

# **"Dilma Presidente": Uma Análise da construção de imagens na Pré-campanha Presidencial.**

Soares Monalisa y Raulino José Raulino Chaves Pessoa Júnior.

Cita:

Soares Monalisa y Raulino José Raulino Chaves Pessoa Júnior (2010). *"Dilma Presidente": Uma Análise da construção de imagens na Pré-campanha Presidencial. V Congreso Latinoamericano de Ciencia Política. Asociación Latinoamericana de Ciencia Política, Buenos Aires.*

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/000-036/506>

# **“Dilma Presidente”: Uma Análise da construção de Imagens na Pré-campanha Presidencial**

Monalisa Soares Lopes<sup>1</sup>

José Raulino Chaves Pessoa Júnior<sup>2</sup>

Comunicação Política

"Paper preparado para apresentação no V Latin American Congress of Political Science, organizado pela Associação Latino-Americana de Ciência Política (ALACIP). Buenos Aires, 28 de Julho de 2010, 30."

## **Resumo**

O presente artigo é resultado da Disciplina Análise do Discurso e propõe apresentar algumas reflexões sobre o processo de construção da imagem da pré-candidata à Presidência da República, pelo Partido dos Trabalhadores, Dilma Rousseff<sup>3</sup>. Tomo como pano de fundo os argumentos desenvolvidos por Charaudeau (2008), que tratam das estratégias do discurso político tomando como aspecto relevante a construção das imagens dos atores políticos, assim como a discussão de Maingueneau sobre o ethos, para analisar o corpus da pesquisa: matérias veiculadas na revista Época e IstoÉ sobre a pré-campanha presidencial, uma entrevista concedida pela ministra na revista Marie Claire e o blog oficial de apoio à candidatura de Dilma.

---

<sup>1</sup> Mestranda em Sociologia pela Universidade Federal do Ceará/UFC. Pesquisadora do Laboratório de Estudos Políticos de Eleições e Mídia (LEPEM - UFC). [monalisa\\_lopes@yahoo.com.br](mailto:monalisa_lopes@yahoo.com.br)

<sup>2</sup> Mestrando em Sociologia pela Universidade Federal do Ceará/UFC. Pesquisadora do Laboratório de Estudos Políticos de Eleições e Mídia (LEPEM - UFC). [raulino\\_chaves@yahoo.com.br](mailto:raulino_chaves@yahoo.com.br)

<sup>3</sup> Dilma Rousseff ocupou o cargo de Ministra da Casa Civil no Governo Lula.

## INTRODUÇÃO

Em sua obra *Discurso Político* (2008), Patrick Charaudeau reflete sobre as condições para a conquista e exercício do poder político nas democracias contemporâneas. O autor aponta como característica das democracias recentes o predomínio da imagem na escolha dos representantes, em detrimento dos programas políticos.

Esse fenômeno seria decorrente da midiaticização da esfera pública, na qual a produção da política passa por transformações com o desenvolvimento dos meios de comunicação (THOMPSON; 2009). Segundo Manin, vivemos atualmente no modelo de democracia de público, o que significa dizer que a identificação com a legenda partidária vai perdendo espaço para a personalidade expressa pelo candidato: “Cada vez mais as pessoas tendem a votar numa pessoa e não num partido” (Manin, 1995). Nesse sentido, as campanhas eleitorais passam a ser um espaço de competição pela veiculação de melhores imagens.

Entretanto ao afirmar que construção das imagens se constitui uma significativa estratégia do discurso político nas campanhas eleitorais no mundo contemporâneo, Charaudeau ressalta que essa imagem tem de se constituir legítima para o universo de sujeitos que irão delegar ao político o poder de encaminhar as questões políticas.

A legitimidade, por sua vez, está diretamente relacionada com a identidade social do sujeito político. Desse modo, ela diz respeito a um valor ou conjunto de valores que devem ser reconhecidos pelos membros do grupo social. Sendo a legitimidade um reconhecimento, ela constitui-se caracteristicamente como um direito. Entretanto, para que a legitimidade seja efetiva o sujeito político deve também ser portador de credibilidade, mostrando-se assim capaz de persuadir e conseguir uma grande adesão.

Com isso o que se quer deixar evidente é que a construção de imagens no campo político só tem sentido se ao ser construída for levado em conta os imaginários, e consequentemente os valores neles inclusos, que permeiam as “cabeças” dos homens e mulheres “comuns”. As imagens políticas construídas a partir desses valores são nominadas por *ethos* nas obras de Charaudeau e Maingueneau.

É a partir dessas reflexões sobre as construções do *ethos* que buscarei analisar o processo de construção da imagem de Dilma Rousseff como sucessora de Lula, na Presidência da República. Desse modo, tenho por intuito reconhecer que marcas foram acentuadas na imagem da ministra tendo em vista aproximá-la mais dos eleitores, ou por outro lado que características foram “suavizadas” no intuito de construir sua legitimidade para suceder Lula.

## UM POUCO MAIS SOBRE O ETHOS COMO CONSTRUÇÃO DA IMAGEM DE SI

*Ethos* é um vocábulo grego que significa valores e hábitos. É o conjunto de práticas e idéias que compõem um determinado estilo de vida.

O *ethos* se constitui em tema de reflexão desde a antiguidade clássica, e foi Aristóteles quem primeiro se pôs a utilizar essa categoria. O filósofo grego coloca o *ethos* como parte de sua tríade analítica composta também pelo *logos* e *pathos*. Nesse sentido, o termo *ethos* ganha na teoria aristotélica dois significados: 1) que designa as virtudes morais as quais garantem credibilidade ao orador; e 2) que comporta uma dimensão social, ao momento em que o orador tenta persuadir ao se expressar de modo apropriado a seu caráter. Na perspectiva aristotélica:

“A prova pelo *ethos* consiste em causar boa impressão pela forma como se constrói o discurso, a dar uma imagem de si capaz de convencer o auditório, ganhando sua confiança. O destinatário deve, então, atribuir certas propriedades à instância que é posta como fonte do acontecimento enunciativo.” (MAINGUENEAU; 2008)

Essa noção de *ethos* é reconhecida como *ethos retórico*, nela o que se ressalta é a aparência do orador, os elementos que conferem o ritmo, o tom, a escolha das palavras, dos argumentos, etc. Sendo o orador revestido de determinadas características, a fonte da enunciação, é ela (a aparência), que tornam essa enunciação aceitável ou não. Aqui fica expresso o caráter exterior do *ethos* em relação ao enunciador, como afirma Maingueneau “o *ethos* é distinto dos atributos ‘reais’ do locutor, embora seja associado a este, na medida em que ele é a fonte de enunciação (...)” (MAINGUENEAU; 2008)

Nesse sentido, Roland Barthes ao refletir sobre o *ethos* chama a atenção para uma característica fundamental deste:

“São traços do caráter que o orador deve *mostrar* ao auditório (pouco importa sua sinceridade) para causar boa impressão: são *ares* que assume esse ao se apresentar. [...] O orador enuncia uma informação, e *ao mesmo tempo* diz: eu sou isto, eu não sou aquilo”. (BARTHES apud MAINGUENEAU, 2008).

Para Maingueneau (2008), o *ethos* “é um *comportamento* que, como tal, articula verbal e não-verbal, provocando nos destinatários efeitos multi-sensoriais”. Nesse sentido, é por meio da enunciação, que se revela a personalidade do enunciador.

Na perspectiva de Maingueneau, o *ethos* é uma noção discursiva, tendo em vista que ele se constrói primordialmente na conjunção entre o enunciado proferido e a expressão corporal do locutor, esta que se constitui de diversos elementos como o tom, a altura de voz, os gestos, as expressões faciais, a vestimenta, etc. Nas palavras do autor:

– o *ethos* é uma noção discursiva, ele se constrói através do discurso, não é uma “imagem” do locutor exterior a sua fala;

- o *ethos* é fundamentalmente um processo interativo de influência sobre o outro;
- é uma noção fundamentalmente híbrida (sócio-discursiva), um comportamento socialmente avaliado, que não pode ser apreendido fora de uma situação de comunicação precisa, integrada ela mesma numa determinada conjuntura sócio-histórica. (MAINGUENEAU; 2008)

Entretanto, cabe ressaltar que não é por envolver características da aparência que o *ethos* se restrinja somente a textos orais que possibilitam a presença (visual) do enunciador, ele também abrange textos escritos. Nesses casos, cabe observar um determinado tom que confere ao texto certa autoridade e remete à imagem do enunciador e a um conjunto de traços psicológicos deste. Nesse sentido, pode-se compreender o *ethos* como algo “encarnado”.

No que se refere ao interlocutor, ele faz a identificação do *ethos* tomando por base as representações sociais julgadas positiva ou negativamente. Como o intuito da construção do *ethos* é a busca por persuasão, sua eficiência será tanto maior quanto mais afinado estiver com a conjuntura ideológica da qual tal interlocutor participa.

Nesse sentido, Charaudeau aponta para uma questão importante ao afirmar que o processo de construção do *ethos* não ocorre exclusivamente no ato de enunciação (*ethos discursivo*), sobretudo porque, em diversos casos, o interlocutor já possui alguma imagem formada do locutor antes mesmo de ouvi-lo/lê-lo. É o chamado *ethos pré-discursivo*, nele há uma intrínseca relação entre a imagem construída antes do evento da enunciação e a montada no momento do evento. De acordo com Charaudeau,

“o *ethos* relaciona-se ao cruzamento de olhares: olhar do outro sobre aquele que fala, olhar daquele que fala sobre a maneira como ele pensa que o outro o vê. Ora, se para construir a imagem do sujeito que fala, esse outro se apóia ao mesmo tempo nos dados preexistentes ao discurso – o que ele sabe a priori do locutor – e nos dados trazidos pelo próprio ato de linguagem” (CHARAUDEAU; 2008. p. 115)

A diferenciação básica entre *ethos* discursivo e *ethos* pré-discursivo é que o primeiro se constrói por meio da enunciação e caracteriza-se pelos gestos, atitudes, além de ser diretamente influenciado por diversos fatores como a ocasião da enunciação (se formal ou não), o gênero utilizado (acadêmico, científico, etc.), o público-interlocutor e seus interesses, entre outros; enquanto que o segundo está diretamente relacionado às informações anteriores ao evento de que dispõe o interlocutor, como por exemplo qual gênero será utilizado, qual o posicionamento ideológico e os traços de personalidade do enunciador, etc.

A partir das colocações acima se pode depreender que o *ethos*, como categoria analítica, nos possibilita pensar sobre os processos sociais de adesão dos sujeitos a determinados discursos. Cada uma das interpretações sobre o termo deu conta, a meu

ver, de evidenciar que a comunicação verbal que tem o *ethos* como centro aponta para a existência de algo da ordem da experiência sensível. Nas palavras de Maingueneau:

As “ideias” suscitam a adesão por meio de uma *maneira de dizer* que é também uma *maneira de ser*. Apanhado num *ethos* envolvente e invisível, o coenunciador faz mais que decifrar conteúdos: ele participa do mundo configurado pela enunciação, ele acede a uma identidade de algum modo encarnada, permitindo ele próprio que um fiador encarne. O poder de persuasão de um discurso deve-se, em parte, ao fato de ele constringer o destinatário a se identificar com o movimento de um corpo, seja ele esquemático ou investido de valores historicamente especificados. (...) cremos que a adesão do destinatário se opera por um escoramento recíproco entre a cena de enunciação, da qual o *ethos* participa, e o conteúdo nela desdobrado. (MAINGUENEAU; 2008)

Tomando por base a argumentação desenvolvida sobre o *ethos* a qual sugere que as imagens passam a constituir o material a partir do qual os sujeitos elaboram e organizam as suas percepções e representações sobre o outro, busco desenvolver na próxima seção algumas reflexões sobre a construção da imagem de Dilma Rousseff para a disputa presidencial de 2010.

#### **“DILMA PRESIDENTE” – ESTRATÉGIAS PARA A CONSTRUÇÃO DO ETHOS POLÍTICO**

A construção da imagem de Dilma, na concorrência pela sucessão de Lula, tem como base sua biografia. Segundo Barreira (2003), nesses casos aspectos relevantes da história vivida pela personalidade política são tomados para a construção e reconstrução ao longo da campanha de “identidades estratégicas”. É através das “narrativas sobre a candidata” que se busca construir sua legitimidade para disputar a presidência da república na sucessão de Lula.

Em uma página da internet, construída para promover sua candidatura, a biografia reproduzida traz uma série de informações que são bastante explorados na construção do *ethos* de Dilma. A observação das matérias veiculadas nas revistas selecionadas aponta claramente para a necessidade de (re)construção de uma imagem já construída, qual seria: a de que Dilma seria “dona de um temperamento forte e explosivo e de reações duras”<sup>4</sup>. Além da reconstrução de aspectos referentes à “dramaturgia” como o que dizer e o que fazer, também ocorre toda uma reconfiguração da candidata no tocante à sua estética.

A partir de três fragmentos da história de vida de Dilma busca-se construir um *ethos* capaz de mobilizar a adesão da maioria dos eleitores e diminuir o desconhecimento da candidata apontado nas pesquisas, são eles: 1) a Formação Acadêmica e a experiência como gestora; 2) a jovem rebelde vinculada ao projeto

---

<sup>4</sup> Ocorreram inúmeros episódios no governo que deram margem à construção dessa imagem de Dilma, entre eles destacam-se seu conflito com Marina Silva, em torno do licenciamento ambiental de obras do PAC, e com Lina Vieira, ex-Secretária da Receita Federal.

esquerda radical e 3) o fato de ser mulher. E há o acréscimo de uma imagem mais significativa e capaz de mobilizar maior empatia junto aos eleitores: a de herdeira de Lula.

Abaixo discuto melhor como ocorre o processo de construção de cada uma dessas imagens.

### *1) A TÉCNICA / GESTORA*

Logo no início a biografia traz informações sobre a formação acadêmica de Dilma, nela consta que a ministra é economista graduada pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul, com mestrado em teoria econômica e doutorado em economia monetária e financeira, ambos pela Unicamp.

Além de sua formação acadêmica também são evidenciadas informações sobre sua experiência como gestora da “coisa pública”, essas informações apontam para o fato de que Dilma foi Secretária de Minas e Energia durante o Governo Alceu Collares no Estado do Rio Grande do Sul, entre 1991 e 1994; que em 1998 quando Olívio Dutra (PT) ganhou as eleições para o governo gaúcho, Dilma novamente foi empossada na Secretaria de Minas e Energia; e em 2002 com a vitória de Lula ela passa a integrar o governo de petista como ministra de Minas e Energia trocando de cargo, em 21 de junho de 2005, quando passou a chefiar a Casa Civil ocupando o lugar de José Dirceu.

A partir dessas informações vemos todo um esforço de construir uma legitimidade de Dilma pela formação, como bem afirma Charaudeau. Segundo o autor, essa legitimidade se dá pela capacidade que o sujeito político tem de articular sua competência, advinda de sua formação, com a experiência. Nas palavras do autor “trata-se aqui de ser ‘bem formado’, pois competência e experiência dariam ao sujeito um poder de agir com discernimento” (CHARAUDEAU; 2006. p. 72).

Atualmente em sua pré-campanha para presidência da república, o carro-chefe dessa marca de técnica é a sua gestão a frente do PAC (Programa de Aceleração do Crescimento), projeto do governo federal que envolve um montante significativo de recursos e que coordena obras em várias áreas da infraestrutura. Por diversas vezes, o presidente Lula busca afirmar que a ministra é responsável pelo fato de o PAC “acontecer 24 horas por dia”, e nesse sentido ele a identifica para o público-eleitor como “a mãe do PAC”.

O perfil de boa gestora também contribui para a desconstrução da imagem da ministra como “durona”, para o Grupo de Trabalho Eleitoral do PT<sup>5</sup> a estratégia é exibir Dilma como mulher competente, que, como Lula, também fala e entende a linguagem do povo.

Nas palavras de João Paulo Cunha, deputado federal (SP):

---

<sup>5</sup> Grupo constituído para acompanhar a pré-campanha de Dilma e pensar as estratégias a serem desenvolvidas ao longo da corrida presidencial de 2010.

“Aquilo que dizem ser defeito pode virar virtude, tudo depende da forma como uma característica é tratada. O estereótipo de “durona”, colado em Dilma, será apresentado na propaganda eleitoral como capacidade de comando e gerenciamento.”

A evidência dada à imagem gestora de Dilma sugere que ter atributos próprios de competência é uma característica fundamental para o exercício da política no mundo contemporâneo, esta caracterizada pela existência de “um campo político bem estruturado no qual a concorrência é estabelecida com base em credibilidade e conseqüente delegação” (BARREIRA apud CARVALHO; 2003. p. 188)

## 2) *DE JOVEM REBELDE À POLÍTICA DE ESTADO*

Durante sua trajetória política Dilma Rousseff construiu uma imagem bastante identificada com essa da técnica. Apesar de uma significativa complexificação nos modos de fazer política no Brasil, há um imaginário oriundo do período militar ainda resistente na política brasileira que separa a política da técnica. Nesse sentido, quando foi lançada a pré-campanha de Dilma os opositores e setores da mídia apontavam que essa marca de técnica tornava-a frágil na disputa, tendo em vista que, em virtude de envolver-se eminentemente com assuntos de gestão, teria pouco trato para a política.

Para rebater essas acusações e para criar uma identificação de Dilma com a juventude e com o segmento da sociedade que ainda mantém esperança por um projeto de esquerda revolucionário, os partidários da campanha da ministra trataram de deixar evidenciando a total relação que a atual ministra da Casa Civil tinha com a política, ao rememorar sua participação no enfrentamento à Ditadura Militar no Brasil. Nesse sentido, aponta-se para o fato de Dilma ter na década de 1960, durante o regime militar, participado da luta armada atuando em organizações clandestinas de esquerda, como a Política Operária Polop e o Comando de Libertação Nacional (COLINA). Procura-se nesse sentido dar ênfase à prisão de Dilma, ocorrida entre 1970 e 1973 nos órgãos de repressão política.

Na entrevista concedida à revista Marie Claire<sup>6</sup>, Dilma deixa claro seu envolvimento militante desde a juventude:

Saí do colégio Nossa Senhora de Sion, em Belo Horizonte, de meninas de elite, aos 15 anos. As freiras estavam numa fase de transição. Uma das transformações era *dar mais importância às questões sociais, à miséria. Senti essa influência*. De lá mudei para o colégio Aplicação, porque se continuasse no Sion, teria que fazer 'normal', seria professora, e não queria isso. Meu primeiro dia de aula foi em 10 de março de 1964, um mês antes do golpe. O colégio era uma efervescência só. Era moderno, tinha representantes de vários grupos da esquerda. *Com o golpe, alguns segmentos da classe média de que eu fazia parte se radicalizaram*. Como alguém de 16 anos acha que pode existir democracia se um mês depois do início das aulas há

---

<sup>6</sup> Revista que tem nas mulheres seu grande público, por tratar de assuntos “femininos”.

um golpe de estado? Começaram as manifestações estudantis, teatrais, os festivais, etc. Em 1968, *quem fazia parte da militância de esquerda, quem lutava contra a ditadura, foi para a clandestinidade. Eu fui uma dessas pessoas.* (Grifos meus)

Ainda nessa entrevista a ministra afirma que aprendeu muito com a experiência de militância dos anos de estado autoritário no Brasil, e que com os anos foi passando consolidando seu entendimento do quanto “a política é importante para a construção de uma melhores condições de vida para todos”. Nesse sentido, ela passou “a valorizar mais e mais a democracia”, é nesse contexto que a jovem rebelde, então como acadêmica/técnica, passou a dar suas contribuições para a “construção efetiva de um Estado democrático no Brasil”.

### 3) A MULHER COMUM

Por ser figura pouco conhecida do grande público<sup>7</sup>, Dilma tem dificuldade de construir uma imagem de reconhecimento com o grande eleitorado, algo que Lula conseguiu sem grandes esforços pela trajetória de vida. Entretanto, a ministra tem se beneficiado das oportunidades que surgem para desmistificar ainda mais esse seu perfil.

Em entrevista a revista Marie Claire, Dilma fala de diversos temas que estão diretamente relacionados à vida das mulheres comuns como filhos, trabalho, estética, dieta, animais de estimação, casamentos, amores, assim como sobre os dilemas da vida de uma mulher moderna que assume cada vez mais lugares de evidência no mundo público. Ao longo das páginas da entrevista, aparecem fotos de Dilma com seu cachorro, um presente de José Dirceu, ao lado do ex-marido e do presidente Lula no casamento da filha, entre outras.

Essa estratégia de explorar o cotidiano de Dilma talvez seja a mais significativa do ponto de vista da construção do *ethos* para a campanha presidencial, sobretudo que ao passo que os outros perfis, de gestora e de política, têm por interesse um reconhecimento pelo interlocutor, nesse em que a candidata é mostrada como uma “mulher comum” busca-se construir identificações entre o locutor e o interlocutor.

Isso fica evidente na medida em que ao responder a entrevista Dilma constrói uma imagem de reconhecimento entre ela e as muitas mulheres brasileiras, mães de família, mulheres independentes que trabalham, mas que nem por isso perdem a “ternura e a sensibilidade” característica de todas as mulheres. Assim como, nos momentos em que discute o preconceito contra a mulher, sobretudo, no campo da política e noutros quando busca desenvolver uma retórica sobre o “aconchego do lar” nas apresentações que faz do programa Minha Casa, Minha Vida.

---

<sup>7</sup> Dilma nunca foi candidata a cargos eletivos.

#### **4) A HERDEIRA DE LULA – A GRANDE ESTRATÉGIA**

Nesse tópico, gostaria de apontar outra estratégia na construção do *ethos* de Dilma que não é tão evidenciada na biografia divulgada da pré-candidata, mas que transversaliza todas essas e que pode ser considerada como a maior estratégia desenvolvida até agora na pré-campanha presidencial: a que visa produzir uma espécie de “simbiose” entre Lula e Dilma.

Essa imagem de Dilma busca identificá-la como a “herdeira política” de Lula, é ela quem dará continuidade ao projeto político de transformação do Brasil num “país de todos e todas”; é nela que Lula confia para entregar a “chave da nau” que deve seguir no “rumo certo”. Em seus discursos recentes Dilma já se apresenta como a herdeira, ela tem afirmado insistentemente “Podemos avançar ainda mais, o presidente Lula já nos ensinou o caminho”.

O espaço mais evidente de desenvolvimento dessa estratégia foi o programa partidário do PT, nele aparecem falas de Dilma referenciando sua história de vida e apontando o grande aprendizado político nas experiências enquanto ministra nos governos Lula<sup>8</sup>. Nele também são apresentadas falas dos principais ministros do PT sobre Dilma, entre eles Fernando Hadad - Ministro da Educação, Guido Mantega – Ministro da Fazenda, evidenciando sua competência técnica e compromisso político com o desenvolvimento do país. Vale ressaltar, que entre as falas destaca-se, do início ao fim do programa, os depoimentos de Lula sobre a ex-ministra, afirmando ser a mesma além de competente muito sensível às causas sociais, chegando inclusive a compará-la à Nelson Mandela, oficializando assim, para o grande eleitorado, Dilma como a herdeira de seu patrimônio político.

Essa imagem/lugar de “herdeira de Lula” traz vantagens que contribuem efetivamente para o sucesso da campanha de Dilma, pois num contexto eleitoral no qual o campo político está claramente dividido entre situação e oposição, o lugar de situação se configura no “lugar de falar em que dizer pode ser fazer” (CARVALHO; 2003.p. 116).

#### **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Neste artigo tive o interesse de discutir a construção do *ethos* de Dilma Rousseff na pré-campanha que envolve a disputa pela Presidência da República. Tomando o *ethos* como uma construção que envolve uma dimensão discursiva em que se observa o que o locutor diz, como diz, sua aparência, gestos e etc., e que também remete à necessidade de legitimidade pelo interlocutor porque tem como finalidade a adesão, busquei identificar que traços da personalidade da pré-candidata seriam evidenciados e quais seria “suavizados”, que estratégias seriam desenvolvidas para a “sedução” do público-eleitor.

---

<sup>8</sup> Inicialmente Dilma foi Ministra de Minas e Energia, em seguida após a crise do mensalão em 2005, com a saída de José Dirceu, ela assumiu a Chefia da Casa Civil.

Desenvolvidas algumas reflexões pude perceber que basicamente três experiências da vida de Dilma foram apropriadas e transpostas para o campo da disputa eleitoral, sendo elas: sua experiência como técnica/gestora, sua experiência como militante política disposta a contribuir de diversos modos para construção de um “bem comum” e sua experiência cotidiana de mulher, que evidencia as dimensões mais subjetivas da vida da pré-candidata.

Além dessas imagens, identifiquei que há uma em particular chama mais atenção e que é de fato a que tem conquistado mais força na trajetória da pré-campanha, refiro-me a imagem de Dilma como “fiel escudeira” de Lula, sua herdeira política, a ministra de confiança. A partir dessa constatação cabe algumas indagações em que medida a estratégia de construir imagens de Dilma como mulher competente, militante, batalhadora, mãe-de-família, não acabarão esvaziadas pelo fato de que o mais importante é que ela é a candidata de Lula? Em que medida a oposição não explorará esse fato e poderá acusá-la de ter pouca autonomia para governar o Brasil, afirmando que seu mandato constituiria um “terceiro mandato de Lula”? Isso poderá trazer efeitos negativos à campanha de Dilma? Por outro lado podem ser levantados outros questionamentos referentes ao discurso que Dilma irá veicular na campanha, afinal, atualmente o discurso do PT evidencia a defesa da manutenção em contraponto à mudança, marca discursiva bem identificada com o discurso petista. Essas reflexões ficam em suspenso e me servem de motivação para continuar observando o cenário eleitoral de 2010.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BARREIRA, Irllys Alencar Firmo. Imagens e Sombras: jogos de apresentação e influência em campanha eleitoral. In: CARVALHO, Rejane Vasconcelos A. de (org). **A produção da política em campanhas eleitorais – eleições municipais de 2000**. Campinas: Pontes, 2003. p.165-190.
- CARVALHO, Rejane Vasconcelos A. Política de Imagem e Competitividade Eleitoral: a disputa pela prefeitura de Fortaleza em 2000. In: CARVALHO, Rejane Vasconcelos A. de (org). **A produção da política em campanhas eleitorais – eleições municipais de 2000**. Campinas: Pontes, 2003. p. 91-125.
- MAINGUENEAU, Dominique. A propósito do ethos. In: MOTTA, A. R. & SALGADO, L. **Ethos discursivo**. São Paulo: Contexto, 2008.
- MANIN, B. As metamorfoses do governo representativo. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, n. 29, Ano 10, out., 1995. p. 5-34.