

A roupa política: a dimensão argumentativa implícita nas roupas das primeiras-damas Temer e Trump como reafirmadora do *ethos* político de seus maridos¹

Kelly F. Mayrink Drumond²

RESUMO

Por milhares de anos, os seres humanos têm se comunicado pelas roupas. A indumentária, uma linguagem antiga e universal, funciona como uma importante forma de informação e comunicação. Pelas roupas, possivelmente, pode-se saber a profissão, a religião, a personalidade e, até mesmo, o humor da pessoa. Desde os primórdios, o uso de determinada vestimenta caracteriza o status e a posição social do indivíduo, definindo-o ou descrevendo-o. Ao identificar-se com um determinado grupo e, conseqüentemente, usar as suas roupas características, tem-se o reflexo do pensamento e da ideologia de quem a veste.

Recentemente, um dos maiores veículos midiáticos reproduziu uma análise sobre o a mensagem por traz das roupas escolhidas pelas primeiras-damas do Brasil, Marcela Temer, e dos Estados Unidos, Melania Trump, em eventos sociais.

Com base nesse *corpus* e partindo dos dispositivos teóricos da Análise do Discurso, o presente artigo tem como objetivo refletir sobre a prática discursiva não verbal intrínseca às roupas, e seu papel legitimador do *ethos* político de seus maridos. A análise será feita a partir, principalmente, dos postulados de Amossy (2008) e Charadeau (2008), sobre a construção do *ethos* e o discurso político.

Palavras-chave: Discurso, imagem de si, moda, roupas, *ethos*, primeira-dama, Marcela Temer, Melania Trump

INTRODUÇÃO

O verdadeiro mistério do mundo é o visível, não o invisível.

Oscar Wilde

A escolha de determinada roupa é um ato complexo, repleto de significações e cargas ideológicas, como uma espécie de código. “Diga-me o que vestes e eu te direi como estás, quanto tens, a que grupo pertences”, é a frase usada por Coelho (1995) que

¹ Artigo apresentado à disciplina ‘TEEL: *Ethos*, imaginários e discursos (auto)biográficos em diversos corpora e suportes’, do Programa de Pós-Graduação em Estudos de Linguagens do Centro Federal de Educação Tecnológica de Minas Gerais. Avaliador: Prof. Dr. Cláudio Lessa

² Mestranda em Estudos de Linguagens - CEFET-MG. E-mail: kellymayrinkbh@gmail.com

ilustra a carga de informação existente nas roupas. Para o filósofo francês Gilles Lipovetsky, em sua obra *O império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas* (2001), “a moda tem ligação com o prazer de ver, mas também com o prazer de ser visto, de exibir-se ao olhar do outro”. O autor associa a moda a um aparelho gerador de juízo estético e social.

Manifesta-se pela escolha das roupas, a tendência para pertencer, ou querer ser considerado como pertencente, a uma determinada categoria ou tipologia. Segundo Dorflès (1979) a bata de um médico, a toga de um advogado, o barrete de um religioso são suficientes para declarar a pertença de um indivíduo a uma destas categorias sociais ou profissionais. É como se, pelas roupas, o sujeito dissesse: “faço parte dessa classe social” ou “faço parte dessa casta”. E, ainda assim, estaria sob a distinção hierárquica de subgrupos dentro de um grupo. Esse caráter ideológico é reafirmando por Umberto Eco (1989) quando diz que “a linguagem do vestuário, tal como a linguagem verbal, não serve apenas para transmitir certos significados, mediante certas formas significativas. Serve também para identificar posições ideológicas, segundo os significados transmitidos e as formas significativas que foram escolhidas para transmitir”.

Existe uma associação entre a identidade da pessoa e as coisas que ela usa. Desde o período dos homens primitivos, o uso de uma determinada pele de animal, mais difícil de caçar, atribuía-lhe mais prestígio. Mesmo calado o sujeito se mostra, mostra a sua imagem.

Os indivíduos vivem no interior de um grande número de diferentes instituições, o que Silva (2000) chama de “campos sociais”, tais como família, grupos de colegas, as instituições educacionais, grupos de trabalhos ou partidos políticos. Para o autor, a participação dos indivíduos nestes campos sociais é exercida em graus variados de escolha e autonomia. Daí a importância da aparência que é vetor de agregação. “A estética é um meio de experimentar, de sentir em comum e, também, um meio de reconhecer-se” (MAFFESOLI, 1998).

No suporte do corpo do usuário, a vestimenta aparece como uma das principais formas de discurso da identidade, no sentido de que aquilo que é usado tende a externalizar o que é intrínseco ao sujeito. É o que Charaudeau e Maingueneau (2004) explicam ao afirmar que “discursos sociais se configuram ora de maneira explícita, ‘objetivando-se’ em signos emblemáticos, ora de uma maneira implícita, por alusão”.

Essa construção de autoimagem feita por intermédio das roupas propicia a análise sobre a ideação de um possível *ethos*, que seja o fiador das ideologias do grupo

ao qual se faz parte, visto que, segundo Heine (2009), “co-enunciadores, baseados em estereótipos estabelecidos socialmente, atribuem aos enunciadores determinadas características e não outras”. Dessa forma, pode-se entender que a construção da identidade é tanto simbólica quanto social, e a imagem de si é produto de uma criação discursiva.

Tal noção torna-se fundamental para a análise de duas recentes reportagens divulgadas pela Folha de São Paulo, que avaliam as roupas escolhidas pela primeira-dama do Brasil, Marcela Temer, durante o desfile do último 7 de setembro, e a vestimenta escolhida pela primeira-dama dos Estados Unidos, Melania Trump, para a posse do marido. A partir dessas duas veiculações da mídia, observa-se a lógica identificatória da moda construída a partir dos discursos firmados através da indumentária. Esse autorretrato discursivo afirmado na moda funciona como um pacto referencialista dos discursos advindos do mundo dos políticos.

As duas matérias do jornalista Pedro Diniz constituem o *corpus* desta pesquisa, que busca avaliar a dimensão argumentativa implícita nas roupas como forma de validação de um *ethos* político.

Sob esse cenário, buscaremos analisar, dentro das vertentes dos estudos em Análise do Discurso (AD), os conceitos de *ethos* e suas derivações, identificando a roupa das primeiras-damas como uma prática discursiva não verbal, legitimadora dos discursos políticos dos seus maridos.

A CONSTRUÇÃO DO *ETHOS*

O discurso político como ato de comunicação, segundo Charaudeau (2008), concerne mais diretamente aos atores que participam da cena de comunicação política, cujo “desafio consiste em influenciar as opiniões a fim de obter adesões, rejeições ou consensos”. Em sintonia a esse pensamento, a moda, um dos fenômenos sociais mais importantes dos tempos modernos, se centra pela necessidade de ‘passar a imagem de’, afirmando ou desconstruindo discursos, sendo uma das formas mais seguras de captar as motivações socioeconômicas e culturais das pessoas.

Para a construção teórica dessa pesquisa, trabalharemos com a noção de *ethos* pautada pelos estudos organizados no livro de Ruth Amossy (2008), *Imagens de Si no Discurso: a construção do ethos*. Ao retomar Aristóteles, a autora afirma que *ethos* é a imagem de si projetada pelo orador que deseja agir através de sua palavra. A partir dessa definição, podemos levantar a hipótese inicial de que o discurso da roupa é

essencialmente argumentativo na re(afirmação) de um *ethos*, destinado a um auditório particular, sobre o qual recairia a necessidade de persuadir. É o que Fiorindo (2012) reforça quando elucida a noção do *ethos* na Retórica, que mobilizava características extradiscursivas permitindo, assim, que oradores utilizassem características físicas como roupas, mímicas e feições, entre outras artimanhas, com o objetivo de construir uma autoimagem positiva.

A construção desta autoimagem - possível pelo discurso verbal e não verbal - não necessita ser real, mas precisa ser verossímil. Trata-se da encenação da imagem do enunciador, propiciando ao público-receptor do discurso o reconhecimento e, assim, intensificando a adesão ao discurso político.

Esse comportamento do enunciador/locutor aumenta ou diminui o grau de confiança, de honestidade e demais características que lhe é atribuído. Para Dascal (2008), pode-se dar conta desse fenômeno através do que a autora define como “proposicionalização”, que consiste em extrair proposições da informação sobre o caráter transmitido pelo comportamento.

Essas proposições podem funcionar como as premissas ordinárias de um argumento. O auditório faria, nesse caso, inferências a partir de observações sobre o comportamento do locutor ... e essas inferências produzem crenças proposicionais (“[Eu tenho confiança na...]”, “[Creio que] L é um especialista”, “[Estou seguro de que]...”). (DASCAL, in Amossy, 2008, p.63)

Outra maneira apontada pelo autor seria a da informação “captada” pelo auditório, entendendo como perceptível uma certa atitude, um estado de espírito em relação à troca comunicativa em curso, o que permite, então, escolher um esquema de interpretação mais adequado.

A partir dessas premissas, e sabendo que o *ethos* está crucialmente ligado ao ato de enunciação, não se pode ignorar a imagem que o auditório faz previamente do locutor. Trata-se do *ethos* prévio, que Maingueneau (2008) referencia ao afirmar que “não se pode ignorar que o público constrói também representações do *ethos* do enunciador antes mesmo que ele fale”. Essa concepção de *ethos* prévio traz à tona a sua relação com a construção dos discursos sociais, políticos e biográficos pela imagem, através da corporalidade do fiador, permitindo-se inferir e/ou hipotetizar previamente um *ethos*. Maingueneau afirma que “a corporalidade está associada a uma compleição corporal, mas também a uma forma de vestir-se e de mover-se no espaço social”, e contribui para reforçar ou transformar a enunciação.

A partir dessa imagem preexistente do locutor/enunciador, pode-se entender a roupa como um artifício discursivo não verbal que legitima ou desconstrói o *ethos* de um sujeito político que, para Charaudeau (2008), “deve se mostrar crível e persuadir o maior número de indivíduos de que ele partilha certos valores”.

No domínio político, a construção das imagens só tem razão de ser se for voltada para o público, pois elas devem funcionar como suporte de identificação, via valores comuns desejados. O *ethos* político deve, portanto, mergulhar nos imaginários populares mais amplamente partilhados, uma vez que deve atingir o maior número, em nome de uma espécie de contrato de reconhecimento implícito. O *ethos* é como um espelho no qual de refletem os desejos uns dos outros. (CHARAUDEAU, 2008, p.87)

Com base nos conceitos apresentados, investigar-se-á a representação prévia - ou o *ethos* transmitido – relacionado à identidade político-discursiva de Michel Temer e Donald Trump, compreendendo a roupa de suas esposas como vocalizador do discurso da história e memória.

AS REPORTAGENS E SUAS REPRESENTAÇÕES

Como citado anteriormente, estilo, competências linguísticas e crenças implícitas são suficientes para construir uma representação da pessoa. “De fato, a noção tradicional de *ethos* recobre não somente a dimensão vocal, mas também o conjunto das determinações físicas e psíquicas atribuídas pelas representações coletivas à personagem do orador”, contextualiza Maingueneau (2008).

O domínio persuasivos das roupas no âmbito da atividade política pode ser observado nas reportagens veiculadas pela Folha de São Paulo, em 8 de setembro de 2016, intitulada “Marcela Temer vestiu resumo de mensagem que marido quer passar³”, e em 20 de janeiro de 2017, intitulada “Melania imita Jackie Kennedy em posse de coincidências e estilo datado⁴”.

Em ambas, o colunista Pedro Diniz, busca (re)conhecer a geração e transmissão de informações consolidadas através das indumentárias escolhidas pelas mulheres sob o título de primeiras-damas. Com base nessas avaliações, pode-se inferir, através das roupas, um *ethos* aos atuais presidentes Michel Temer e Donald Trump, fazendo, assim,

³ FOLHA DE SÃO PAULO, Marcela Temer vestiu resumo de mensagem que marido quer passar. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/poder/2016/09/1811230-marcela-temer-vestiu-resumo-de-mensagem-que-marido-quer-passar.shtml>>. Acesso em 11 de fevereiro de 2017.

⁴ FOLHA DE SÃO PAULO, Melania imita Jackie Kennedy em posse de coincidências e estilo datado. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/mundo/2017/01/1851673-melania-imita-jackie-kennedy-em-posse-de-coincidencias-e-estilo-datado.shtml>>. Acesso em 11 de fevereiro de 2017.

que a roupa funcione como um contrato de comunicação afirmador dos discursos de governo de seus partidos.

Para compreender as representações identificadas nas reportagens e os pontos de vista imbricados nelas, vale contextualizar que Marcela Temer e Melania Trump são duas mulheres reconhecidas pela beleza e por seus papéis influenciadores no universo da moda. Além de carregarem a semelhança das iniciais dos nomes (MT), as duas primeiras-damas são ex-modelos e, ambas, são a terceira esposa oficial dos respectivos maridos e têm um filho com o atual cônjuge cada. As duas também lideram projetos sociais apoiadas por seus maridos septuagenários.

Ao referir-se ao modelo escolhido por Marcela Temer para o desfile da Independência, em Brasília, Diniz analisa o vestido escolhido pela primeira-dama como um resumo do que o marido Michel Temer gostaria de transmitir no início de sua gestão como presidente: “serenidade, ordem e progresso”.

O vestido branco, sem mangas e de colo descoberto, assinado pela estilista brasileira Luisa Farani e preço de R\$618,00 (segundo o site da grife), faz parte de um jogo político da moda, segundo o jornalista.

Michel Temer assumiu o governo do Brasil em um cenário político conturbado, após decisão do Senado pelo *impeachment* da presidente anterior Dilma Rousseff. Desde então, a impopularidade do novo presidente só vem aumentando, e a roupa de Marcela contradiria qualquer forma ostentação. Sob essa perspectiva, “o corte relaxado, minimalista, aliado à ‘cor da paz’, produziu mensagem de limpeza e simplicidade cujo papel pode ser lido como contraste ao clima de ebulição dos protestos anti-governo”, afirma Diniz em sua coluna.

Outra ponderação quanto à simplicidade do vestido - mesmo que a ocasião pedisse uma indumentária mais protocolar -, a escolha da primeira-dama cria uma proximidade ao vestuário de brasileiras de classe média, mesmo tendo custado quase um salário mínimo. Pela análise de Diniz, o valor agregado a isso é incalculável e “também soa como resposta a quem acusa Michel Temer de ser um político distante do povo”.

Até aqui, nota-se que a roupa de Marcela busca transparecer uma auto-imagem que carrega o *ethos* de confiabilidade e credulidade, evitando-se a fúria. O que nos faz resgatar Charaudeau (2008), ao explicar sobre os discursos da razão e do afeto para identificar os *ethé* de credibilidade e identificação, além “da busca do político de construir para si o *ethos* de sério, de virtuoso e de competente”.

Um detalhe da roupa que visivelmente denota a gestão do *ethos* de Marcela Temer pode ser notado no comentário do jornalista ao apontar que “a abertura na parte de cima do busto e o plissado imperceptível são a vaga lembrança do furacão loiro que saiu da rampa do planalto em 2011, na primeira posse de Dilma Rousseff, para virar assunto em sites de moda”. Na ocasião, Marcela optou por um tubinho estruturado - que mais parecia uma blusa e saia com comprimento abaixo do joelho -, com a parte de cima marrom e a de baixo rosa-antigo, assinado pelo estilista paraense André Lima. Para completar o visual, brincos de pérola sintética e cristais Swarovski e uma bolsa-carteira de seda.

O vestido deixou o ombro da atual primeira-dama à mostra e foi chamado de “ousado” pela consultora de moda Costanza Pascolato. “Se houvesse protocolo no Brasil, ela não poderia ter ido à posse vestida com aquela roupa”, disse Costanza, segundo veiculação da revista *Época*⁵.

Em entrevista concedida em 2011 à Revista Trip, a bela jovem de trança loira contou sobre a escolha da roupa usada na posse da presidente Dilma Rousseff: “Não vou usar grife. Não sou nem quero parecer pretensiosa”. Nessa mesma entrevista, Marcela Temer confessou que aproveitava as ocasiões mais íntimas para “vestir roupas justas, decotadas e que deixem as pernas à vista, como ela gosta, mas evita usá-las em público. ‘Não são apropriadas para o meio político’”, disse⁶.

Para esta pesquisa, a dubiedade entre o vestido escolhido por Marcela Temer para o desfile de 7 de setembro e seu confesso sobre gostos indumentários, pode-se retomar a noção do *ethos* como simulacro, criado pelo sujeito de maneira conscientemente ou não, que pode ser mais ou menos verossímil de acordo com estratégias de elaboração. Percebe-se assim, que a primeira-dama abre mão do seu estilo preferido para ser fiadora do *ethos* político do marido

Quanto à escolha de Melania Trump, o jornalista Pedro Diniz contextualiza a polêmica a cerca da primeira-dama dos Estados Unidos. A rejeição do republicano Donald Trump por um grande percentual de americanos, fez com que Melania sofresse um boicote da indústria de moda americana à sua família. Mesmo sendo considerada uma grande honra para um estilista ter suas criações exibidas em tão renomadas

⁵ ÉPOCA, Marcela Temer: A musa da República. Disponível em: <<http://revistaepoca.globo.com/Revista/Epoca/0,,EMI200903-15215,00-MARCELA+TEMER+A+MUSA+DA+REPUBLICA.html>>. Acesso em 11 de fevereiro de 2017.

⁶ TRIP, Marcela Temer. Disponível em: <<http://revistatrip.uol.com.br/tpm/marcela-temer>>. Acesso em 11 de fevereiro de 2017.

cerimônias, vários designers indicaram que não se interessavam por vestir Melania Trump.

Entre os que se recusaram, está a nova-iorquina Sophie Theallet, que categoricamente disse que não vestiria Melania Trump, citando a retórica de racismo, sexismo e xenofobia desferida na campanha presidencial de seu marido⁷.

Sei que não é muito esperto se envolver em política (...) Como imigrante neste país, fui abençoada em poder perseguir meus sonhos nos Estados Unidos. Vestir a primeira-dama Michelle Obama nos últimos oito anos foi uma honra. E como uma pessoa que celebra a diversidade, a liberdade e tem respeito por todos os estilos de vida, eu não vou vestir ou me associar à próxima primeira-dama. A retórica de racismo, sexismo e xenofobia desencadeada pela campanha do marido dela são incompatíveis com os valores que compartilhamos", disse a estilista. (O GLOBO, 2016)

Outros exemplos são Carmen Marc Valvo, que já vestiu a primeira-dama no passado, mas afirmou que "de acordo com as circunstâncias e a partir de uma perspectiva política, não tenho desejo de vestir a próxima primeira-dama"⁸ e o estilista Tom Ford que justificou a negativa dizendo que suas roupas "são muito caras para uma mulher na posição que ela vai ocupar. Ela tem que criar uma imagem que vai se relacionar com todo mundo. Isso vai ser difícil usando vestidos com preço alto"⁹, defendeu.

Coube a Melania um vestido monocromático acompanhado de um casaco cruzado de gola alta, com luvas de camurça e sapatos *escarpin* no mesmo tom azul-bebê, presa a uma estética tradicional. O modelo escolhido é assinado pelo estilista americano Ralph Lauren, responsável por vestir outras primeiras-damas como Michelle Obama e Hillary Clinton, e polemizou ao ser comparado ao estilo de Jacqueline Kennedy, esposa de John F. Kennedy, presidente dos Estados Unidos entre 1961 e 1963.

De acordo com a publicação da Folha de São Paulo, Diniz faz duas leituras a cerca da escolha da primeira-dama. Uma delas, refere-se à aproximação do estilo de sua antecessora chamada de "rainha dos EUA", e o estilista representa, assim como Trump, o 'sonho americano': "foi pobre, empreendeu e construiu um império de bilhões".

⁷ GLOBO, O. Estilista favorita de Michelle Obama se recusa a trabalhar com Melania Trump. Disponível em: <<http://oglobo.globo.com/ela/moda/estilista-favorita-de-michelle-obama-se-recusa-trabalhar-com-melania-trump-20486439#ixzz4Yb7TNUMj>>. Acesso em 11 de fevereiro de 2017.

⁸ Idem anterior

⁹ ELLE, Donald Trump Responds to Tom Ford Refusing to Dress Melania. Disponível em: <<http://www.elle.com/fashion/news/a42235/donald-trump-melania-tom-ford-comments/>>. Acesso em 11 de fevereiro de 2017.

Para a investigação das possíveis motivações de Melania para a escolha da roupa usada na “*Inauguration Day*”, como os americanos chamam o dia da posse, remetemo-nos aos estudos de Rondelli e Herschmann (2000) ao mostrar o passado como uma referência emblemática para a cultura contemporânea, criando laços de continuidade e sentido de permanência.

A estratégia da primeira-dama para a escolha da roupa condiz com essa busca por referências exemplares do passado, uma vez que o discurso de Trump sempre carregou um viés nostálgico, glorificando o passado. Assim, o retorno de Melania à indumentária referenciada à ex-primeira-dama Jacqueline Kennedy, legitima o *ethos* de conservadorismo do atual presidente dos Estados Unidos. Sobre essa busca pela origem, Charadeau escreve:

O recurso a esse imaginário serve para tranquilizar as populações diante da ameaça que poderia representar esse outro imaginário que é a “modernidade” em seu aspecto anti-histórico: a modernidade não teria por horizonte senão o progresso tecnológico, fuga para o futuro que nos faria dar as costas ao passado e às nossas origens, ocasionando uma subversão dos modos, que faria as populações perderem sua identidade. (CHARADEAU, 2008, p.212)

Entendendo a roupa como uma forma de manter um *status quo* relacionado a processos sociais de valorização, desvalorização, diferenças e semelhanças, a comparação de Melania à Jacqueline pode ser fundamentada pelas teorias de Jean Baudrillard (1991) e seus estudos sobre a relação entre realidade, símbolos e sociedade. A necessidade de presentificar o passado funciona como uma simulação, um *ethos* fabricado, uma espécie de máscara que busca entrecruzar fabulação e experiência. Através do resgate de um estilo de roupa emblemático, Melania reforça a busca pela continuidade da aura de um momento passado. Pela avaliação do jornalista, “Melania deve, então, assumir um simulacro de Jacqueline Kennedy. Sorrir para a foto, acompanhar o marido em viagens oficiais e promover festas estonteantes no castelo de vidro de sua Trump Tower, em Nova York”, escreve.

Isso reforça a hipótese inicial desta pesquisa, mostrando que o discurso não verbal percebido nas roupas das primeiras-damas trata de uma escolha constitutiva de sentidos e repleta de valores e virtudes, reafirmando também uma memória de tempo e de espaço.

Essa elaboração da visão de si para gerar valores pode ser calcada nos fundamentos de Charadeau (2008), ao citar a alquimia complexa que resulta no *ethos* político, “feita de traços pessoais de caráter, de corporalidade, de comportamentos, de

declarações verbais”, relacionado às expectativas dos cidadãos que atribuem valores por meio de imaginários.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A construção de um *ethos* não entende-se apenas relacionada a atos de comunicação exclusivamente orais. A roupa faz parte de um posicionamento discursivo, representando opções ideológicas. A escolha de determinada vestimenta não representa apenas um atributo exterior. A corporalidade atribuída a um fiador também acontece através da maneira de se vestir.

Esses pressupostos ideológicos associados à escolha de uma roupa podem ser observados nos discursos firmados pela indumentária das primeiras-damas, tendo a roupa como índice de (re)afirmação do *ethos* político de seus maridos.

Marcela Temer e Melania Trump nitidamente usam a moda - um dos processos mais antigos de comunicação - como um pacto referencialista dos discursos políticos advindos dos seus maridos presidentes, afirmando seus ideais, suas aspirações e ideologias.

Assim, toda a representação imagética das roupas faz parte do comportamento dos atores políticos que buscam, em função da construção de um reflexo de si, inferir um *ethos* eficaz aos seus interesses.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AMOSSY, Ruth (Org.). *Imagens de Si no Discurso: a construção do ethos*. São Paulo: Contexto, 2008.

BAUDRILLARD, Jean. *Simulacros e Simulação*. Tradução Maria João da Costa Pereira. Relógio d'água editora. 1991.

CHARAUDEAU, P. & MAINGUENEAU, D. *Dicionário de análise do discurso*. São Paulo: Contexto, 2004.

CHARAUDEAU, Patrick. *Discurso Político*. Tradução Fabiana Komesu e Dilson Ferreira da Cruz. São Paulo: Contexto, 2008.

COELHO, Maria José de Souza. *Moda: um enfoque psicanalítico*. Rio de Janeiro: Diadorim, 1995.

DASCAL, M. O *ethos na argumentação: uma abordagem pragma-retórica*. In AMOSSY, Ruth (Org). *Imagens de si no discurso: a construção do ethos*. São Paulo: Contexto, 2008.

DORFLES, Gillo. *Modas e modos*. Lisboa: Edições 70, 1979.

ECO, Umberto. *O hábito fala pelo monge, in Psicologia do Vestir*. 3. ed. Lisboa: Assírio e Alvim, 1989.

ELLE, *Donald Trump Responds to Tom Ford Refusing to Dress Melania*. Disponível em: <<http://www.elle.com/fashion/news/a42235/donald-trump-melania-tom-ford-comments/>>. Acesso em 11 de fevereiro de 2017.

ÉPOCA, Marcela Temer: *A musa da República*. Disponível em: <<http://revistaepoca.globo.com/Revista/Epoca/0,,EMI200903-15215,00-MARCELA+TEMER+A+MUSA+DA+REPUBLICA.html>>. Acesso em 11 de fevereiro de 2017.

FIORINDO, P. P. *Ethos: um percurso do Retórica à Análise do Discurso*. Revista Pandora Brasil: O ethos nos estudos discursivos da ciência da linguagem, out. 2012.

FOLHA DE SÃO PAULO, *Marcela Temer vestiu resumo de mensagem que marido quer passar*. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/poder/2016/09/1811230-marcela-temer-vestiu-resumo-de-mensagem-que-marido-quer-passar.shtml>>. Acesso em 11 de fevereiro de 2017.

FOLHA DE SÃO PAULO, *Melania imita Jackie Kennedy em posse de coincidências e estilo datado*. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/mundo/2017/01/1851673->

melania-imita-jackie-kennedy-em-posse-de-coincidencias-e-estilo-datado.shtml>.

Acesso em 11 de fevereiro de 2017.

GLOBO, O. *Estilista favorita de Michelle Obama se recusa a trabalhar com Melania Trump*. Disponível em: <<http://oglobo.globo.com/ela/moda/estilista-favorita-de-michelle-obama-se-recusa-trabalhar-com-melania-trump-20486439#ixzz4Yb7TNUMj>>.

Acesso em 11 de fevereiro de 2017.

HEINE, Palmira Virgínia Bahia. *O ethos discursivo em blogs pessoais*. Rio de Janeiro: Publit, 2009.

LIPOVETSKY, Gilles. *O império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas*. São Paulo: Cia das Letras, 2001.

MAFFESOLI, Michel. *O tempo das tribos: o declínio do individualismo nas sociedades de massa*. Ed. Forense Universitária, Rio de Janeiro, 1998.

MAINGUENEAU, D. *Ethos, cenografia, incorporação*. In AMOSSY, Ruth (Org). *Imagens de si no discurso: a construção do ethos*. São Paulo: Contexto, 2008.

RONDELLI, Elizabeth; HERSCHMANN, Micael. *A mídia e a construção do biográfico: sensacionalismo da morte em cena*. Tempo Social Revista de Sociologia.USP, São Paulo, 12(1):201-218, maio de 2000.

SILVA, Tomaz Tadeu. *Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais*. Petropolis, RJ: Vozes, 2000.

TRIP, *Marcela Temer*. Disponível em: <<http://revistatrip.uol.com.br/tpm/marcela-temer>>. Acesso em 11 de fevereiro de 2017.