a construção de cenografias articuladas a locutores, a uma cronografia e a uma topografia em um mesmo sistema de restrição semântica.

Por meio da cenografia, recria-se na dêixis de um discurso primeiro não apenas uma situação de enunciação apoiada em propriedades que configuram uma cena genérica típica de discursos de outro campo. Ela constrói um dispositivo de fala singular sobre variáveis que coordenam as situações de enunciação de uma prática discursiva. Deste modo, as variáveis – quem fala? a quem? onde? quando? – que configuram a prática discursiva da propaganda do governo do Pará ganham valores de outros lugares discursivos, cujo estatuto favoreça a legitimidade de uma situação governista situada na conjuntura dos discursos de base democrática, filiados a uma releitura das teses socialistas de Marx que apontam para uma visão equilibrada entre capital e social. Observa-se com base no *corpus* desta pesquisa que as cenografias dos anúncios-filmes oficiais constroem-se sob a dêixis discursiva vinculada à estrutura administrativa do governo do estado do Pará a partir do ideário de um partido socialdemocrata, que se alinha a uma visão moderada do socialismo ao propor uma terceira via na ação política.

A relação EU-TU constitutiva do plano enunciativo das peças em análise se desdobra sobre um esquema de subjetivação em que o enunciador discursivo não se revela explicitamente enquanto ser que fala, mas que utiliza da potencialidade de um plano cenográfico para delegar institucionalmente a sujeitos empíricos a responsabilidade imediata pelo dito. Neste prospecto, pode-se considerar a posição enunciativa do governo do estado do Pará sob duas perspectivas. Por um lado, como se pode observar em (17), há uma superfície textual em que se apagam as marcas pronominais da sua presença enquanto locutor, centrando-se na veiculação de certa ação administrativa, com uma linguagem rápida, estruturada em períodos curtos. Por outro lado, como se pode observar em (18), há a demarcação da fala de agentes políticos da instância cidadã, que toma a palavra e aprecia dada ação de governo que interfere positivamente na vida cotidiana.

(17) T08/2011

[...] PROPAZ Cidadania e Presença Viva. Emissão de documentos, noções de trânsito, consulta médica, odontológica, exames e assistência jurídica. Tudo de graça. Esse é o PROPAZ Cidadania e Presença Viva que está levando todos os serviços a milhares de pessoas por todo o Pará. PROPAZ Cidadania e Presença Viva. É o Governo do Pará mais perto de quem precisa mais precisa.

(18) T10/2014

Locutor em *off*: Obras na educação: já estão adiantadas as obras de construção da escola tecnológica de Oriximiná e já está pronta a escola tecnológica da Vigia. Obras de infraestrutura: pavimentação da PA-431 em Mojuí dos Campos, da vicinal do Bambu no Sul do Pará e da estrada Abaetetuba-Vila de Beja. Obras de turismo e transporte: já está pronto e será entregue nos próximos dias o novo terminal hidroviário de Belém, um dos mais modernos do Brasil. Cidadã: Agente vai ter maior conforto.

Locutor em *off*: Pará em obras, trabalho em todo canto pra toda nossa gente.

Essa dinâmica de enunciação dos anúncios do governo do Pará, apoiada no caráter persuasivo e sedutor da propaganda, desvela-se sobre os meios de comunicação de massa em que, nos termos de Serra (2007, p. 80), é processada “à distância, de um-para-muitos e unidirecional”. O estatuto monologal dos anúncios-filmes em questão, cuja interação entre os parceiros da cena não é imediata, permite a construção de cenografias ajustadas às necessidades da comunicação oficial por meio do controle de seus processos de desenvolvimento, visto que a propaganda em si “mobiliza cenografias variadas na medida em que, para persuadir seu destinatário, devem captar seu imaginário” (MAINGUENEAU, 2008b, p. 119).

No plano da instância enunciativa, constata-se a figura do governo do estado do Pará enquanto enunciador discursivo e, de modo correlato, agrupamentos de cidadãos paraenses que se apresentam por meio de designações como “nossa população”, “a comunidade”, “moradores”, “agricultores do Pará”, “todos os paraenses” etc. Neste sentido, a dêixis discursiva de pessoa que articula a superfície textual de cada anúncio-filme erige-se em conformidade com uma visão de estado de direito democrático, no qual diversos grupos sociais contemporâneos devem supostamente estar apoiados para assegurarem alguns de seus interesses, como explica Przeworski (1988).

Nesta conjuntura democrática, na qual o quadro da política paraense se inscreve, onde o sufrágio é tomado como oportunidade para se alcançar o controle da administração pública por partidos, ideais como a participação política e a garantia dos mesmos direitos a todos os cidadãos tornam-se recursos estratégicos explorados de modo espetacular pela propaganda oficial para captar o imaginário do coenunciador. Verifica-se também, no contexto geral das 52 peças analisadas, que a relação dêitica EU-TU ganha sentido em razão do modelo das

democracias representativas atuais, caracterizadas pelo pluralismo político e pela economia de mercado, conforme Santos (2009). Enunciador e coenunciador das peças oficiais encontram-se imbricados em uma relação enunciativa que só alcança sentido pleno se interpretada pela ótica de um estado amplo com valores diferentes de outras configurações histórico-sociais como, por exemplo, no absolutismo e nas ditaduras em que não há a garantia de direitos individuais às pessoas comuns, como recorda Ximenes (2007).

De modo concreto, pode-se afirmar que, no mundo dos sentidos políticos de base democrática a partir do qual a propaganda oficial estabelece sua dêixis de pessoa, observa-se a marcação não apenas da posição do enunciador discursivo, mas a especificação da figura de um coenunciador que se eleva à condição de alvo prioritário de ações de redução dos índices de exclusão social, realidade que se encontra de acordo com a leitura de Persson (2010) sobre a implementação dos princípios da socialdemocracia na estrutura administrativa de estado democrático. Interpelado como cidadão-espectador das imagens e vozes do governo de estado do Pará em razão da função persuasiva da propaganda oficial, a figura deste coenunciador conforma-se com os traços de um cidadão pensado segundo o fundamento socialdemocrata do *welfare state* (Estado de bem-estar social), no qual se prevê “uma política centrada nas reformas sociais caracterizadas [pela] preocupação com as pessoas mais carentes e desprotegidas e uma distribuição [...] equitativa da riqueza” (PERSSON, 2010, p. 91). Assim, valoriza-se nas cenografias dos anúncios-filmes a perspectiva de um governo de estado que se dirige a todos os cidadãos paraenses, mas preferencialmente aos mais necessitados social e economicamente, como se pode observar nos excertos a seguir extraídos do *corpus*:

(19) **T02/2011**

[...] Atendimento de qualidade a quem mais precisa. No Pará, saúde é prioridade [...].

(20) **T06/2011**

[...] Dito e feito. O cheque-moradia está de volta para ajudar famílias com rendas de até três salários mínimos a construir reformar ou ampliar sua casa sem precisar pagar nada. E, ainda melhor: agora atende as pessoas com deficiência e famílias em situação de risco. É o governo do Pará melhorando a vida das pessoas e cuidando dos que mais precisam. Pacto pelo Pará: o governo e você juntos.

(21) **T13/2011**

[...] A obra feita em parceria com o programa Minha Casa Minha Vida garante casa boa e bem feita pra quem pagava aluguel ou nem tinha onde morar [...].

(22) **T12/2012**

[...] O hospital Ophir Loyola ganhou 34 novos leitos, equipados e monitorados, com ambiente mais humanizado. Isso significa mais conforto e dignidade no atendimento aos pacientes e seus acompanhantes [...].

(23) T03/2014

[...] atender quase 2 milhões de pessoas, indo aonde o povo está. Esta e a missão que a Caravana PROPAZ Cidadania cumpre em todo estado, fazendo consultas, exames, emitindo documentos como certidão de nascimento e carteira profissional. Tudo de graça. Mais saúde e cidadania pra quem mais precisa [...].

Mediante a função persuasiva da propaganda oficial para os sentidos do *welfare state* que fundamenta a ação do grupo político que gere a máquina pública do estado do Pará no período recortado para esta análise, promove-se não apenas a publicização dos atos de governo nos termos da lei, mas também a propagação de uma ideologia política inscrita em uma memória discursiva associada ao revisionismo das teses de Marx, que se opôs originalmente ao liberalismo e que evoluiu para postura conciliatória entre socialismo e capitalismo, culminando em um modelo de ação política onde se possa “governar em estrita concordância com as regras do estado democrático” (LINZ, 19826 apud PRZEWORSKI, 1988, p. 43), isto é, a socialdemocracia ou o socialismo democrático. É sob esta ótica de sentidos políticos, já instalados no imaginário coletivo como algo da ordem do evidente, que a propaganda atua, de modo que, os princípios supostamente sustentados pelo PSDB são habilmente traduzidos nos anúncios com foco em temáticas que apontam para a repartição da riqueza produzida e, conseqüente, diminuição dos índices de pobreza, relativizadas pelo desenvolvimento econômico. Assim, a relação EU-TU das peças é construída em consonância com uma enunciação voltada para temáticas, tais como educação, saúde, infraestrutura, segurança, saneamento, meio ambiente, emprego e renda, entre outras que aportem o sentido do *welfare state*. Trata-se de uma vitrine em que se enquadra um cenário político ideal explorado a partir da inflexão do PSDB na máquina administrativa do Pará. Entretanto, embora haja a consecução efetiva de ações de uma agenda social, construção de escolas e hospitais, viabilização de programas de inclusão social, entre outras ações, os sentidos mercantilistas e liberais atribuídos no espaço público às práticas de tal agremiação são silenciados, tais como políticas de privatização e de enxugamento do setor público. A este respeito, podem-se resgatar os recentes debates acerca do processo de terceirização da saúde pelas chamadas organizações sociais (OS), assim como a manutenção de contratos temporários de funcionários e protelação de concurso público para provimento em cargos efetivos, indo de encontro à perspectiva sustentada pelo ideário social democrata.

Neste contexto ideológico a partir do qual se configura a dêixis de pessoa da cena de enunciação da prática de propaganda do governo do Pará, observa-se a emergência da figura de um coenunciador interpelado como cidadão-espectador, em decorrência de uma cena

englobante híbrida, o qual se constitui como público genérico a quem o governo do estado do Pará se dirige – a população, a comunidade, os paraenses. Deste lugar genérico de recepção evocado pela instância enunciativa da propaganda oficial, perfila-se a figura de coenunciador apresentado como aquele que mais precisa da atenção do estado, ou seja, pessoas em situação desfavorável política, econômica e socialmente, que devem ser incluídas no contexto do *welfare state*, tais como jovens em situação de risco, pacientes com doenças crônicas, famílias de baixa renda, produtores regionais, pessoas com deficiência etc. Mesmo que, dadas às tensões da globalização, a configuração do espaço público contemporâneo, conforme Persson (2010), não reflita a mesma polarização de lutas de classe (burguês e proletariado) em que surgiu a socialdemocracia, não há nas peças analisadas indícios de um coenunciador situado nas classes mais favorecidas economicamente, silenciando-se sobre possíveis práticas políticas que as favorecem. A este respeito, cabe trazer à tona as recentes interpretações sobre o volume de políticas públicas voltadas para a urbanização das cidades. Segundo Pinheiro (2011), há, na construção da paisagem da cidade, uma relação paradoxal entre o centro e a margem em que “[estas] geralmente são periferias marcadas pela precariedade, onde o Estado intervém pouco”. Ignora-se aqui a divisão de classes e silencia-se sobre as práticas políticas que favorecem os mais prestigiados.

A relação entre os parceiros da enunciação descrita nos parágrafos precedentes supõe uma sintonia com a definição de um conjunto de lugares e com momentos de enunciação. Na continuidade da análise da dêixis discursiva por meio da qual são construídas as cenografias da prática de propaganda em questão, observa-se na superfície textual dos 52 anúncios-filmes que a topografia e cronografia saturam o termo Estado, considerando-se seu estabelecimento enquanto ficção jurídica refratária de uma conjuntura democrática de onde a enunciação da propaganda oficial pretende garantir sua legitimidade: esta entidade que depende de sujeitos politicamente constituídos para funcionar só terá direito à palavra se apresentar simbolicamente os indícios dessa conjuntura em harmonia com os conteúdos que sustenta.

Assim sendo, a superfície textual que serve de recorte para esta pesquisa deixa entrever uma topografia que reflete as dimensões geográficas do estado do Pará enquanto representação de uma delimitação imaginária forjada ideologicamente como entidade federada. Nos exemplos (24), (25), (26) e (27) abaixo, observa-se uma família de expressões que evocam esta representação discursiva do lugar que se pretende que o discurso se materialize: *no Pará, no nosso Estado, em todas as regiões do Estado, outros municípios do Estado, em todo Estado, ao Pará.*

(24) T12/2011

[...] Restaurar e reformar escolas, melhorar a aprendizagem, preparar o jovem para o futuro e pela primeira vez no Pará escolas em tempo integral. 100 milhões de investimentos na reforma de 150 escolas só este ano. Mais saber. Mais qualidade da educação para mudar a cara do ensino no nosso estado.

(25) T01/2012

[...] Com obras concluídas e em andamento, o programa asfalto na cidade está mudando para melhor a cara de muitos lugares. Em parceria com as prefeituras, o governo do estado está levando asfalto, pavimentação e meio-fio para mais de municípios em todas as regiões do estado. Asfalto na cidade, pra deixar a sua cidade melhor de se viver.

(26) T06/2012

[...] O antigo sonho vira realidade no Pará. Já estão funcionando em Belém 10 de tempo integral. Aqui os alunos recebem alimentação. Têm aulas formais, atividades de esporte, cultura e lazer. O novo modelo é parte do programa Mais Saber pra melhoria da qualidade do ensino e logo chegará a outros municípios do estado.

(27) T10/2012

[...] O governo do Pará está oferecendo 30 cursos profissionalizantes em todo Estado, inclusive para pessoas com deficiência. Mais de três mil participaram no Hangar da aula inaugural. Os cursos qualificam profissionais paraenses para as vagas que estão se abrindo com a chegada de novas empresas ao Pará. Governo do Pará: o governo e você juntos.

Além disso, a topografia por meio da qual se erguem as cenografias da propaganda oficial se assenta igualmente sobre a imagem do próprio aparelho administrativo do governo enquanto lugar restrito de ação política, definido juridicamente, que se faz presente nas várias regiões do estado por meio de suas instituições. Percebe-se, contudo, a complementaridade e simultaneidade entre amplitude geográfica do estado e a estrutura executiva de governo do Pará, de onde se pretende que enunciação oficial se apoie. O exemplo (28) apresenta o governo do estado do Pará constituído como espaço em que sujeitos eleitos pelo povo gerenciam o bem coletivo em consonância com as regras das democracias modernas de onde pretendem evocar sua autoridade enunciativa:

(28) T02/2012

O governo implanta a gestão por resultados [...]. O governo do Pará implanta um novo modelo de administrar: é a gestão por resultados. O objetivo é aumentar o desempenho e atender melhor a população. A primeira meta é buscar melhores resultados nas áreas da inclusão social, produção sustentável, habitação, saúde e ensino profissionalizante. Governo do Pará: o governo e você juntos.

O caráter de delocutado¹³ assumido pelo Governo do Estado do Pará acentua sua imagem de lugar de execução das ações administrativas. Essa percepção pode ser verificada em 36 peças do *corpus* (de T01/2011 a T10/2013) por meio do *slogan* que se repete – governo do Pará: o governo e você juntos. Após tratar de ações públicas em áreas específicas da atuação governamental, encerra-se cada uma dessas peças com uma associação entre a indicação da estrutura executiva do governo – que designa a instância política – e a representação do público genérico indicado pela forma pronominal *você* – que, por seu turno, designa a instância cidadã. Deste modo, a prática de propaganda do governo do Pará institui como topografia dois lugares recíprocos: os limites de um território e uma estrutura administrativa que se sujeita às regras do jogo democrático que atende às demandas de toda essa extensão.

Quanto à cronografia à qual se atribui esta prática de propaganda oficial, pode-se dizer que o tempo aí constituído tem como referência direta a consecução das obras e serviços pelo governo do Pará. De modo específico, vê-se o estabelecimento de uma cronografia baseada nas alterações do contexto social, político e econômico das populações abarcadas pela dimensão territorial do estado. Trata-se de um tempo de transição para o *welfare state* que a propaganda oficial pretende propor, marcado nos verbos utilizados preferencialmente nas formas temporais do indicativo, expondo um cenário real em constante processo de alteração pelas ações políticas. O próprio valor semântico dos verbos flexionados neste modo verbal aponta para o valor positivo destas ações.

A cronografia que institui esta prática oficial, deste modo, marca o movimento da estrutura administrativa do governo do Pará por meio de uma dimensão temporal, que além de atualizar os princípios de um modelo político socialdemocrata na topografia de estado, exprime uma forte visão de eficácia, de certeza e de realismo por meio dos fatos expressos pelos verbos tanto no presente, quanto no passado e no futuro do indicativo. Os excertos a seguir podem ser tomados como exemplos que ilustram a perspectiva dêitica em que “que as orações com indicativo são neutras em termos de modalidade” (MARQUES, 1995, p. 58), projetando valores assertivos e de atualidade. Em (29) observa-se uma estrutura enunciativa assertiva marcada pelo uso de verbos no presente do indicativo, ao passo que em (30) os

¹³ A categoria da modalização dêitica de pessoa implicadas no ato locutivo/enunciativo é desenvolvida pela AD nos seguintes termos: “a *alocução* caracteriza-se pelo fato de que o locutor implica o interlocutor em seu ato de enunciação e lhe impõe o conteúdo de seu propósito, [designa a pessoa a quem se dirige (segunda pessoa)]; a *elocução* caracteriza-se pelo fato de que o locutor situa seu propósito em relação a ele mesmo, [orientando a locução em relação a primeira pessoa]; a *delocução* caracteriza-se pelo fato de que o locutor deixa que o propósito se imponha como tal, como se ele não fosse responsável por ele, [orientando a relação interpessoal na direção do ele]” (CHARAUDEAU; MAINGUENEAU, 2012, p. 309).

verbos destacados selecionam o pretérito perfeito do indicativo, mantendo o mesmo padrão de atualidade da ação.

(29) T07/2011

O Pará que a gente faz. Municípios verdes. O programa do governo do estado que reduz o desmatamento e mostra que é possível produzir respeitando o meio ambiente. Um pacto com as prefeituras, entidades, empresários, ambientalistas e a população. O programa é inovador e ganha reconhecimento nacional de exemplo de sustentabilidade. Municípios verdes, ganha a natureza, ganha a população. Pacto pelo Pará: o governo e você juntos.

(30) T07/2013

Esporte, segurança e saúde para Santarém. (Esse é o Pará que a gente faz e juntos vamos fazer mais). O governo do estado assinou ordem de serviço para obra da reforma e ampliação do Colosso do Tapajós. Santarém também ganhou reforço na segurança com helicóptero, carro e a nova unidade integrada de Alter do Chão. O hospital Regional inaugurou uma nova ala para tratamento de pacientes com câncer. São mais obras e serviços pra população. Governo do Pará: o governo e você juntos.

A dêixis de tempo patente às cenografias aqui analisadas determina-se discursivamente como um momento em que se atualiza a imagem das garantias sociais associadas a uma memória que pode ser especificada no prospecto político a partir do modelo socialdemocrata e da concepção moderna de Estado. Assim, é preferível, no ínterim da publicização das realizações do governo do Pará e da propagação do ideário socialdemocrata aí instalado, dar visibilidade a fatos que possam ser expressos concomitantes ao seu período de seu acontecimento, isto é, obras e serviços já concluídos ou que serão concluídos em uma perspectiva que reflita o quão factível são as conquistas e as garantias de direitos aos cidadãos paraenses.

O *corpus* desta pesquisa recobre aspectos de uma dêixis imediata atrelada ao mundo de sentidos da política de governo de estado que, mesmo identificada na memória política ocidental recente, revela por meio de sua encenação midiática uma cenografia que sustenta conteúdos próprios de um contexto atual e factível.

Ao prosseguir com a análise do estatuto cenográfico da prática discursiva de propaganda oficial, observou-se a estruturação dos anúncios de propaganda governamental em torno de duas situações de fala que configuram certa tipicidade para o conjunto dos textos analisados, as quais se apoiam sobre o mesmo ideário da prosperidade, eficiência e plenitude do estado. Estabelecidas como cenografias para enunciar como convêm, estas situações de enunciação convergem para uma imagem de governo marcada pelo sentido de uma preocupação sistemática com o bem-estar pleno de todos os cidadãos, principalmente os mais necessitados, como apregoado no regime discursivo marcadamente socialdemocrata, o que

incide obliquamente sobre uma imagem de partido, dissimulando, de certo modo, uma campanha eleitoral permanente.

Estas situações de enunciação prototípicas que sustentam as cenografias dos anúncios oficiais do *corpus* impõem efeitos de sentidos vinculados essencialmente a avaliações exclusivamente positivas sobre as ações do governo do Pará e combatem, neste processo, vozes dissensuais que se instauram normalmente no espaço da discussão pública. Com efeito, para corroborar as observações tecidas até aqui sobre as cenografias da prática de propaganda em análise, toma-se, de modo preliminar, os seguintes textos como escopo para exemplificar a estruturação das cenas de fala/enunciação dos 52 anúncios do *corpus* em torno das especificidades de dois modos de encenação da fala.

(31) T05/2011

UIPP, unidade integrada PROPAZ. O governo do Pará inaugurou a primeira UIPP, num só lugar polícia militar, civil, bombeiros e defensoria pública. É o estado mais perto da comunidade com segurança 24 horas e atividades para tirar os jovens das ruas. UIPP é cidadania reduzindo a violência e valorizando a cultura da paz. Pacto pelo Pará: o governo e você juntos.

(32) T11/2014

David Matos – Coordenador do projeto: Alô minhas crias do curro velho. Chegou a hora.

Rosineide Silva – mãe: Aqui a criança ela tem acessibilidade né prá desenvolver a criatividade dela.

Locutor em *off*: Crias do Curro Velho.

Rosineide Silva – mãe: As crianças já ficam fazendo atividade aqui, teatro.

Ana Alves – cria: Oficina de cerâmica, fotografia, desenho.

Rosineide Silva – mãe: O Curro Velho né é uma coisa assim que tira muita criança da rua.

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

Dona Naná – arte educadora: Modéstia parte tá tudo lindo.

As cenografias dos textos acima se apoiam, portanto, em situações de enunciação que se constroem diferenciadas linguística e estilisticamente: o primeiro texto (31), por exemplo, apoia-se em uma cena de fala cujos traços linguísticos revelam um caráter de impessoalidade, sugerindo distanciamento, isenção e imparcialidade em relação à informação veiculada; o segundo texto (32), por seu turno, ancora-se em uma cena de fala construída por um aglomerado de falas recortadas de testemunhos de cidadãos que evidenciam, em um plano totalmente embreado (*Alô, aqui, né*, além das marcas de tempo verbal), suas experiências em torno de um fato vivenciado, que neste caso se configura em torno dos projetos do “Curro Velho”.

Cabe comentar que este investimento cenográfico ilustrado nos textos acima define para o conjunto das demais peças do *corpus* dois modos de incorporar o leitor (cidadão-

espectador) ao mundo de sentidos instaurado pela voz oficial do governo do estado do Pará. Desvela-se com isso o funcionamento desta prática de propaganda em particular em que, ao primar por sua legitimidade, estabelece tais situações de fala como possibilidades cenográficas mais adequadas aos anúncios oficiais veiculados pela mídia para atingir a adesão de seu público, visando com que cada cidadão aceite em tais cenografias o lugar de um sujeito que está sob o amparo de um estado eficiente na execução de obras e serviços e comprometido com o bem-estar coletivo.

Efetua-se, deste modo, uma relação paradoxal na enunciação da prática discursiva de propaganda oficial com as cenografias por ela impostas: estas se apoiam em duas situações de enunciação que melhor se adaptam à promoção da imagem do estado, as quais por seu turno são reafirmadas por uma cena englobante, que articula política e propaganda como um lugar de fala legítimo para o acesso aos atos da máquina administrativa. Verifica-se que há uma afinidade entre o que se poderia designar como perfis cenográficos da enunciação oficial e os conteúdos que aí se manifestam. Deste modo, observou-se que os anúncios governamentais que compõem o *corpus* em análise constroem suas cenografias apostando, por um lado, em cenas de fala centradas em aspectos referenciais determinados pelas ações de governo e, em outros momentos, em cenas de fala centradas em aspectos emotivos vinculados às apreciações pessoais de cidadãos sobre certas ações de governo.

O primeiro perfil cenográfico imposto a 45 das peças em análise gera um efeito de distanciamento e de isenção em relação às informações veiculadas em que o locutor aí implicado apresenta um acontecimento de modo objetivo e sem envolvimento. Algo possível por meio da adoção de uma cenografia apoiada em uma cena de fala que evidencie um compromisso em relatar os fatos tal como acontecem no mundo, deslocando para um segundo plano o quadro cênico em que o governo do estado do Pará aparece como aquele de quem parte a enunciação. Assim, mesmo sendo a fonte da enunciação, tal segmento administrativo é tratado nas cenografias destas peças como delocutado, um objeto de quem se fala. Por esse artifício discursivo, a situação de fala deste perfil cenográfico diminuiria os riscos de uma interpretação do dizer oficial como tendenciosa, já que efetivamente quem fala é o governo sobre si mesmo. Observa-se no quadro abaixo o registro das peças de propaganda que apresentam tal estatuto cenográfico:

Quadro 3 – Peças (anúncios-filme) da propaganda oficial que apresentam um estatuto cenográfico marcado por virtualidades do gênero notícia.

Id. da peça no corpus	Ações de governo (conteúdo)
T01/2011	Entrega à população de viaturas policiais
T02/2011	Entrega à população do hospital Jean Bitar
T03/2011	Inauguração de centro de hemodiálise
T04/2011	Construção de duas estradas para escoamento
T05/2011	Inauguração de unidade integrada PROPAZ
T06/2011	Doação de cheque-moradia para famílias pobres
T07/2011	Implementação do programa Municípios Verdes.
T08/2011	Serviços sociais oferecidos em evento do PROPAZ
T09/2011	Nomeação de concursados para o serviço público
T10/2011	Inauguração de obras de abastecimento
T11/2011	Obras na saúde e na segurança
T12/2011	Investimento na reforma e construção de escolas
T13/2011	Entrega de casas populares
T01/2012	Asfaltamento e pavimentação de cidades do interior
T02/2012	Implantação do programa Gestão por resultados
T03/2012	Assinatura de convênio para abastecimento
T04/2012	Entrega de delegacias móveis e equipamentos
T05/2012	Construção da rodovia da Perna Sul.
T06/2012	Funcionamento de escola de tempo integral
T07/2012	Acordo para implantação de escritório da ONU
T08/2012	Entrega de casas para quilombolas
T09/2012	Obras de acabamento da Santa Casa
T10/2012	Oferta de cursos profissionalizantes
T11/2012	Distribuição de sementes de feijão
T12/2012	Aquisição de novos leitos para hospital
T13/2012	Primeira turma de médicos formados pela UEPA
T01/2013	Entrega de prêmios nota fiscal cidadã
T02/2013	Entrega de ônibus para escolas públicas
T03/2013	Construção De Novo Hospital Abelardo Santos
T04/2013	Serviços de utilidade pública
T05/2013	Execução de projeto de saneamento para Marabá
T06/2013	Construção do novo terminal hidroviário de Belém
T07/2013	Execução de obras e serviços em Santarém
T08/2013	Inauguração de unidade PROPAZ em Santarém
T09/2013	Entrega de estradas no nordeste paraense
T10/2013	Serviço de segurança e infraestrutura para o veraneio
T02/2014	Obras de infraestrutura diversas
T03/2014	Caravana PROPAZ Cidadania
T04/2014	Obras diversas
T05/2014	Novo terminal hidroviário de Belém
T06/2014	Obras no trânsito, segurança e saúde.
T07/2014	Programa asfalto na cidade
T08/2014	Inauguração do hospital Galileu
T09/2014	Obras para Marabá
T10/2014	Obras na educação, infraestrutura e turismo.

O modo de apresentação destes 45 textos ao seu público leitor simula características comunicacionais mobilizadas em outro arquivo: o da notícia. Mesmo como práticas que se situam no campo midiático, a propaganda e o jornalismo são realidades que, em virtude de suas fronteiras fluídas, entrecruzam-se no espaço social, mantendo suas finalidades comunicacionais e suas identidades textuais. Isto confere validade à percepção analítica de que estas peças de propaganda oficial se inclinam a um afastamento da cena genérica efetiva de seu texto (um escrito elaborado em razão de técnicas de persuasão/sedução deliberada), ao privilegiarem virtualidades de textos prototípicos de outros lugares discursivos. Pode-se considerar, tomando por base as análises de Maingueneau (2008b), que quando a notícia se torna cenografia do gênero da propaganda oficial, ela não explora todas as normas constitutivas de uma notícia enquanto cena genérica, cujo sentido recorrente se estabelece no prospecto enunciativo do fazer jornalístico. Encontram-se, desta forma, implicados na cena da propaganda de governo do Pará, sentidos historicamente atribuídos a gêneros discursivos que possuem a finalidade de relatar um acontecimento atual e passível de verificação. Embora haja a apropriação virtualidades da cena de fala da notícia para causar efeitos de distanciamento e de objetividade, os textos mencionados no quadro acima não alcançam dimensão jornalística, pois sua intencionalidade tácita centra-se na propagação da imagem positiva do governo, bem como de um modelo de estado. Outro aspecto que acentua a impossibilidade de tais peças se configurarem expressamente como notícias é o teor apreciativo insinuado por meio de sentenças em todo fluxo enunciativo (“No Pará saúde é prioridade” - T02/2011; “É o governo do Pará mais perto de quem precisa mais precisa” - T08/2011; “Asfalto é segurança. É trânsito melhor. Para o governo do estado é também compromisso” - T07/2014). Em uma visada essencialmente discursiva, pode-se asseverar que tais peças exploram uma característica indispensável da notícia: a ancoragem explícita na dimensão dêitica de um acontecimento recente – “quem?”, “quando?”, “onde?”, “como?”, “por quê?” –, calcado no processo de verificação para sustentar o *status* de credibilidade.

Entre as virtualidades da notícia exploradas nestes textos de propaganda para dar legitimidade ao universo de sentidos instaurados pelo discurso do governo do Pará, algumas podem ser destacadas. A ênfase nestas virtualidades decorre da necessidade de reafirmar posicionamentos políticos no cenário paraense, bem como destacar a imagem de autoridade dessa esfera administrativa por meio da mídia.

Para refinar essa primeira caracterização, os textos a seguir ilustram o investimento em condições advindas das práticas de produção de notícias. Em (33) e (34) salta aos olhos a expressão de acontecimentos atuais para a época em que foram veiculados: (i) retomada e

conclusão de obras de abastecimento e (ii) implantação do programa gestão por resultados. Dá-se evidência, por meio desta dimensão do gênero notícia, a apresentação de um fato novo sob a expectativa de causar um interesse que está longe de ser dado, numa tentativa de envolver o leitor no mundo de sentidos configurado pelo discurso sustentado pelo governo do Pará.

(33) T10/2011

Locutor em *off*: O Pará que a gente faz. Abastecimento. Chegou água encanada e tratada para milhares de moradores de Tailândia e das vilas de Turiaçú e Palmares. As obras paralisadas desde 2009 foram retomadas e concluídas, trazendo mais saúde e cidadania pra quem vive na região. Melhorar a vida das pessoas é o governo do estado mais perto de quem mais precisa. Pacto pelo Pará: o governo e você juntos.

(34) T02/2012

Locutor em *off*: O governo implanta a gestão por resultados. (Esse é o Pará que a gente faz e juntos vamos fazer mais). O governo do Pará implanta um novo modelo de administrar: é a gestão por resultados. O objetivo é aumentar o desempenho e atender melhor a população. A primeira meta é buscar melhores resultados nas áreas da inclusão social, produção sustentável, habitação, saúde e ensino profissionalizante. Governo do Pará: o governo e você juntos.

O investimento cenográfico destas peças, portanto, visa à expressão de um acontecimento de modo direto e preciso, transpondo o efeito de objetividade típico da cobertura jornalística ao trato da informação sobre a coisa pública. Trata-se de uma linguagem que se exprime por meio da utilização persistente de pronomes de terceira pessoa e construções sintáticas breves, criando a imagem de isenção do locutor em relação à avaliação dos fatos noticiados, por exemplo. O “eu” do locutor imediato não se manifesta na superfície linguística para dar relevância a fatos relacionados ao governo do Pará, que se configura como objeto delocutado na enunciação. Esta cenografia, assim, induz o leitor a receber aquilo que o governo executa como algo que merece ser noticiado como fato excepcional e de grande impacto, que rompe de maneira positiva diante da normalidade do cotidiano.

No *corpus*, observou-se a recorrência deste modo impessoal de enunciar marcado pela delocução e por períodos curtos, tal como se pode comprovar no exemplo seguinte (35) em que se relata um fato de um modo predominantemente referencial.

(35) T07/2012

Pará ganha escritório da ONU. (Esse é o Pará que a gente faz e juntos vamos fazer mais). O governo do Pará assinou acordo para implantação do 1º núcleo amazônico do escritório da ONU. Através do núcleo, o Pará vai trocar experiências e receber apoio para ampliação das políticas públicas que estão sendo desenvolvidas no estado nas áreas da cidadania, direitos humanos, segurança e meio ambiente [...].

Além destas virtualidades, a superfície linguística e a sequência de imagens que constituem o corpo de cada anúncio-filme do *corpus* não evidenciam a assinatura de um autor empírico, tampouco evidenciam sua corporalidade. Deste modo, pode-se dizer que a logomarca do governo do Pará, no final de cada peça, não exprime, no plano da ficção instaurada pela cenografia, sua responsabilidade enunciativa. A cena de enunciação é processada dando a entender que os locutores âncoras, que se constituem como fiadores imparciais no trato da notícia, são os responsáveis diretos pelo que é relatado por meio de uma linguagem que sugere a autenticidade de algo que aconteceu no mundo, como pretende o fazer jornalístico. A logomarca ganha sentido, efetivamente, como uma assinatura para identificar o anunciante conforme restrições legais da relação entre administração pública e agências de propaganda.

Por meio deste dispositivo em que a fala é encenada, passa-se para o primeiro plano – aquele com o qual o leitor se defronta – a proposição de uma notícia. Neste sentido, vale ressaltar que a encenação da notícia se ajusta às coerções do anúncio-filme em relação à duração de cada enunciado. Notícias, assim como os textos de propaganda, caracterizam-se pela concisão: deve-se ater ao essencial da informação em um breve período de tempo. Assim, os textos que acompanham as imagens de cada anúncio são enquadrados em roteiros que duram 30 segundos, revelando que esta cenografia adequa-se ao funcionamento do discurso do governo do Pará, em decorrência de legitimidade da comunicação política e dos sentidos que lhe são atribuíveis: veracidade, credibilidade, isenção e imparcialidade.

A enunciação do discurso oficial se apropria das virtualidades genéricas da notícia para convencer a instância cidadã paraense. Observa-se na mobilização desta cenografia a projeção do efeito de sentido da credibilidade pela verificação pretendida pelo dizer jornalístico. Trata-se de uma imagem atribuída à notícia validada discursivamente no imaginário das instâncias envolvidas. Imagem esta filtrada pelo dizer da propaganda de governo e que se refrata nos anúncios analisados.

Outros sentidos podem ser inferidos destas cenografias por meio do acesso ao uso de expressões que indicam quantidade e exatidão. Nas peças analisadas observou-se a apresentação de informações por uma lógica numérica em função do princípio da publicidade a que está submetido o governo. Ao adotar uma perspectiva de impessoalidade no tratamento das informações oficiais pelos fiadores da instância política, a enunciação oficial do volume exato das ações concretizadas e a avaliação pela voz governista da alteração social provocada na vida de pessoas em diversos aspectos com destaque para a alteração na vida de pessoas em situação de vulnerabilidade, acentua-se o caráter espetacular imposto pela mídia. Trata-se da

celebração dos números obtidos pelo governo, ampliada pelo alcance simultâneo de centenas de cidadãos paraenses por meio das transmissões oferecidas pelos suportes midiáticos.

Nos exemplos (36), (37), (38) e (39), observa-se a recorrência de um repertório lexical de numerais que permite atribuir um sentido lógico-evidente às ações do governo e de seu impacto em contextos de exclusão social (“Atendimento de qualidade a quem mais precisa”, “É o fim da fila de espera...”, “Garante casa boa pra quem [...] nem tinha onde morar”, “vão plantar mais feijão e colher uma vida melhor”). Assevera-se, desta forma, os efeitos de autenticação, objetividade e eficácia pretendidos pelo modo de dizer e ser oficiais. Salta à vista, deste modo, a imagem de governo de estado baseada na exatidão informacional.

(36) T02/2011

[...] O governo entrega à população o hospital Jean Bitar todo equipado. Oitenta novos leitos para atendimento em várias especialidades; vinte e três leitos para UTI, sendo dez neonatal; sete salas de cirurgia; dez consultórios; laboratório e farmácia. Atendimento de qualidade a quem mais precisa [...].

(37) T03/2011

[...] O governo do Pará inaugurou o primeiro centro de hemodiálise do estado. São trinta e cinco novas máquinas e equipamentos de última geração. E, na Santa Casa, dez novas máquinas especialmente para atender às crianças. É o fim da fila de espera para os pacientes renais crônicos [...].

(38) T13/2011

[...] Quinhentas famílias de Castanhal realizaram o sonho da casa própria. Com muita festa, o governo do estado entregou o residencial Jardim dos Tangarás. A obra feita em parceria com o programa Minha Casa Minha Vida garante casa boa e bem feita pra quem pagava aluguel ou nem tinha onde morar [...].

(39) T11/2012

[...] O governo do estado está distribuindo cento e cinquenta toneladas de sementes de feijão caupí. É o programa de modernização da agricultura familiar, que além das sementes, distribui cem toneladas de adubo e mudas de paricá. Quase quatro mil famílias de pequenos agricultores em todo Pará vão plantar mais feijão e colher uma vida melhor [...].

O modo de enunciar atestado pelos exemplos acima concorre para infirmar a vocalidade por meio da qual o governo de estado deve se manifestar. Trata-se de uma voz que exprime indícios de um mundo de sentidos políticos cuja divulgação de seus atos deve se basear em dados objetivos do mundo para validar sua transparência. Neste rumo, exploram-se os sentidos da linguagem numérica como forma de acentuar a exposição de uma agenda de governo que passa pela verificação que idealmente deve se sobrepor a opiniões particulares. Trata-se da apresentação de uma imagem auto-evidente e explicável por meio de provas

quantificáveis “independentemente da subjetividade do sujeito falante” (CHARAUDEAU, 2013b).

Como se pode notar nos exemplos (40), (41), (42) e (24), as informações seguem o padrão da evidência cuja autenticidade é indicada pelo sentido de exatidão que a categoria linguístico-gramatical de número exprime. Em (40), os resultados da ação de governo são expressos quantitativamente, incidindo positivamente (mais, melhorando) nos setores públicos da segurança e economia. Percebe-se o mesmo percurso argumentativo em (41), (42) e (43), em que os dados quantificados incidem respectivamente em mudanças nas áreas do funcionalismo, do ensino e do fortalecimento dos municípios. Vê-se, portanto, que um fato supostamente evidente é expresso por meio do recurso a dados quantificados, acentuando o efeito de autenticidade e de objetividade.

(40) T04/2011

Asfalto para durar dez anos. É a nova alça viária: máquinas na pista, homens trabalhando, asfalto com dez centímetros de espessura nos sessenta km da estrada. As obras avançam, também, na perna sul, ligando a alça a Acará (trinta e cinco km ALÇA-ACARÁ). É o governo do Pará garantindo mais segurança e melhorando o escoamento da produção [...].

(41) T09/2011

Só este ano, quase cinco mil novos servidores públicos concursados (4.930 novos servidores nomeados) foram nomeados para o estado em diversas secretarias (80% trabalhando). Os setores mais contemplados foram educação, saúde e defensoria pública para atender melhor a população. É o governo do Pará valorizando e investindo na qualidade do serviço público [...].

(42) T12/2011

[...] pela primeira vez no Pará escolas em tempo integral. Cem milhões de investimentos na reforma de cento e cinquenta escolas só este ano. Mais saber. Mais qualidade da educação para mudar a cara do ensino no nosso estado [...].

(43) T02/2013

[...] Cento e quarenta e seis ônibus entregues para oitenta e sete municípios. Resultado da união de forças entre o governo do Pará e a bancada federal paraense em parceria com o governo federal. São ônibus preparados para o transporte de alunos e para pessoas com deficiência. O governo do estado já garantiu: os outros cinquenta e sete municípios também serão atendidos [...].

A partir das considerações de Maingueneau (2008a, 2008b, 2011, 2013, 2014) sobre o modo de dizer específico do discurso, compreende-se que este estatuto cenográfico, fenômeno subordinado a uma semântica global, se revela/constrói/depreende na e pela enunciação. Mais precisamente: sua percepção está condicionada ao modo de enunciar próprio do discurso no sentido de conferir legitimidade aos sentidos que são projetados por determinada inscrição discursiva.

Este modo de dizer com ares de exatidão constrói uma dimensão de sentidos de aparente logicidade sobre as quais o coenunciador de cada peça de propaganda se apoia para afirmar ou infirmar as interpretações erguidas por governos em gestões particulares para sua legitimação no poder. Mesmo que o ideal de propaganda governamental seja potencializar um possível diálogo entre governantes e governados, seja garantir o princípio da informação como meio de acesso à participação democrática do cidadão, a construção de um mundo de sentidos arquitetado por interesses de ordem midiática e político-institucional para a validação exclusiva de um conjunto de crenças mascara a parcialidade sob os sentidos da imparcialidade, impessoalidade e autenticidade, haja vista que em se tratando do fazer das práticas de propaganda, Sani (1998) afirma que a informação nunca é apresentada em toda sua inteireza. Neste sentido, vale ressaltar que “a própria atuação [de] privilegiar a [persuasão] em prejuízo de incrementos reais efetivos [...] possibilita o surgimento de uma democracia forjada, já que fundada em uma imagem irreal de prosperidade estatal” (MACHADO, 2008, p. 4). Consubstancia-se um quadro programático de informação que acaba por prejudicar o convencimento do cidadão sobre a real atuação da administração pública. O discurso oficial do governo do estado do Pará, por meio de sua planificação linguístico-enunciativa, evita/silencia qualquer manifestação explícita da presença do Outro contraditório: não há qualquer evidência textual de refutação. Tudo isso para criar um mundo de sentidos particular em função da sua legitimidade de poder. Neste universo de sentidos, “a posição de quem emite a informação é sempre a de quem apresenta conclusões absolutamente certas” (SANI, 1998, p. 1020).

O segundo perfil cenográfico adotado em 7 das peças do *corpus* gera um efeito de sentido que segue um caminho oposto ao apontado nas linhas precedentes. As cenografias de cada um desses textos oficiais se apoiam em avaliações pessoais de sujeitos que se beneficiam da consecução das obras, projetos e serviços prestados pelo governo do Pará. Estes anúncios, ao decorrerem do registro de testemunhos de cidadãos sobre determinado fato, geram efeitos de proximidade e espontaneidade, cujo objetivo é enaltecer a eficácia destas ações na vida cotidiana da população. Legitima-se, por meio deste artifício cenográfico, a enunciação oficial que, retroativamente, apresenta como legítimos os testemunhos de cidadãos enquanto lugar de fala de onde se pretende que o discurso das bases do governo do estado do Pará tome corpo textual. Desenha-se, deste modo, uma cilada – para dar validade à expressão de Maingueneau (2008b, 2013, 2015), e os efeitos gerados pela cenografia – que mantém deslocado em um segundo plano os sentidos do quadro cênico da propaganda de governo do Estado do Pará. Esta armadilha articulada em torno de falas de sujeitos que testemunham sobre fatos vividos

impõe-se com vistas a provocar a adesão, fazendo com que o cidadão paraense se encontre imaginariamente integrado nessa cenografia. Verifica-se, por meio desse movimento enunciativo, que as ações deste governo e o próprio governo do Pará assumem caráter de objeto da delocução, dissimulando, por meio da fala do cidadão, os enunciados que partem da própria instância oficial. No quadro abaixo o registro das peças de propaganda que apresentam este segundo estatuto cenográfico construído pelas falas de cidadãos:

Quadro 4 – Peças (anúncios-filme) da propaganda oficial que apresentam um estatuto cenográfico marcado por virtualidades do relato testemunhal.

Id. da peça no <i>corpus</i>	Ações de governo (conteúdo)
T11/2013	Jogos escolares da juventude
T12/2013	Nova Alça Viária
T13/2013	PROPAZ nas escolas
T01/2014	Títulos de terra no campo e na cidade
T11/2014	Crias do Curro Velho
T12/2014	Prolongamento da Avenida Independência
T13/2014	PROPAZ nos bairros

Estes 7 textos, por sua vez, mobilizam um perfil cenográfico que se assenta em virtualidades comunicacionais de outra ordem: o relato de um fato por uma testemunha direta. Enquanto dispositivo sócio-historicamente definido, essa configuração de texto apresenta um notável grau de funcionalidade ao compor o quadro comunicacional do processo civil e probatório no campo jurídico. Depreende-se que os anúncios de propaganda indicados neste segundo quadro visam alcançar a validade de seu posicionamento apoiando-se em virtualidades de uma cena de fala tipicamente demandada em processos civis como expediente para se averiguar a veracidade de fatos ocorridos. A cena do relato testemunhal, portanto, não se constitui como uma cena genérica, mas como cenografia adotada por esse conjunto de textos em particular.

Diante da natureza singular do testemunho na cena processual, verifica-se que o perfil cenográfico adotado nestas peças não apresenta exatamente as funções de um depoimento pessoal, pois este expediente, ordenado a partir de sentidos de ordem jurídica, constitui-se, conforme ensina Lopes (2013), como meio de prova daqueles que figuram como parte de uma ação processual, submetidos aos efeitos imediatos da decisão final. Ainda segundo a autora, a lógica processual e probatória de onde emergem os sentidos para o depoimento pessoal e para o testemunho legal implica funções diferenciadas, reservando papéis distintos aos sujeitos envolvidos em uma ação civil: espera-se do depoente uma confissão, ao contrário da testemunha que se constitui como sujeito que deverá apenas relatar fatos dos quais não

participa como protagonista. Portanto, constata-se que nas cenografias dos anúncios oficiais do quadro acima, o cidadão é identificado como um terceiro ao falar das ações da administração pública. Em tais cenografias, ele é inferido como partícipe do espaço público da legitimação do exercício do poder, não apresentando, neste quadro, um testemunho controverso em relação ao governo de estado. A mobilização do testemunho pessoal como cenografia por estes anúncios desvela o que Sousa (2006) caracteriza como simulacro da participação pública, pois a apresentação de um sujeito que idealmente representa a voz da instância cidadã paraense minimiza as possibilidades de percepção do espaço público – fragmentado e conflituoso – em que efetivamente se dá discussão política que conduz à tomada de decisão. Some-se a esta caracterização da imagem simulacral do sujeito que testemunha em favor do governo de estado, os processos de exclusão da decisão política, ocasionados, segundo Sousa (2006, p. 142), pela ausência de “[condições] econômicas, posição social e nível de alfabetização [de muitos] para frequentarem os lugares onde se processam os debates”.

Consideradas pela perspectiva da cena processual, as situações de fala destas 7 peças remeteriam a um recorte de testemunhos favoráveis acerca de uma ação do governo do Pará – que nesse quadro se situaria em uma lide imaginária, a qual deve refutar por meio de testemunhos favoráveis que devem desacreditar posições divergentes. Notadamente, nessa relação jurídica imaginária difusa – pois não se exprime claramente o lugar discursivo em que os sentidos do testemunho encontram funcionalidade original –, destaca-se o testemunho no plano da cenografia como lugar de fala mais conveniente para atestar a fidedignidade das ações de governo diante de eventuais opositores.

Evidenciam-se por meio deste segundo perfil cenográfico os riscos inerentes à tomada da palavra, de acordo Maingueneau (2013): a rotina do relato testemunhal em uma instrução processual para apurar a verdade sobre um fato implica enunciados que nem sempre favorecem à determinada parte. Deste modo, o trabalho de validação do testemunho enquanto situação de fala construída sobre a dêixis de práticas discursivas políticas, como no caso da propaganda oficial do governo do Pará, sustenta-se em razão da legitimidade e credibilidade que a voz cidadã aporta à avaliação dos serviços da administração pública. O cidadão nesta situação de testemunho seria o sujeito mais adequado para legitimar o governo de estado. Instaure-se implicitamente a cena de um julgamento em que se passa a impressão de não haver depoimentos que arranhem a imagem do governo, haja vista que a principal parte envolvida, o povo, fala favoravelmente do governo por meio de representantes de diversos segmentos sociais.

Pode-se dizer que o testemunho direto no processo civil caracteriza-se como modelo instalado no imaginário coletivo como meio de assegurar a veracidade de fatos que destoam da normalidade cotidiana, sendo inclusive utilizado em contextos fora do tribunal, mantendo conservados os sentidos de comprovação e fidedignidade. A instauração de uma ação processual é coletivamente aceita como instrumento rigoroso por meio do qual a verdade pode ser explicitada, espaço de prática onde o testemunho é instituição de fala usada para dirimir a dúvida. Tratar-se-ia, desta forma, de uma cena validada, pois, além de ser valorizada culturalmente, funciona como estereótipo constantemente reinvestido em textos de outros campos. Entre as virtualidades do testemunho que são enfatizadas neste segundo conjunto de textos da propaganda do governo do Pará, constata-se a qualificação da testemunha, o conhecimento sobre fato relevante e ser um terceiro, implicado como prova do desenrolar dos fatos.

A qualificação da testemunha, ouvida como informante idôneo e desinteressado em dado litígio, é condição essencial para garantir a fidedignidade das afirmações prestadas, segundo se abstrai do Código Processual Civil. Neste sentido, no Art. 414 do referido documento, a testemunha deverá ser qualificada, tendo seu nome, profissão, residência e local de trabalho designados na cena processual, para não invalidar a produção da prova testemunhal. Assim ocorre, como se pode ver no exemplo (44), em que se apresentam os nomes e as profissões de cidadãos que falam sobre certa ação de governo por eles presenciada.

(44) T12/2014

José Francisco – vigia: Até um pouco tempo atrás isso aqui só era, só era mata.

Isabel Santos – costureira: Era preocupante porque a bandidagem se escondia pra assaltar esse perímetro aqui.

Demilson – comerciante: Com essa obra aqui agora vai beneficiar bastante esse povo daqui.

Locutor em *off*: Prolongamento da Avenida Independência.

Demilson Marques – comerciante: Isso ai é benefício pra população e tanto pro estado.

Célia Souza – comerciante: Melhorou, melhorou tudo pra gente. Vai sair pra Marituba, vai pra Belém sem ter aquele engarrafamento. É excelente, né.

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

Célia Souza – comerciante: O trabalho é muito bom.

Verifica-se também que as falas dos cidadãos nestes exemplos compõem um painel de afirmações sobre um fato relevante: o prolongamento da Avenida Independência. Tal como nos demais anúncios deste segundo quadro, esta virtualidade do testemunho direto patente à cenografia do texto (44) é um exemplo do *corpus* que permite ilustrar o caráter probatório instituído na cena de enunciação oficial, haja vista que o informante torna-se fonte de prova,

ao afirmar sobre fatos testemunhados. Este artifício assegura às informações sobre o governo do Pará o efeito de veracidade por meio de uma cenografia difusa, que apresenta uma situação de fala do quadro pragmático de outro discurso, a qual se dá a perceber por meio do acesso às redes de sentidos que constituem o processo comunicativo de uma ação processual segundo procedimentos do campo jurídico. Portanto, nestas cenografias, ações como “prolongamento da Avenida Independência” (T12/2014), “jogos escolares da juventude” (T11/2013), “Nova Alça Viária” (T12/2013), entre outras, constituem-se em fatos relevantes dignos de declarações fidedignas do cidadão que testemunha o desenrolar dos fatos. Assim sendo, os anúncios oficiais do governo do Pará investem em uma cenografia de relato testemunhal que retoma implicitamente sentidos do quadro processual, onde o testemunho adquire originalmente sua funcionalidade histórico-social. Por meio da cenografia de testemunho direto destes anúncios em particular, que pode ser caracterizada como “porta de entrada do texto” (ROCHA, 2013, p. 139), a propaganda oficial pretende inserir o leitor no posicionamento socialdemocrata que se atualiza na esfera pública, defendendo a instauração de um modelo de estado moderno por onde se garanta uma transformação social gradualista por meio de reformas no sistema político, “apoiando-se no voto e no parlamentarismo” (BOTTOMORE; OUTHWAITE, 1996 apud PRZEWORKSKL, 1988, p. 93).

Nos dois modelos descritos acima – identificados nas tabelas 1 e 2 desta seção –, corrobora-se a perspectiva de Maingueneau (2015), segundo a qual o enunciador, evidenciado como corpo historicamente especificado que atua como fonte da enunciação, ao produzir o dito, organiza a situação de enunciação da qual pretende enunciar. Nas cenografias analisadas, nota-se que esse processo se efetiva por meio da dissimulação da voz do governo do estado ao delegar voz aos locutores (cidadãos que testemunham e âncoras de telenotícia) que assumem caráter de fiadores dessa vocalidade oficial. De modo amplo, constata-se em tais cenografias que os sentidos impostos pelo tipo e pelo gênero do discurso, deslocados para um segundo plano, dão estabilidade às cenas de fala (cenografias) das quais a enunciação oficial pretende originar-se.

Diante da validade da interconexão entre aspectos da política e da propaganda na constituição dos anúncios do estado do Pará, não se pode classificar as técnicas da propaganda como mero suporte para uma enunciação política que visa à persuasão. Essa percepção encontra sua justificativa nos trabalhos recentes que vêm sendo desenvolvidos na área da AD, tanto por Maingueneau (2010) quanto por Charaudeau (2013b), que tendem a apontar as práticas de mídia, comunicação e propaganda como um lugar autonomizado de produção discursiva. Assim, não seria tal campo apenas uma região fadada a “emprestar” gêneros para

envolver conteúdos de outros discursos. A este respeito, Sousa (2006), ao discorrer sobre estruturação social da comunicação mediada, defende que a formação moderna da opinião pública transferiu-se sobremaneira para o campo dos *media*, em que as práticas aí desenvolvidas são instâncias de mediação entre Estado e sociedade civil. Por esse motivo, mesmo que os sentidos advindos da atividade de propaganda sejam dissimulados ao fazer informações de outros campos passarem para o plano da exposição mediática e massiva, há a presença, mesmo que velada, de uma comunidade de enunciadores com posicionamento especializado na arte de seduzir, persuadir e convencer.

Compreende-se, portanto, que a propaganda não intervém neste cenário oficial como uma cenografia. Ela oferece condições para a projeção de uma dêixis discursiva política e para a progressão de possíveis cenografias que possam estar harmoniosamente articuladas ao mundo de sentidos dos estados democráticos, de modo a legitimar suas ações. Neste sentido, o atual estágio de desenvolvimento do setor da propaganda influencia decisivamente o modo de dizer dos demais setores da sociedade, dando-lhes a possibilidade de construir cenografias adaptadas às mais diversas situações de persuasão.

A comunicação mediada e dirigida, operacionalizada pelas comunidades de propaganda, amplia a ressonância do espetáculo pretendido tacitamente pela ação política de governo, bem como de partido. Cria-se, por meio de tais cenografias e do *ethos* que lhe atravessa, uma imagem artificial de prosperidade estatal pela “exibição pública das dádivas à coletividade” (MIGUEL, 1997, p. 67), obscurecendo-se sentidos outros atribuídos às mazelas sociais que não condizem com a imagem positiva propagada pelo governo. A propaganda dos governos democráticos, tal como a do governo do estado do Pará, constitui-se, em seu funcionamento discursivo, como um espelho que distorce e tergiversa a realidade, pois sonega e subtrai sentidos divergentes, igualmente importantes para formação da opinião e tomada de decisão pelos cidadãos. Tem-se, assim, uma ação técnica da propaganda que opera na dêixis socialdemocrata para vislumbrar o coenunciador, incorporando-o à cena próspera de estado.

5.3 O *ethos* discursivo assumido na prática político-midiática do governo do estado do Pará

O *ethos* discursivo confere legitimidade à cena de enunciação ao dotá-la de atributos que marcam o modo de expressar ideias e de habitar o mundo a partir de determinado posicionamento. A palavra, proferida por um sujeito localizado institucionalmente, carrega

consigo o caráter e a corporalidade de uma fonte enunciativa historicamente especificada. Cada enunciado, portanto, encarna propriedades físicas e psíquicas que indicam a conduta ideal de sujeitos situados em mundos de sentidos regidos por uma semântica global.

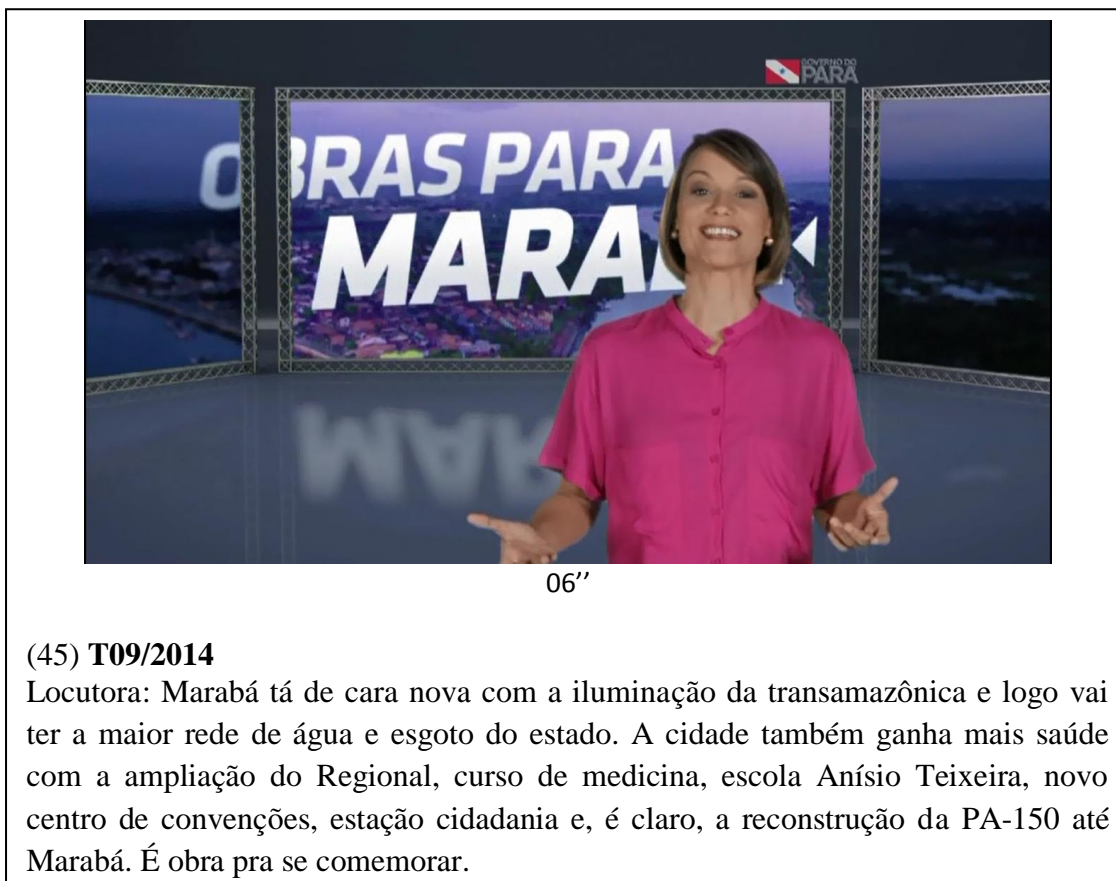
Deve-se recordar, a cada instante deste percurso de análise, que a noção de *ethos* efetivo do discurso não deve estar restringida à fala do locutor empírico no momento exato de sua enunciação como preconiza a retórica aristotélica. Considera-se como plano principal desta análise a ampliação da noção de *ethos* à semântica generalizada do discurso que impõe um tom, um caráter e uma corporalidade aos textos materializados pelos sujeitos para garantia da legitimidade de certos posicionamentos. Trata-se, além do mais, de um fenômeno que visa incorporar o coenunciador ao mundo de sentidos criados no e pelo discurso por meio de conjunto difuso de representações sociais e estereótipos culturais filtrados pelas categorias de um sistema de restrição semântica dado. Projeta-se, neste processo, uma imagem ideal de si na superfície do discurso recuperada pelo leitor com base em índios textuais, a qual deve compor com seu coenunciador a “mesma ordem de sociabilidade ideal” (MAINGUENEAU, 2008a, p. 90).

No contexto geral dos 52 anúncios-filmes de propaganda governamental analisados, observa-se, em relação à dêixis de pessoa, a existência de duas modalidades de locução que subordinam o papel de fiador do quadro da enunciação: aqueles que assumem a voz da instância política, enumerando em suas falas as ações públicas do governo, e aqueles que assumem a voz da instância cidadã, declarando na condição de testemunhas sua concordância com os atos do governo.

Nos termos de Ducrot (1987), estes locutores imediatos trazidos à cena de fala para a garantia da legitimidade do enunciado, ao ocuparem o espaço da elocução oficial, apresentam-se enquanto seres no mundo, cuja fala é atravessada pelo *ethos* da fonte enunciativa que os antecede. Assim sendo, a cena da enunciação em que as peças de propaganda são elaboradas, indica que locutores empíricos constituem-se como os fiadores vinculados a um lugar de subjetivação ou a uma fonte da enunciação que os reveste de caracteres avaliados positivamente na conjuntura histórico-social atual do Pará.

No caso da prática de propaganda em análise, estas duas modalidades refletem posições distintas ocupadas pelos sujeitos que se inscrevem na cena de enunciação. Apoiado na descrição polifônica de Ducrot (1987; 2018; 2010), usada por Maingueneau (2008b, 2011, 2014) para definir o quadro de análise da vocalidade discursiva assimilada pelo sujeito empírico da cena de enunciação, considera-se a noção de fiador como designação correlata de locutor que efetivamente produz atos ilocucionais, colocando em cena a voz do enunciat

discursivo, sua disciplina institucional tácita traduzida em um comportamento específico de interação. Os exemplos abaixo, extraídos do *corpus*, podem ser tomados como ilustrações destas duas modalidades de fiadores presentes na cena dos anúncios-filmes do governo do estado do Pará:



No frame do anúncio T09/2014 – exemplo (45) –, a fiadora assume a voz oficial para informar sobre obras entregues pelo governo à Marabá, por ocasião do aniversário desta cidade. Esta fiadora oficial traz à cena enunciativa o governo como delocutado (ser de quem se fala) ao apresentar informações que dizem, em primeira instância, respeito de serviços públicos oferecidos a certa demanda cidadã pela esfera administrativa de estado. Ela se pronuncia explicitamente do lugar social que possui a responsabilidade direta pela execução de obras e serviços em benefício de uma coletividade. Em virtude das coerções do discurso de estado democrático e social, associado à prática midiática de propaganda, só quem pode e deve publicizar os atos de governo é quem está formalmente autorizado pelos mecanismos legais típicos da ordem democrática. Para tanto, tal fiadora da cena, sujeito restringido pelo dizer político-midiático, constitui-se como porta-voz de informações oficiais roteirizadas pelas agências de propaganda para legitimar, tanto a validade de conteúdos, quanto a ordem

de sociabilidade prevista na relação entre governo do estado do Pará e os cidadãos-espectadores.

Cabe comentar que além dos anúncios-filmes que exibem a compleição física do fiador, enquanto porta-voz do discurso oficial, há peças em que não se faz uso deste artifício. A enunciação do discurso oficial se efetiva mediante a articulação da voz de um fiador às sequências de imagens em movimento, recompondo também, neste cenário, o mundo ético pretendido pelo ideário socialdemocrata na condução do estado: o governo age para ampliar a participação de todos no estado de bem-estar social a partir de uma justa divisão das riquezas produzidas que se traduz em serviços de saúde, educação, lazer, emprego etc.

Quando a imagem de um fiador que representa idealmente a voz cidadã emerge na cena enunciativa da propaganda do governo do estado do Pará, preserva-se a exibição de seus atributos reais, deixando-a sempre em primeiro plano, em destaque. Observe-se o seguinte exemplo:



No exemplo (46), emerge na cena um fiador que enuncia a partir de sua realidade social particular: cidadão sem documento que comprovasse posse legal de terra. Ele fala enquanto agente político passivo, que ao ter sua condição alterada pela ação do estado, reage

positivamente. Nestes termos, o fiador desta enunciação em particular encena a voz da instância cidadã. Ele toma para si esta posição de locução em razão de sua participação efetiva no mundo de sentidos das pessoas beneficiadas por um governo que em tese apregoa a veemência do bem-estar coletivo. Com base em seu relato, pode-se atribuir a este fiador a condição de representante aparente da voz da instância cidadã, por se apresentar como receptor de ação que lhe foi imputada pela instituição responsável pela legalização de sua condição habitacional e pela garantia de seu direito de inclusão social: o governo de estado do Pará.

De modo geral, depreende-se que as falas recortadas dos agentes da instância cidadã devem, igualmente às falas dos demais fiadores representantes da esfera administrativa, estar em conformidade com a legitimação das ações do governo em dada gestão pública. Mais: a parcela de sujeitos da instância cidadã que está autorizada a emitir opinião na cena de propaganda oficial é composta por aqueles que reagem positivamente, silenciando com isso possíveis posições divergentes.

Em 12 anúncios-filmes¹⁴ do *corpus* analisado em que se recorre à presença de fiadores que representam um ideal de voz cidadã, observou-se de modo regular uma reação positiva diante da intervenção das políticas de governo do Pará, que refrata a memória discursiva de práticas político-partidárias calcadas no ideário da socialdemocracia. A veemência dessa vocalidade cidadã que testifica na cena da propaganda oficial a imagem positiva do governo do Pará se desdobra como indício do próprio arranjo global das práticas discursivas política e midiática que configuram o mundo de sentidos sob o qual se apoia a autoridade de uma enunciação que busca sua validade na conjuntura dos estados democráticos contemporâneos. Compreende-se, mediante a observação destas peças em particular, que o desdobramento de uma superfície discursiva que traduz aquilo que o governo faz e deveria mesmo fazer pela voz destes fiadores decorre das restrições semânticas que condicionam o modo de dizer daqueles que falam alinhados à perspectiva do governo do Pará.

O *ethos* pregnante à enunciação nesta prática discursiva, neste sentido, trabalha no sentido de controlar e manter uma memória discursiva que testemunha a positividade do fazer dos estados que seguem um regime que em tese se volta ao bem-estar social da população. Ele subverte com isso sentidos que indiquem aquilo que o governo faz, mas não deveria fazer, bem como não faz, mas deveria fazer.

¹⁴ T11/2013; T12/2013; T13/2013; T01/2014; T02/2014 ; T04/2014; T06/2014; T07/2014; T10/2014; T11/2014; T12/2014; T13/2014.

O lugar reservado para tal fala se efetiva pelo reconhecimento da ação do estado e pela qualificação positiva dos seus efeitos em contextos sociais particulares: bairro, comunidade ou cidade. Nos exemplos (47) e (48) abaixo, observam-se falas que atestam a presença do governo do Pará atuando como agente de transformação social, enquanto que nos exemplos (49) e (50), verificam-se falas valorativas indicando os efeitos dessa ação de governo.

(47) **T11/2013**

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

(48) **T12/2014**

Demilson – comerciante: Com essa obra aqui agora vai beneficiar bastante esse povo daqui.

(49) **T12/2014**

Célia Souza – comerciante: Melhorou, melhorou tudo pra gente. Vai sair pra Marituba, vai pra Belém sem ter aquele engarrafamento. É excelente, né.

(50) **T06/2014**

Mulher: Esse hospital vai ser muito bom pra toda população aqui de Belém.

A construção deste esquema de locução evidencia os primeiros indícios do mundo ético da cena de enunciação da propaganda deste governo do estado: por um lado, um estado que responde às demandas coletivas que são de sua responsabilidade, e por outro lado, um estado social que é caracterizado pela participação cidadã.

No nível dêitico de pessoa, verifica-se o estabelecimento destas modalidades de fiadores que preenchem o quadro da locução da propaganda do governo do estado do Pará e que podem ser igualmente identificadas como locutores âncoras da enunciação, isto é, seres empíricos sob os quais incide a voz da fonte enunciativa. O *ethos* discursivo não estaria relacionado a seus atributos reais, mas atravessaria cada ato de enunciação destes locutores posicionados na cena da propaganda de governo. Os indicadores de pessoa na superfície textual das propagandas em análise demonstram a configuração de um espaço de locução cindido entre os que apagam quaisquer formas pronominais de primeira pessoa (os fiadores da instância política) e os que se marcam pronominalmente em primeira pessoa (os fiadores da instância cidadã). Nesta prática discursiva político-midiática, os enunciados são vocalizados pela modalidade de sujeito que se pode denominar de locutor tipo 1 – abreviado λ ¹⁵ – para

¹⁵ Conforme Ducrot (1987), o sujeito empírico enquanto produtor efetivo de um ato ilocucionário (oral ou escrito) comporta a presença de duas figuras associadas: o enunciador E, puro ser de discurso, e o locutor lambda (λ), a pessoa enquanto ser no mundo. Pode-se dizer que um está na base do outro, pois “o espectador faz a ligação entre duas figuras discursivas (“E” e lambda) para atribuir a uma as manifestações da outra” (SOULEZ, 2004, p. 14). Esta perspectiva é assumida por Maingueneau (2011) ao considerar o *ethos* como uma dimensão

aqueles que não se manifestam na forma pronominal e locutor tipo 2 – abreviado λ'' – para aqueles que se marcam explicitamente em primeira pessoa. Considera-se, neste sentido, que estas modalidades da garantia da enunciação (λ' e λ'')¹⁶ assumem o dizer e o modo de dizer por delegação institucional do governo de estado do Pará que se apresenta como fonte da enunciação (E). Fato este perceptível pelo logotipo de assinatura que indica ser tal instituição responsável pelo dito e pelo dizer em cada filme de propaganda oficial.

A respeito da elucidação do esquema enunciativo da propaganda do estado do Pará, há que se mencionar a percepção de Brandão (1998) sobre a representação do sujeito nas propagandas impressas da Petrobrás. Ao analisar este tipo de materialidade, a autora assevera em relação ao nível do lugar do locutor um sistema de sobreposição de vozes onde se observa a emergência dois lugares de locução (L_1 e L_2) que suportam respectivamente um tom refutativo e outro assertivo em relação à perspectiva institucional da Petrobrás, enquanto (E) fonte enunciativa. Pode-se dizer que no quadro de análise da autora, ocupa o lugar de locutor λ (enquanto porta-voz de uma fonte enunciativa) um fiador em cuja fala se apagam traços de personalidade e por meio do qual se inserem vozes discordantes como discurso citado para, então, refutá-las.

A autora não objetiva a verificação do *ethos* discursivo pregnante à cena de enunciação da propaganda da Petrobrás, contudo seu esboço da organização dos lugares dos protagonistas da interação verbal objetivada por esta propaganda institucional ajuda a compreender este fenômeno discursivo crucialmente ligado à enunciação. Sob esta tutela, os lugares ocupados pelos fiadores – locutor, cuja vocalidade e caráter podem ser caracterizados discursivamente – da cena de locução da propaganda oficial do estado do Pará podem ser categorizados do seguinte modo:

- a) E – governo do estado do Pará que atua como fonte da enunciação;
- b) λ' – modalidade de fiador que assume a vocalidade oficial no contexto político-midiático;
- c) λ'' – modalidade de fiador que assume a vocalidade cidadã no contexto político-midiático.

constitutiva da discursividade que se refrata no locutor na medida em que ele se encontra assujeitado a uma fonte de enunciação. Depreende-se a partir de Soulez (2004) que essa distinção define o produtor do enunciado como um lugar por onde se projeta a figura de um enunciador (E) que está na origem da enunciação como responsável pelos pontos de vista implícitos.

¹⁶ Considerando-se o esquema de locução proposto por Ducrot (1987), utilizam-se os símbolos λ' e λ'' como referência para a mesma posição de locutor lambda que os fiadores das peças em análise ocupam. Para tal distinção, observam-se tanto as marcas linguísticas da elocução, quanto a identificação das instâncias políticas imposta pelas restrições do campo político, conforme Charaudeau (2013a).

Com base na percepção de Brandão (1998) para os lugares da enunciação, a análise dos textos da propaganda de governo em questão revelou que os fiadores associados a λ' e λ'' configuram-se como porta-vozes de E, que implica uma disciplina e uma maneira de mover-se no espaço social. A partir disso, compreende-se que um *ethos* específico incide sobre a maneira de dizer dos fiadores inscritos na cena de enunciação de cada anúncio dos anúncios analisados.

Este esquema esboçado a partir do quadro de enunciação relativo ao conjunto das propagandas em análise se assenta na visão de Maingueneau (2008a; 2008b) acerca da configuração do *ethos* como plano discursivo segundo restrições de ordem semântica. Plano que atravessa o projeto de discursividade sem ser seu objeto e dinamiza o processo geral de adesão dos sujeitos a um posicionamento. Para este autor, os discursos definem, por seu próprio modo de dizer, às vezes explicitamente, um ideal de voz por meio do qual se prevê a sociabilidade ideal do discurso que se apoia sobre o caráter e a corporalidade do enunciador. Neste sentido, o esquema acima expressa o fato de que os fiadores (enquanto ser que se apresenta no enunciado), ao figurarem em uma cena de enunciação, encarnam a disciplina corporal e linguística prevista pelas restrições semânticas do discurso a que se filiam. Com base no esboço da enunciação/locução da propaganda do governo do Pará, indica-se a assunção de um modo de dizer discursivo particular (que remete a um modo de ser) pelos sujeitos inscritos na cena da propaganda governamental para entrar em relação com seus coenunciadores em um movimento de sociabilidade ideal. Os fiadores que se apresentam no espaço de locução da cena de propaganda oficial se conformam aos esquemas de sociabilidade previstos para enunciar legitimamente na situação de comunicação política do governo do Pará.

Considerando-se este esboço da locução (referindo-se à pessoa que fala) da cena propaganda do governo do Pará, vale ressaltar que o ato de enunciação em si implica na simultaneidade de sua realização, além desse primeiro lugar, outros dois: delocução e alocação. No plano textual das propagandas em análise, um levantamento dos dêiticos indicadores de pessoa apresenta a seguinte configuração para as posições de delocução e alocação:

- a) O lugar do delocutado da propaganda oficial é marcado explicitamente por verbos em terceira pessoa designando os seres de quem o discurso fala: “O governo do Pará inaugura”, “as obras avançam”, “O cheque-moradia está de volta”, “O Governo e a Caixa assinaram”, “A nova UIPP conta” etc.

- b) O lugar do alocutário da propaganda oficial é marcado explicitamente por um *você* e por verbos no imperativo (*não beba, denuncie, não dirija* etc.) que se expandem implicitamente às entidades coletivas a quem a enunciação pretende se dirigir: “a população”, “quem precisa mais precisa”, “nossa gente”, “os paraenses” etc.

Observando-se os traços linguísticos que indicam a pessoa de quem se fala, pode-se afirmar que emerge uma variedade de delocutados que se subordinam a uma instituição maior de que se fala: o governo do estado do Pará. Neste sentido, ao considerar que as duas modalidades de fiadores que assumem a locução da cena de propaganda são vozes delegadas pelo governo do estado (cuja presença se materializa por meio do logotipo), observa-se a identificação entre a fonte e o objeto da enunciação em uma única realidade. Comparados aos resultados obtidos em Brandão (1998), os dados desta pesquisa apontam para um mesmo padrão metonímico na comunicação oficial:

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

A esta percepção analítica pode-se acrescentar o atravessamento de uma vocalidade peculiar, ou seja, os locutores aí posicionados (λ' e λ'') assumem o modo específico de enunciar a palavra oficial ao encarnarem a corporalidade do discurso de estado. O *ethos* discursivo se desvelaria lateralmente neste esquema, segundo Possenti (2011), como uma reduplicação do próprio posicionamento da fonte enunciativa. Desta forma, o *ethos* discursivo encontrar-se-ia implicado nesta dinâmica metonímica como comportamento socialmente atestado que garante a legitimidade dos sentidos atribuídos ao dizer oficial assumido pelos fiadores (figuras discursivas de um ser do mundo) que emergem na cena enunciativa. Assim, pode-se dimensionar a realidade do *ethos* discursivo no esquema proposto por Brandão (1998) para demonstrar a relação de identificação entre a fonte da enunciação e o objeto do discurso que no caso específico do *corpus* em análise correspondem simultaneamente ao governo do Pará:

E [*ethos*] = D (Delocutário).

Diante do exposto, esta análise desdobra-se na superfície linguístico-discursiva de textos da propaganda oficial para verificar os índices que conformam a vocalidade da comunidade discursiva que no período de 2011 a 2014 é representante do governo do Pará. Assim sendo, observadas as modalidades de fiadores e seu lugar de inscrição no ato da enunciação, pode-se recompor o *ethos* discursivo entendido como o ideal de voz a ser dirigida no quadro de sociabilidade ideal com a sociedade paraense por meio do acesso aos procedimentos linguístico-gramaticais que revelam o grau de pessoalidade da enunciação no circuito oficial.

No nível da superfície textual, observou-se no *corpus* em análise que nas enunciações relativas aos fiadores da instância política ocorre um apagamento generalizado das marcas de primeira pessoa, indicando com isto o caráter e o tom de impessoalidade que o sujeito que se inscreve como porta-voz oficial do governo deve ter para se dirigir aos seus destinatários. O levantamento dos dêiticos indicadores de pessoa nas falas dos fiadores “institucionais” no *corpus* atesta a ausência de formas pronominais de primeira pessoa (*eu, nós, nossa* e terminações verbais) como se pode verificar nos exemplos (51), (52) e (53).

(51) T01/2011

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

(52) T01/2012

Locutor em *off*: Programa asfalto na cidade. Com obras concluídas e em andamento, o programa asfalto na cidade está mudando para melhor a cara de muitos lugares. Em parceria com as prefeituras, o governo do estado está levando asfalto, pavimentação e meio-fio para mais de municípios em todas as regiões do estado. Asfalto na cidade, pra deixar a sua cidade melhor de se viver.

(53) T08/2014

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

Locutor 2 em *off*: Hospital Galileu.

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

Por meio da verificação desses indícios linguísticos, evidencia-se um movimento de apagamento do sujeito da instância política que não explicita seu engajamento no processo de enunciação do discurso por meio de uma dêixis que ateste sua presença. O fiador que assume

a palavra mediante as coerções previstas pela prática político-midiática do governo do Pará, marca seu distanciamento locutivo em relação ao objeto de sua proposição. Esta predominância de uma fala que não marca explicitamente o enunciador/locutor na superfície da língua revela uma vocalidade discursiva impessoal. Indica-se com este procedimento linguístico um *ethos* discursivo que remete a uma conduta socialmente avaliada em função dos estereótipos do mundo da política dos estados de regime democrático e social. Mais precisamente, trata-se da expectativa que gira em torno do modo como os agentes da esfera administrativa estatal devem tomar a palavra para tratar da organização da vida pública.

Considerando-se a impessoalidade como primeira conduta (disciplina corporal e linguística) atribuível aos enunciadores legitimamente autorizados a tomar palavra na esfera do poder público, observa-se que a manifestação do *ethos* discursivo por meio de uma dêixis que apaga os traços discursivos de personalização dos fiadores da instância oficial desvela um efeito de informação evidente, neutra, objetiva e autêntica. Diante deste mecanismo dêitico, pode-se asseverar com base nos textos de propaganda analisados que “o sujeito que fala traz uma informação como se a verdade não pertencesse a ele e só dependesse de si mesma” (CHARAUDEAU, 2013b, p. 54). Trata-se, inclusive, de um efeito de sentido visado pelo próprio fazer da propaganda que, assentado no princípio da deformação e da parcialidade, como postula Sani (1998), apresenta a informação ignorando argumentos controversos ao dissimular posições parciais de um grupo sob o aspecto da convicção unânime do coletivo social. Assim, para convencer a audiência de que a comunicação oficial emana de uma instância absoluta e incontestável, apoia-se em uma fala instruída pelo artifício da impessoalidade, em que se apaga uma ação política e linguageira individual para acentuar um modo de dizer supostamente neutro com o intuito de atestar sob o efeito da isenção a veracidade de obras e serviços de governo.

A percepção do mundo de imparcialidade e neutralidade que a fala oficial tenta imprimir põe em evidência o que Mainueneau (2011; 2013) classifica como processo de incorporação, em que os fiadores encarnam as propriedades de sua fonte enunciativa e se transformam em âncoras para que os coenunciadores sejam envolvidos pelo *ethos* de um dizer de estado que deve sustentar uma postura equânime em relação ao que deve oferecer à sociedade. Os fiadores da instância política na cena enunciativa da propaganda de governo assumem uma postura imparcial mediante a qual se dirigirão à sociedade civil com pretensão de instaurar e manter o corpo imaginário de uma política democrática autêntica.

Mas ao mesmo tempo em que pode ser identificado um estatuto de fiador marcado pela impessoalidade na cena da enunciação dos textos em análise, emerge igualmente uma

classe de fiadores que se apresentam explicitamente por meio das formas pronominais de primeira pessoa. No quadro de enunciação da propaganda oficial do Pará, os fiadores representativos da instância cidadã dirigem-se, do mesmo modo que os fiadores da instância política, à totalidade da população. Neste caso, quem efetivamente fala não é um tipo de enunciador situado apenas à esfera cidadã, mas um fiador, que pelo fato de estar situado em tal esfera, apresenta condições estereotípicas ideias para sustentar a visão de estado que se deseja repassar, patente na exibição de suas determinações físicas, psíquicas e vocais. Destaque-se, nesta moldura de sociabilidade ideal, o caráter emotivo que atravessa os testemunhos das peças, os quais encarnam as propriedades associadas aos cidadãos que o discurso socialdemocrata pretende identificar-se: classe trabalhadora, os mais pobres, minorias, jovens e adultos em situação de vulnerabilidade socioeconômica, enfim os que mais precisam, conforme se depreende no Programa do PDSB (2007).

Diante da prática de propaganda governamental do estado do Pará que visa à adesão de seus coenunciadores ao mundo da política democrática e social, a emergência de representantes da instância cidadã neste cenário sugere sentidos que vão além de uma interpretação calcada na neutralidade pela evidência. Considerando-se que a fala oficial nas peças analisadas estabelece seu ideal de vocalidade caracterizada pelo apagamento de marcas de personalização na superfície simbólica, quais as consequências discursivas que a presença da manifestação civil traz para a configuração do mundo ético da administração pública?

Para elucidar essa questão recorre-se ao *corpus* investigado, no qual se observam peças de propaganda cuja fala de enunciadores advindos da instância cidadã ganha destaque. Nos exemplos (54) e (55) observa-se o grau de engajamento dos fiadores à determinada ação do corpo do Governo de Estado dirigida à sociedade. Tal engajamento é explicitado por meio de marcas elocutivas que indicam sua adesão à situação estabelecida pela instância política. Esta dêixis articula-se à personalização de agentes afetados diretamente pelo impacto das ações de governo.

(54) T11/2013

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

Locutor em *off*: Jogos escolares da juventude.

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

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

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

Pamela Costa – atleta de judô: O esporte muda a vida de todo mundo.

(55) T13/2013

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

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

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

Locutor em *off*: PROPAZ nas escolas.

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

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

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

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

A partir da ocorrência desta marcação elocutiva nos textos do *corpus*, verifica-se o mesmo “eu” de identificação com a posição de governo. Além do mais, o discurso estabelece no interior deste quadro de locução um lugar dêitico de primeira pessoa por onde suas restrições semânticas preveem o silenciamento de opiniões controversas que poderiam minar o valor de verdade da fonte enunciativa. Neste sentido, para manter o efeito da imparcialidade diante da explicitação de vozes particulares, expressões de dúvida e de perplexidade não são permitidas neste espaço de comunicação do governo do estado do Pará. Realidade observável na própria linguagem da propaganda, pois como afirma Sani (1998, p. 1020) “a posição de quem emite uma informação é sempre a de quem apresenta conclusões absolutamente certas [...] e não pontos discutíveis”.

A aparição desse modo de enunciação centrado na elocução evoca um mundo ético diferente daquele previsto para a disciplina linguística e corporal dos agentes da esfera administrativa de governo. Cidadãos comuns assumem posição na cena de enunciação oficial e expõem alterações na dimensão sua vida privada em razão da ação estatal. Uma alteração que mobiliza o afeto do enunciador expresso na outorga de reconhecimento a algo que lhe beneficia, revelando seu contentamento, satisfação e realização.

No *corpus* investigado, as 7 peças que apresentam uma cena enunciativa predominantemente marcada pela elocução exploram o potencial de engajamento dos fiadores por meio de sua afeição e empatia às atitudes pontuais do governo.

Em (56), os três primeiros fiadores da cena atestam uma situação desfavorável, demonstrando um sentimento de aversão por meio de itens lexicais como “dificuldade” e “feia”, portanto, uma situação interpretada como indesejável e desagradável. A partir do quarto enunciador, verifica-se uma mudança de avaliação resultante de uma percepção positiva que pode ser evidenciada pela repetição de verbo “melhorar”, que exprime valor epistêmico de clareza e de compromisso com a verdade do conteúdo proposicional de seu dito. Note-se que a percepção empática é intensificada pelos advérbios “bastante” e “muito”,

indicando que os sujeitos da cena de enunciação enxergam uma mudança suficiente e satisfatória.

(56) T12/2013

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

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

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

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

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

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

No exemplo (57) abaixo, observa-se o mesmo modo de enunciar previsto pelo discurso oficial para que os fiadores situados à zona cidadã tomem a palavra na cena de propaganda do governo. Os fiadores desta peça de propaganda explicitam sua adesão e confiança a certo órgão governamental (PROPAZ IESP) por meio de marcas elocutivas de primeira pessoa (*eu, me*) e de verbos situados no plano epistêmico indicando a crença de que a prática esportiva se constitui como oportunidade de inserção cidadã. O comprometimento com o valor da verdade nesta peça revela contornos de emoção nas falas diante do resultado das ações do poder público. O primeiro enunciador desta peça reconhece a presença de um corpo benfeitor que lhe possibilitou a oportunidade da inclusão cidadã pelo esporte. Ao se expressar por um período sintático de base epistêmica, marcado por um operador condicional (*se*), este enunciador dirige sua satisfação à ação exclusiva de um agente benfeitor. Mais adiante, este caráter emotivo em relação à mudança sofrida é evidenciado pelo enunciador no período “eu me sinto muito feliz”, indicando apreciação positiva da nova configuração social da qual é parte.

(57) T13/2014

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

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

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

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

No contexto dos exemplos acima, as pessoas, ao relatarem de modo emotivo a passagem de uma realidade de vulnerabilidade social para um contexto de inclusão cidadã, potencializam a adesão dos coenunciadores ao discurso oficial por meio de um processo de

comoção. O discurso oficial revela um corpo enunciante humanizado. A enunciação propaganda do governo do estado do Pará se exprime com ares de sensibilidade, ao trazer à tona o depoimento explícito de civis que outrora estavam marginalizados e agora se encontram inclusos socialmente pelas ações da administração pública. Pode-se dizer que a apropriação desse modo de enunciar marcado por uma elocução afetuosa e empática confere ao discurso governista a imagem de uma instituição preocupada com o bem-estar dos governados, ao explorar a imagem de um corpo institucional inclinado a socorrer indivíduos que supostamente estejam à margem dos direitos necessários à inclusão cidadã. Assim, para construir seu universo de sentido em função da legitimação de seu projeto de poder, esta esfera da administração pública orchestra sua cena de enunciação em torno de uma identidade ideal para que o leitor, situado na instância cidadã, seja incorporado.

Considerando-se o caráter de impessoalidade que predomina na cena de enunciação relativa ao *corpus* estudado, a incorporação de vozes sociais marcadas pela simpatia ao governo permite o alargamento do mundo ético do dizer oficial, jogando com as referências da instância cidadã e política no mesmo espaço da enunciação da propaganda oficial. Apesar da impessoalidade que lhe é prevista pelas coerções semânticas da política de estado democrático, o governo do Pará, ao projetar-se por meio de uma fala que evoca traços de caráter emotivo, pressupõe um mundo ético em que se dá a participação cidadã em um quadro imaginário de solidariedade geral. A leitura em particular desses textos de propaganda que projeta em primeiro plano o reconhecimento afetuoso do cidadão ativa no leitor/cidadão o mundo ético de uma governança pública comprometida com valores sociais. Cria-se deste modo, pelo discurso, a imagem de um governo capaz de ser humanamente sensível a necessidade do outro. A assunção desse modo de enunciar pela cena de propaganda indica um comportamento institucional cujo agir se dá devido a sua capacidade de sensibilizar-se com os que mais necessitam.

Ao evidenciar-se pela análise do *corpus* uma estrutura de locução preenchida por locutores que se exprimem por traço linguísticos diferenciados (um padrão impessoal e um padrão pessoal), a enunciação da propaganda oficial revela um mundo ético que integra representações imaginárias, forjando um efeito de participação coletiva na efetivação do estado democrático. Ou seja, configura-se, por este mundo ético o efeito de sentido de participação popular, quando, efetivamente, se assevera “o direito de escolher entre as diversas elites concorrentes” (MIGUEL, 1997, p. 68), promulgado pela visão democrática representativa contemporânea. Diante disso, depreende-se como o discurso oficial projeta uma imagem de si tanto por meio da fala de indivíduos que ora se marcam e ora se apagam,

validando igualmente a legitimidade do agir do governo de estado do Pará. O *ethos* implicado nesta cena de propaganda pode ser entendido, portanto, nos termos de Maingueneau (2011), como um efeito de discurso, haja vista que as falas se estabelecem em função da autenticação do dizer oficial: elas são previstas em função de uma semântica particular por onde se reflete a disciplina vocal, física e psíquica do corpo imaginário deste governo historicamente especificado. Diante desta dinâmica, observa-se claramente que o modo de dizer encarnado pelos fiadores que emergem na cena enunciativa da propaganda oficial do estado do Pará remete à maneira de ser daqueles que são favoráveis à continuidade de dada situação de governo. Por meio desse *ethos* que joga com os sentidos da impessoalidade/pessoalidade, criam-se condições para a consecução do processo de adesão dos coenunciadores ao posicionamento discursivo do governo do Pará.

CONCLUSÕES

Pensar o discurso é uma tarefa árdua. Não se trata apenas de observar os planos de seu funcionamento. Trata-se de observá-los mediante as redes de sentidos que se entrelaçam na cadeia das relações interdiscursivas. Sentidos que não dizem aprioristicamente e de modo evidente em que campo do universo discursivo eles se constituem. Para solucionar problemáticas de ordem discursiva que projetam os cenários de investigação em AD, cabe ao analista recuperar, portanto, os vínculos na teia interdiscursiva por meio da qual os sentidos se materializam historicamente.

Para ter base para uma interpretação, o analista do discurso deve recorrer a leituras de outros campos, indo além da zona de sua inscrição teórica imediata. Ele se constitui um explorador-escavador, carregando em sua bagagem ferramentas para deslindar efeitos de sentido de diversas demarcações ideológicas, operacionalizadas pelo seu saber histórico dos textos. Nesta perspectiva, adotando-se os sentidos implicados na metáfora arqueológica de Foucault, tal demarcação pode evidenciar uma ordem política, literária, pornográfica, midiática, religiosa ou qualquer outra zona de regularidades enunciativas enquadrada sob alguma taxonomia pelo analista, em decorrência da articulação entre seu instrumental teórico-metodológico e o agrupamento de textos recortado em decorrência do problema que queira responder.

Assim sendo, diante da circunscrição ideológica de qualquer superfície textual, a demarcação que configurou a unidade de análise discursiva desta investigação oferece condições para um enquadramento político-midiático dos sentidos das práticas discursivas de propaganda de governo. Deste modo, o envasamento desta modalidade de propaganda, assim como o conjunto de práticas que lhe dá corpo social, não pode ser simplesmente enquadrado em uma classificação acabada e estanque, sem se considerar o funcionamento discursivo implicado na convergência entre comunidades discursivas cuja qualificação advém de grades semânticas diferenciadas.

Tendo chegado, pois, a este momento da presente pesquisa, faz-se necessário uma visada retrospectiva com o intuito de extrair conclusões, tendo em conta os objetivos que guiaram a resolução do problema aqui proposto face o fluxo dos anúncios do governo do estado do Pará, no período de 2011 a 2014. Ou seja, centrar a atenção nas respostas em torno da construção do mundo de sentidos que assujeita as instâncias de enunciação implicadas na constituição da propaganda governamental do estado do Pará de acordo com as restrições

semânticas impostas pelo alinhamento entre cena enunciativa política e cena enunciativa de propaganda.

Os resultados obtidos nas análises deste trabalho ampliam as reflexões sobre a percepção da dinamicidade das relações interdiscursivas na constituição de uma prática discursiva, uma vez que se concretizou um estudo prático a respeito dos efeitos de sentido patentes às cenas de enunciação dos textos da propaganda da esfera de governo em questão. Nesta perspectiva, pode-se asseverar que as respostas à problemática do tema exposto se inscrevem na continuidade de outros trabalhos desenvolvidos em AD que tematizam tanto sobre aspectos do funcionamento discursivo da política institucional e parainstitucional (MIQUELETTI, 2002), quanto sobre aspectos do funcionamento discursivo do setor da comunicação mediada, massiva e dirigida (CHARAUDEAU, 2013b). Para a consecução desse estudo, empreendeu-se a constituição de uma unidade de análise discursiva tópica, ou seja, um agrupamento de textos retirados de um arquivo pré-estabelecido pela prática social de comunicação massiva que vem sendo desenvolvida no estado do Pará: um *corpus* de 52 peças de propaganda oficial em suporte de filme digital, veiculadas ao longo de um período da gestão da máquina administrativa do governo do estado do Pará por um partido com posicionamento socialdemocrata. Ao lado deste *corpus* principal, constituiu-se, dadas às vicissitudes da análise, um *corpus* secundário de quatro textos que circulam entre as práticas discursivas político-midiáticas do Brasil para resgatar as relações interdiscursivas que impõem os sentidos da cena englobante da prática de propaganda em análise. Além disso, o estudo foi conduzido por meio de revisão bibliográfica sobre os conceitos de prática discursiva, cenas de enunciação e *ethos* discursivo, ancorados na tradição francófona da AD. Soma-se a este cenário epistêmico a reflexão sobre as funções sociais da política institucional e da comunicação social na constituição do espaço público contemporâneo.

As análises do *corpus* principal e do *corpus* auxiliar resultaram em um capítulo subdividido em três subseções com vista a reconhecer as condições de produção das representações dos sujeitos que emergem na cena de enunciação da propaganda do governo do estado do Pará.

Com o intuito de identificar aspectos das representações estereotípicas que compõem o mundo ético que está na base da enunciação das peças de propaganda do governo do Pará, este estudo, ancorado na perspectiva de uma semântica global, expõe um posicionamento de estado cujo investimento midiático colabora para a institucionalização do que pode e do modo como pode ser dito no atual modelo de publicização dos atos da administração pública. Neste

prospecto, as cenas de enunciação da propaganda de governo do estado do Pará, atravessadas por um *ethos* que reafirma seu posicionamento ideológico, demandam uma instância subjetiva que se apropria de uma memória política de centro-esquerda para projeção da imagem estatal.

Especificamente, pode-se afirmar que a enunciação dos textos de propaganda em análise se ancora em representações estereotípicas de um mundo ético que apoia sua autoridade enunciativa em sentidos positivos atribuídos às noções de democracia, de social e de capital. Uma perspectiva que pode ser interpretada a partir do quadro revisionista das teses de Marx. A configuração da prática político-midiática de propaganda do governo do estado do Pará emerge sob as bases uma grade semântica que condiciona o dizer de uma instância enunciativa historicamente especificada, visando tacitamente incorporar sujeitos ao mundo dos homens que se identificam com os valores e comportamentos da socialdemocracia enquanto modelo a ser aplicado à administração pública.

Assim, a partir da dinâmica da prática discursiva descrita neste estudo, desenham-se condutas político-midiáticas ligadas às condições do exercício da palavra publicamente proferida, evidenciando questões empíricas efetivas do *ethos* discursivo que “suscitam adesão por meio de uma *maneira de dizer* que é também uma *maneira de ser*” (MAINGUENEAU, 2011, p. 29, grifos do autor). Com base nos dados analisados, o mundo ético ativado pela leitura da propaganda do governo do Pará se baseia no estereótipo cultural da ação política de cunho social, como se observou na enunciação do programa partidário do PSBD, cujos sentidos são recuperados nos enunciados de propaganda oficial para legitimidade de uma fala que sustenta a preferência pelos que mais precisam. Deste modo, tal mundo ético recobre uma série de situações estereotípicas, comumente reiteradas como promessas de campanha eleitoral, que os enunciados de propaganda de governo do período recortado contribuem para confirmar: implementação de programas sociais, como entrega de cheque-moradia para famílias de baixa renda, entrega de títulos de posse de terra para pequenos agricultores; ampliação de projetos para inclusão cidadã como o PROPAZ; melhoria em serviços de saúde e de educação para todas as camadas populacionais; entre outras situações que demandam o comportamento socialmente avaliado do político de centro-esquerda que se intitula socialdemocrata. Observa-se, deste modo, uma vocalidade ligada à caracterização do comportamento dos políticos inscritos em uma conjuntura ideológica que se constitui por meio dos sentidos atribuídos à garantia das justiças social, política e econômica, bem como pela divisão equânime dos bens produzidos. Baseada na conjuntura dos movimentos socialistas, que culminaram na formatação um conjunto de valores rotulado de socialdemocracia, a imagem de um corpo político engajado nas lutas pela justiça social, ainda

que caracterizada pela opacidade, funda o mundo ético do sujeito político que subsume a cena genérica e a cenografia da propaganda do governo do estado do Pará.

Considerando-se que o *ethos*, enquanto fenômeno que se estende à semântica generalizada do discurso e não somente a questões pragmáticas de argumentação, constatou-se nas cenas de enunciação da propaganda em questão a expressão do modelo de sociabilidade ideal pretendido pelo corpo político para a garantia da legitimidade de seu projeto de poder no cenário paraense. O tom, o caráter e a corporalidade que condicionou a comunicação política ao longo do período do recorte analisado recaem sobre duas posições de locução em conformidade com as cenografias mobilizadas. Trata-se de determinações vocais, físicas e psíquicas difusas, geradoras da figura de fiadores, as quais puderam ser abstraídas com base em indícios textuais vinculados às representações estereotípicas da luta política dos partidos que pretendem estar integrados à cena moderada própria da socialdemocracia de implantação do socialismo pelas vias democráticas, exploradas pelo fazer midiático da propaganda no Pará. Ao se constatar a projeção de um caráter afetuoso (ao se assumir pela perspectiva cidadã uma avaliação parcial e empática de certas obras e serviços para validar a gratidão popular ao governo de estado) ao lado de cenas que evocam um tom grave reivindicado pelo dizer oficial para validar o princípio da impessoalidade do serviço público, nota-se uma tentativa de apresentar a instância política identificada à instância cidadã.

Os índices de ordem textual inscritos na materialidade discursiva pela instância do locutor/enunciador possibilitaram uma leitura produtiva da configuração do *ethos* assumido pelos fiadores e do mundo ético ao qual ele dá acesso. Nesta direção, chega-se à conclusão de que a prática discursiva político-midiática do governo do estado não se estabelece apenas por sustentar um conjunto de ideias, mas pela organização de uma estrutura dinâmica de interpelação que engloba os processos de produção simbólica por enunciadores localizados institucionalmente e de sua recepção por coenunciadores que se encontram no direito de recusar o mundo ético proposto pela política-espetáculo.

Visando, deste modo, a adesão de seus coenunciadores, a cena englobante da propaganda de governo, ao interpelar o sujeito simultaneamente como cidadão e espectador, projeta cenografias com vistas a estabilizar uma imagem de governo em função de uma coesão social que conserve como legítimos os interesses dos grupos que assumem a esfera de mando público. Efetiva-se, nestes termos, o processo de incorporação e influência objetivado pela propaganda de governo.

Conforme Miguel (1997, p. 67), “a política inclui o espetáculo desde sempre”, entretanto, confirma-se pela análise que a comunicação massiva ocasionada pela propaganda

de governo acentua de modo descomunal a exibição sedutora do corpo político de estado e de partido, aproximando seus sentidos aos da publicidade comercial. Neste prospecto do mundo ético ativado pela leitura das peças, a enunciação não se efetiva apenas como mera apresentação à instância cidadã das obras e serviços da administração pública, mas como possibilidade de criação de uma demanda de desejo na instância cidadã paraense em torno de estereótipos culturais dos políticos, os quais são habilmente manuseados pelas técnicas de persuasão massiva da propaganda.

Diante dos resultados das análises, em que o aspecto espetacular da apresentação de um corpo político-partidário que se subjetiva na instância de mando estatal é habilmente trabalhado pelas técnicas da propaganda, cabe levantar o questionamento sobre a relevância de anúncios de governo no percurso de construção do espaço público em que se formam as opiniões. Associada ao espetáculo político, por meio do qual se potencializa o mundo ético dos políticos do PSDB que assumem o governo de estado do Pará, a propaganda veiculada por esta esfera pública torna-se inócua e sem relevância para o enriquecimento das discussões processadas no espaço público em que se legitimam os valores que possibilitam o exercício do poder nas democracias. Por apresentar as ações da administração pública envoltas pelo mundo ético pretendido pelo corpo político-partidário, a propaganda de governo do estado do Pará, ao preservar tacitamente a característica de persuasão para uma visão construída de modo parcial por uma minoria, não produz efetivamente o efeito da impessoalidade que requer a voz das esferas de governo em contexto democrático. De certo modo, ela confunde e dissipa a avaliação crítica e dissensual que deve ocorrer no espaço público sobre a atuação dos partidos na gestão pública, pois, ao não se definir objetivamente por meio de uma cenografia de prestação de contas, apoia-se na avaliação que os homens políticos fazem sobre si para a manutenção de seu projeto de poder, no qual desejam que os cidadãos estejam incorporados enquanto instância passiva. Em última análise, os valores políticos nos quais se apoiaria a propaganda do governo do estado do Pará tendem a projetar um cenário em que democracia é caracterizada por meio de uma suposta concordância plena do povo com o quadro partidário eleito. Por isso, nos anúncios oficiais reflete-se uma imagem de concordância plena dos cidadãos, construída em função da legitimidade do mundo ético no qual o dizer do PSDB pretende estar edificado.

Evidencia-se, nas materialidades analisadas, uma campanha eleitora permanente que se volta à legitimidade de um mundo ético cujo acesso se dá por meio de vozes de fiadores que suportam o dito político de fiadores discursivamente construído sob a perspectiva do projeto de poder evidenciado pela prática política do PSDB ao longo da recente

redemocratização brasileira. Tendo em vista as relações de poder que se estabelecem interdiscursivamente no cenário institucional e parainstitucional da política brasileira, o PSDB, ao gerir a máquina pública, recompõe o cenário proposto por Miguel (1997) de redução da política ao espetáculo em que se dá à exibição pública para gerar vislumbre no povo por meio da estetização da política operacionalizada pelas agências de propaganda. Cabe considerar que, diante dos estereótipos negativos de neoliberais, capitalistas e elitistas, associados por certos setores da opinião pública aos fiadores de tal agremiação partidária, a propaganda de governo em análise, dado os conteúdos que sustenta, seria, fortuitamente, uma encenação para convencer o cidadão (enquanto sujeito eleitor) acerca de uma visão voltada à distribuição equânime da riqueza para o bem-estar de todos. Este movimento traduz o processo de luta pela luta e manutenção do poder político típico que se traduz pela autoridade para enunciar em nome do povo em uma conjuntura democrática. Nesta perspectiva, a propaganda de governo enquanto manobra política impõem sentidos, isto é, “[constrói] crenças sobre o significado de eventos, de problemas, de crises, de mudanças políticas e de líderes” (EDELMAN apud MIGUEL, 1997, p. 66).

O contraste da base teórica adotada com os dados revelou que a enunciação da propaganda de governo preserva os efeitos eleitorais para período de veiculação do recorte, pois se reafirma um estereótipo cultural de partido por meio das condições oficiais de publicização de atos da esfera pública. Fato que pode ser corroborado em peças de propaganda eleitoral, pois as mesmas cenografias são utilizadas para o convencimento do público. Nestes moldes, a propaganda de governo do estado do Pará constitui-se como dispensável e ineficaz na relação efetiva que se estabelece na comunicação entre governantes e governados. Ela, em uma visada discursiva, revela, nos termos de Miguel (1997), uma influência falseadora, pois simula um corpo político cujo modo de enunciar, ao acionar sentidos de ordem social, é fundamentalmente determinado pelo interesse partidário, sectário. Portanto, tal forma de mover-se no espaço social associada ao mundo ético do político socialdemocrata inscreve-se notadamente como estratégia na disputa pelo monopólio da autoridade enunciativa própria das relações de poder no cenário democrático. Pode-se dizer, com base neste autor, que o mundo ético expresso nos anúncios de propaganda do governo do estado do Pará colabora para falsificar e enviesar a fotografia da opinião pública que pretendem ter.

Assim, é notável que a propaganda de governo constitui-se fundamentalmente baseada em uma estética política, com vistas à insinuação do corpo político pelo espetáculo, do que baseada em uma ética política a partir do recorte de dados factuais amplo da sociedade

paraense. Diante disso, pontua-se que não se gasta efetivamente o dinheiro do cidadão contribuinte com a apresentação dos fatos do governo do estado do Pará por meio de uma cenografia de prestação de contas, mas com o enaltecimento do corpo político exibido em um mundo ético de conquistas no campo social. Se a propaganda de governo deve ser pautada por uma ética política, nos termos de Miguel (1997), em que se deva evidenciar a probidade no trato dos bens coletivos referente à administração pública, ela se choca frontalmente com a necessidade de uma postura de reconhecimento do dissenso que deve caracterizar, igualmente, tal ética.

Ainda sobre esta influência falseadora, observa-se nas peças analisadas uma vocalidade que visa sua legitimidade calcada basicamente no dito que reitera as ações de caráter social dirigido aos que mais precisam do governo. As cenas de enunciação evidenciadas na materialidade desta prática político-midiática do governo do Pará apresentam, inclusive, uma falsa concordância por meio das falas dos fiadores que nelas emergem ao ativar o mundo ético do político socialdemocrata preocupado com questões sociais, como se a opinião pública concordasse absolutamente com a ação governamental.

As informações apresentadas nas cenografias da propaganda do estado do Pará, ligadas ao mundo de sentidos configurado pelo discurso socialdemocrata, devem designar os seguintes movimentos de interpretação: o caráter de veracidade das ações de governo tal como elas ocorrem no mundo, as quais devem ser noticiadas enquanto fatos que rompem com a normalidade do cotidiano, e o caráter de fidedignidade destas mesmas ações, por meio do relato testemunhal que corrobora em uma perspectiva positiva da versão apresentada pelo governo.

Ao estabelecer seu estatuto cenográfico com vistas a convencer o coenunciador da transparência dos sentidos de seu mundo ético, lhe é atribuído o lugar de beneficiário legítimo das ações de um governo que se preocupa com todos, especialmente com os mais desfavorecidos. Os efeitos de sentido aí instaurados se efetivam plenamente quando o leitor, ao ver-se incorporado deste modo ao ideário expresso pela propaganda do governo do estado do Pará, nota a harmonia entre os conteúdos sustentados e a conjuntura da qual ele faz parte.

Mediante as coerções de ordem midiática e de ordem política na constituição da superfície da propaganda de governo, infere-se a projeção de um simulacro de participação popular que cria a fantasia de inserção do sujeito no espaço público do debate político, cuja voz é ouvida. Fantasia simulacral essa que se estabelece em função da autoridade reivindicada pela ação política do PSDB, que reproduz nas linhas de seu programa de partido a premissa socialista de participação popular nas decisões do estado.

Sob esta tutela, cabe concluir levantando alguns questionamentos: Qual a função efetiva da propaganda de governo de estado? Há como se dissociar da voz do serviço público a promoção da imagem das agremiações partidárias? É necessário olhar com criticidade para propaganda enquanto modelo de comunicação oficial, bem como para os sentidos que lhe são atribuídos historicamente no campo discursivo político que restringe os pressupostos das democracias contemporâneas. Sentidos que, em função do caráter impessoal e apartidário do Estado, deveriam dar sustentabilidade à cenografia de prestação de contas objetiva, afastando-se as margens de enaltecimento do mundo ético pretendido pelos sujeitos que assumem a gestão da máquina pública com vistas a uma adesão massiva às premissas de seu projeto de governo.

REFERÊNCIAS

- AUTHIER-REVUZ, Jacqueline. Hétérogénéités énonciatives. **Langages**, Paris. n. 73. p. 98-111, 1984.
- BAKHTIN, Mikhail. Os gêneros do discurso. In: _____. **Estética da criação verbal**. Tradução Maria Ermantina Galvão G. Pereira. São Paulo: Martins Fontes, 1997. p. 161-306.
- BEZERRA, Diego. As cenas de enunciação em propaganda oficial de governo do estado: as representações do sujeito político em filmes publicitários. In: Seminário de Pesquisas em Andamento do Programa de Pós-Graduação em Letras, 11., 2014, Belém. **Anais**, Belém: PPGL/UFGA. No prelo.
- BOBBIO, Norberto. Política. In: _____. MATTEUCCI, Nicola; PASQUINO, Gianfranco (Orgs.). **Dicionário de política**. Tradução Carmen C. et al. 11. ed. Brasília, DF: Editora Universidade de Brasília, 1998. p. 954-962. 1 v.
- BONILLA, Guadalupe López; FRAGOSO, Carmen Pérez. Discurso. In: SZURMUK, Mónica; IRWIN, Robert Mckee (Orgs.). **Diccionario de estudios culturales latinoamericanos**. México, DF: Siglo XXI, 2009. p. 89-91.
- BRANDÃO, Helena Nagamine. Enunciação e construção do sentido. In: FIGARO, Roseli (Org.). **Comunicação e Análise do Discurso**. São Paulo: Contexto, 2013. p. 45-78.
- BRASIL. Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República. Instrução Normativa nº 7 de 19 de dezembro de 2014. **SECOM**, Brasília, 2015, 10 p.
- BRASIL. Lei nº 12.232, de 29 de abril de 2010. Dispõe sobre as normas gerais para licitação e contratação pela administração pública de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda e dá outras providências. **Diário Oficial da União**. Brasília, DF, n. 81, p. 1-3, 30 abr., 2010. Seção 1.
- BRASIL. Lei nº 5.869, de 11 de janeiro de 1973. Institui o código de processo civil. **Diário Oficial da União**. Brasília, DF, p. 1, 17 jan., 1973.
- BRASIL. Lei nº 4.680, de 18 de junho de 1965. Dispõe sobre o exercício da profissão de Publicitário e de Agenciador de Propaganda e dá outras providências. **Diário Oficial da União**. Brasília, DF, p. 5748, 21 jun., 1965.
- CAREL, Marion; DUCROT, Oswald. Atualização da polifonia. **Revista do Programa de Pós-Graduação em Letras da Universidade de Passo Fundo**, v. 6, n. 1, p. 9-21, jan./jun. 2010.
- CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das mídias**. Tradução Ângela M. S. Corrêa. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2013a. 283 p.
- _____. **Discurso Político**. Tradução Fabiana Komesu e Dilson F. Da Cruz. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2013b. 327 p.
- _____; MAINGUENEAU, Dominique. **Dicionário de análise do discurso**. 3. ed. São Paulo: Contexto, 2012. 555 p.

CIGNACHI, Henrique. A metamorfose dos partidos de origem na classe trabalhadora a partir da socialdemocracia clássica. **Aurora**, Marília, v. 6, n. 1, p. 123-138, Jul.-Dez., 2012.

CONSELHO EXECUTIVO DAS NORMAS-PADRÃO. Normas-padrão da atividade publicitária. **CENP**: São Paulo, 21 p., dez., 2008.

COUTINHO, Renata Corrêa. Publicidade e Propaganda: aspectos históricos. **BOCC**, p. 1-6, 2011.

DEUSDARÁ, Bruno; ROCHA, Décio. Cenografias do Trabalho Docente: produção de subjetividade no mural da sala de professores. **Intercâmbio**, São Paulo, v. XVIII, p. 43-61, 2008.

DISCINI, Norma. Ethos e estilo. In: MOTTA, Ana Raquel; SALGADO, Luciana (Orgs.). **Ethos discursivo**. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2011. p. 33-54.

DUCROT, Oswald; CAREL, Marion. Descrição argumentativa e descrição polifônica: o caso da negação. **Letras de Hoje**, Porto Alegre, v. 43, n. 1, p. 7-18, jan./mar. 2008.

_____. Esboço de uma Teoria Polifônica da Enunciação. In: _____. **O dizer e o dito**. Campinas, SP: Pontes, 1987. p. 161-218.

FERREIRA, Nilson Cândido. Serenidade e Paixão: a instabilidade de um ethos na divulgação científica neodarwinista. In: MOTTA, Ana Raquel; SALGADO, Luciana (Orgs.). **Ethos discursivo**. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2011. p. 225-240.

FIORIN, José Luiz. Enunciação e comunicação. In: FIGARO, Roseli (Org.). **Comunicação e Análise do Discurso**. São Paulo: Contexto, 2013, p. 45-78.

_____. A multiplicação dos *ethé*: a questão da heteronímia. In: MOTTA, Ana Raquel; SALGADO, Luciana (Orgs.). **Ethos discursivo**. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2011. p. 55-69.

FLORES, Valdir do Nascimento; TEIXEIRA, Marlene. **Introdução à linguística da enunciação**. São Paulo: Contexto, 2005. 125 p.

FOSSEY, Marcela Franco. Tom e corporalidade na divulgação científica. In: MOTTA, Ana Raquel; SALGADO, Luciana (Orgs.). **Ethos discursivo**. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2011. p. 195-221.

FOUCAULT, Michel. **A arqueologia do saber**. 7. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2008. 236 p.

GADET, Françoise. Prefácio. In: ____; HAK, Tony (Orgs.). **Por uma análise automática do discurso**: uma introdução a obra de Michel Pêcheux. Tradução de Bethania S. Mariani [et al]. 3. ed. Campinas, SP: Unicamp, 1997. p. 7-10.

GADET, Françoise et al. A apresentação da conjuntura em Linguística, em Psicanálise e em Informática aplicada ao estudo dos textos na França, em 1969. In: ____; HAK, Tony (Orgs.). **Por uma análise automática do discurso**: uma introdução a obra de Michel Pêcheux. Tradução de Bethania S. Mariani [et al]. 3. ed. Campinas, SP: Unicamp, 1997. p. 39-60.

GALINARI, Melliandro Mendes. Sobre *ethos* e AD: *tour* teórico, críticas, terminologias. **DELTA**, São Paulo, n. 28, p. 51-68, 2012.

GUIGUE, Vincent. A atualidade da análise do discurso: em torno da publicação do dicionário de análise do discurso. In: BARONAS, Roberto L.; KOMESU, Fabiana (Orgs.). **Homenagem a Michel Pêcheux: 25 anos de presença na análise do discurso**. Tradução Roberto L. Baronas, Dilson F. da Cruz, Fabiana Komesu. Campinas, SP: Mercado de Letras, 2008. p. 107-126. (Coleção Ideias sobre Linguagem).

LANGAGES. L'analyse du discours. Paris: Didier/Larousse, n. 13, mars. 1969.

LANGAGES. Analyse du discours, langue et idéologies. Paris: Larousse, n. 37, mars. 1975.

LIMA, Djalba; FRANCO, Simone. Aprovado consórcio em licitações de publicidade no governo. **Agência Senado**, set. 2013.

MACHADO, Raquel Cavalcanti Ramos. Propaganda governamental, gastos públicos e democracia. **Migalhas**, p. 01-10, 2008. ISSN 1983-392X.

MAINGUENEAU, Dominique. **Discurso e análise do discurso**. Tradução Sírio Possenti. São Paulo: Parábola, 2015. 192 p.

_____. Retour critique sur l'éthos. **Langage et société**. Paris, n. 149, p. 31-48. Set. 2014.

_____. **Análise de Textos de Comunicação**. Tradução Cecília P. de Souza-e-Silva e Décio Rocha. 6. ed. ampl. São Paulo: Cortez, 2013. 304 p.

_____. A propósito do ethos. In: MOTTA, Ana Raquel; SALGADO, Luciana (Orgs.). **Ethos discursivo**. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2011. p. 11-29.

_____. Situação de enunciação e cena de enunciação em análise do discurso. In: _____. **Doze conceitos em análise do discurso**. Tradução Nelson Barros da Costa. São Paulo: Parábola, 2010. p 199-207.

_____. **Gênese dos discursos**. Tradução Sírio Possenti. São Paulo: Parábola, 2008a. 184 p.

_____. Unidades tópicas e não-tópicas. In: **Cenas da enunciação**. Tradução Cecília P. de Souza-e-Silva. São Paulo: Parábola, 2008b. p. 9-24.

_____. Ethos, cenografia, incorporação. In: AMOSSY, Ruth (Org.). **Imagens de si no discurso**. Tradução Dilson Ferreira da Cruz et al. São Paulo: Contexto, 2005. p. 69-92.

_____. **Novas tendências em análise do discurso**. 3. ed. Campinas, SP: Pontes, 1997. 198 p.

MARQUES, Rui. **Sobre o valor dos modos conjuntivo e indicativo em português**. 1995. 177 f. Dissertação (Mestrado em Linguística Portuguesa Descritiva) – Faculdade de Letras, Universidade de Lisboa, Lisboa, 1995.

MAZIÈRE, Francine. **A análise do discurso: história e práticas**. Tradução Marcos Marcionilo. São Paulo: Parábola, 2007. 130 p.

MIGUEL, Luis Felipe. **Em busca da harmonia perdida: mito e discurso político (uma análise a partir da campanha eleitoral brasileira de 1994)**. 1997. 281 f. Tese (Doutorado em Ciências Sociais) – Instituto de Filosofia e Ciências Sociais, Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 1997.

MIQUELETTI, Fabiana. **Discurso, tom e caráter**: uma análise do *ethos* tucano. 2002. 177 f. Dissertação (Mestrado em Linguística) – Instituto de Estudos da Linguagem, Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2002.

MUSSALIM, Fernanda. Análise do discurso. In: _____; BENTES Ana Cristina (Orgs.). **Introdução à linguística**: domínios e fronteiras. 5. ed. São Paulo: Cortez, 2006. p. 101-142. 2 v.

ORLANDI, Eni Puccinelli. **Análise de discurso**: princípios e procedimentos. 10. ed. Campinas, SP: Pontes, 2012. 100 p.

PARTIDO DA SOCIAL DEMOCRACIA BRASILEIRA. **Programa partidário**. Brasília, DF, 2007. 24 p.

PASSETTI, Maria Célia Cortez; MARECO, Raquel Tiemi Masuda; ARCINE, Raquel de Freitas. Ethos e antiethos de Dilma Rousseff e José Serra em aforizações na imprensa nacional. **Revista do GEL**, v. 10, p. 125-147, 2013.

PÊCHEUX, M. A Análise de Discurso: três épocas. In: Gadet e T. Hak (Orgs.) **Por uma análise automática do discurso**: uma introdução à obra de Michel Pêcheux. Editora da Unicamp, 1997. p. 311-319.

_____; FUCHS, Catherine. A propósito da análise automática do discurso: atualização e perspectivas. In: Gadet e T. Hak (Orgs.) **Por uma análise automática do discurso**: uma introdução à obra de Michel Pêcheux. Editora da Unicamp, 1997. p. 163-252.

Persée Revues scientifiques [Internet]. France: Ministère de l'Enseignement supérieur et de la Recherche; 2005 [citado em 2015 Abr. 10]. Disponível em: <http://www.persee.fr/web/revues/home/prescript/revue/lgge>

PERSSON, Luiz Felipe. A social democracia: a construção de um modelo social democrata no Brasil. **Conversas e controvérsias**, Porto Alegre, v.1, n. 1, p. 90-104, 2010.

PINHEIRO, Hamida Assunção. Políticas públicas, urbanização e desenvolvimento na Amazônia: a construção da ponte sobre o rio negro e as consequências para o Distrito Cacaú Pirêra/Itanduba. In: Jornada Internacional de Políticas Públicas, 5., 2011, São Luís. **Anais**, São Luís: Universidade Federal do Maranhão/ Centro de Ciências Sociais/ Programa de Pós-graduação em Políticas Públicas, 2011.

PINHO, José Benedito. **Propaganda Institucional**: usos e funções da propaganda em relações públicas. São Paulo: Summus, 1990. 166 p.

PORTAL DA TRANSPARÊNCIA [Internet]. Pará, BR: Governo do Estado do Pará, 2010 [citado em 2015 Ago. 10]. Disponível em: http://www.transparencia.pa.gov.br/?q=consultar_despesas

POSSENTI, Sírio. Ethos e corporalidade em textos de humor. In: MOTTA, Ana Raquel; SALGADO, Luciana (Orgs.). **Ethos discursivo**. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2011. p. 149-169.

_____. Observações sobre o interdiscurso. In: _____. **Questões para analistas do discurso**. São Paulo: Parábola, 2009. p. 153-168.

_____. Teoria do discurso: um caso de múltiplas rupturas. In: MUSSALIM, Fernanda; BENTES, Ana Cristina (Orgs.). **Introdução à linguística: fundamentos epistemológicos**. 3. ed. São Paulo: Cortez, 2007. p. 353-392. 3 v.

PRZEWORSKI, Adam. A social democracia como fenômeno histórico. **Lua Nova**, São Paulo, n. 15, p. 41-81, 1988. ISSN 1807-0175.

REGO, Francisco G. Torquator. **Marketing político e governamental: um roteiro para campanhas políticas e estratégias de comunicação**. São Paulo: Summus, 1985.

REIS, Guilherme Simões. Redefinindo a base teórica para o estudo dos partidos socialdemocratas. **Civitas**, Porto Alegre, v. 12, n. 2, p. 321-339, 2012.

ROCHA, Décio. Cartografias em Análise do Discurso: rearticulando as noções de gênero e cenografia. **DELTA**, São Paulo, n. 29, p. 135-159, 2013.

ROSA, Alexandre Reis; TURETA, César; BENEDICTO, Samuel Carvalho de. Práticas discursivas e produção de sentidos nos estudos organizacionais: a contribuição do construcionismo social. **IX SEMEAD**, São Paulo, p. 1-15, agos. 2006.

SANI, Giacomo. Propaganda. In: BOBBIO, Norberto; MATTEUCCI, Nicola; PASQUINO, Gianfranco. **Dicionário de política**. Tradução Carmen C. et al. 11. ed. Brasília, DF: Editora Universidade de Brasília, 1998. p. 1018-1021. 1 v.

SANTOS, Fabiano. Convergências e divergências entre o liberalismo e social democracia: novos termos de um velho debate. **Liberdade e cidadania**, Rio de Janeiro, n. 3, 2009. ISSN 1983-9162.

SERRA, J. Paulo. **Manual de teoria da comunicação**. Covilhã, PT: Labcom, 2007. 203 p.

SOULEZ, Guillaume. Ethos, enunciação, mídia: Semiótica do ethos. **Comunicação, mídia e consumo**. São Paulo, n. 2, p. 1-25, 2004.

SOUSA, Jorge Pedro. Conceito e história breve da comunicação em sociedade (comunicação social). In: _____. **Elementos de Teoria e Pesquisa da Comunicação e dos Media**. Porto, PT: BOCC, 2006. p. 127- 191.

_____. Outras estratégias e actividades de comunicação em sociedade. In: _____. **Elementos de Teoria e Pesquisa da Comunicação e dos Media**. Porto, PT: BOCC, 2006. p. 305-385.

SOUZA-E-SILVA, Maria Cecília. Discursividade e espaço discursivo. In: FIGARO, Roseli (Org.). **Comunicação e Análise do Discurso**. São Paulo: Contexto, 2013, p. 99-118.

TEIXEIRA, Marlene. Um olhar enunciativo sobre o discurso. In: FANTI, Maria da Glória di; BARBISAN, Leci Borges (Orgs.). **Enunciação e discurso: tramas e sentidos**. São Paulo: Contexto, 2012. p. 62-74.

WOLF, Mauro. **Teorias da comunicação**. Tradução Maria J. V. de Figueiredo. 5. ed. Lisboa, PT: Presença, 1999. 123 p.

XIMENES, Julia Maurmann. Reflexões sobre o conteúdo do Estado Democrático de Direito. **Atena** (IESB. Impresso), v. 2, p. 14, 2007.