

## A construção das emoções no discurso do ex-presidente Lula

Ana Carolina Mrad de Moura Valente<sup>1</sup>

Universidade Federal do Rio de Janeiro

**Resumo:** O presente trabalho tem como objetivo verificar de que maneira a construção das emoções atua no discurso político e que papel essas emoções exercem no texto. Optamos por este gênero devido ao fato de ter este um objetivo bem claro, definido e compartilhado por todos e em todos os contextos. Nesse sentido, o estudo se faz válido, na medida em que pode ser utilizado como uma análise prévia para outros discursos políticos e não apenas o escolhido para análise. Sendo assim, o discurso político a ser trabalhado neste artigo será o do ex-presidente Luís Inácio Lula da Silva em um pronunciamento em ocasião das comemorações de 7 de Setembro de 2005. Decidimos por essa escolha, pois, dentre todos os presidentes que já governaram o nosso país, Lula é aquele que apresenta o discurso mais voltado para o povo – devido à sua linguagem um pouco mais coloquial –, para as emoções do povo, para o convencimento de que ele é o melhor representante que os brasileiros poderiam ter por ser “gente como a gente”, ou seja, por ser parecido com a maioria da população. A metodologia utilizada neste trabalho foi baseada em uma leitura sobre os conceitos relacionados à argumentação e à construção da emoção no discurso político e a análise de um texto desse gênero textual. Esperamos, assim, poder demonstrar como o *pathos* atua de maneira soberana nos discursos políticos da atualidade.

**Palavras-chave:** Construção das emoções. Discurso político. Construção patêmica.

### Introdução

Quando nos referimos às “emoções” do discurso, ou seja, às “emoções” sendo passadas através do discurso, lembramos logo da ideia de *pathos* apresentada pelo filósofo Aristóteles. Nesse sentido, pensamos que essas emoções emanam do discurso a partir de recursos linguísticos sem qualquer pragmaticidade. No entanto, o *pathos* ou *construção patêmica* de um discurso é, na verdade, a racionalização das emoções e dos sentimentos, visto que cada recurso linguístico ou extralinguístico é pensado muito detalhadamente e tem por objetivo causar determinada emoção no seu interlocutor. A escolha vocabular auxilia no efeito

---

<sup>1</sup> Mestre em Letras Vernáculas pela Universidade Federal do Rio de Janeiro. Possui graduação em Letras com habilitação em Português e Literaturas pela mesma universidade (concluída em 2009). Membro do grupo de pesquisa intitulado NEMP (Núcleo de Estudos Morfossemânticos do Português) desde 2007. Participa de pesquisas linguísticas no âmbito da morfologia derivacional e da semântica Cognitiva. Atua principalmente nos seguintes temas: nominalização em português, formação de palavras, metáfora e Linguística Cognitiva. E-mail: [anacmrad@gmail.com](mailto:anacmrad@gmail.com).

patêmico desejado, as pausas na fala, os exemplos citados, todo o discurso é construído pensando em um objetivo específico a ser atingido.

O mesmo acontece com o discurso político, que é o mote para este trabalho. Levando em consideração que os políticos em geral fazem seus discursos para um público específico e desejam convencer esse auditório acerca de alguma ideia ou posicionamento, nada mais justo do que fazer uso da *construção patêmica* para atingir seu objetivo. Os candidatos, tanto durante as campanhas, quanto depois de assumirem o cargo, visam causar emoções no auditório, positivas a seu favor e negativas ao adversário, a fim de conseguir o voto e o apoio da população. Durante a campanha, o desejo é pelo voto unitário e depois de eleito, o objetivo é o apoio e a manutenção deste.

Por esse motivo, o presente trabalho tem por objetivo demonstrar como o discurso político faz uso das construções patêmicas em sua realização e quais os efeitos causados pelo *pathos* no auditório. Dentre todos os gêneros textuais, optamos por esse, já que possui um objetivo claro, bem definido e compartilhado por todos e em todos os contextos. Quer se dizer com isso que a análise que será apresentada neste trabalho poderá ser seguida – em sua base – em outros exemplos de discursos políticos.

Sendo assim, o discurso político a ser trabalhado neste artigo será o do ex-presidente Luís Inácio Lula da Silva em um pronunciamento em ocasião das comemorações de 7 de Setembro de 2005. Decidimos por essa escolha, pois, dentre todos os presidentes que já governaram o nosso país, Lula é aquele que apresenta o discurso mais voltado para o povo, para o entendimento do povo – devido à sua linguagem um pouco mais coloquial –, para as emoções do povo, para o convencimento de que ele é o melhor representante que os brasileiros poderiam ter por ser “gente como a gente”, ou seja, por ser parecido com a maioria da população em suas origens. Cogitamos a hipótese de trabalhar com o discurso do também ex-presidente Getúlio Vargas, por ter sido um político muito importante no cenário nacional e ser conhecido como um presidente populista que pensava sempre no povo. No entanto, selecionamos o primeiro, pois Vargas, apesar de apresentar muitas atitudes populistas, não fazia discursos voltados para o povo da mesma maneira com que Lula o faz, e um dos grandes diferenciais também é a linguagem dos discursos de Vargas, que era muito mais rebuscada devido à época.

## 1. Pressupostos teóricos

### 1.1. Argumentação por Charaudeau

Com o intuito de trabalhar com as noções de argumentação, não podemos deixar de mencionar o que Charaudeau e Aristóteles entendem sobre o tema. Segundo o primeiro autor, a argumentação é entendida como uma atividade discursiva que busca a racionalidade e a persuasão. A primeira diz respeito à busca por um ideal de verdade que explique os fatos do mundo, enquanto a segunda parte do compartilhamento entre os indivíduos, de uma busca de influência do *eu* sobre o *tu*, fim de levá-lo a chegar às mesmas conclusões e propostas. Segundo o autor, o convencimento e a manipulação são diferentes da persuasão no que concerne à argumentação. Enquanto os primeiros têm por objetivo “impor” a opinião do orador sobre o auditório, a segunda tem por foco levar o auditório a entender determinado posicionamento e concordar com o orador verdadeiramente, como abordaremos mais adiante.

Dentre os modos de organização do discurso postulados por Charaudeau (enuncivo, enunciativo, de tematização e de semiologização). Para os fins que desejamos alcançar neste trabalho, iremos nos ater apenas a alguns aspectos do Modo de Organização Enuncivo Argumentativo e Modo de Organização Enunciativo, já que é nestes que se centra a argumentação em si.

Os Modos de Organização Enunciativos dizem respeito à posição que os interlocutores ocupam dentro do processo comunicativo e podem apresentar três funções que serão retomadas mais a frente: *função alocutiva*, *elocutiva* e *delocutiva* – respectivamente *pathos*, *ethos* e *logos* na *Retórica*, de Aristóteles. A primeira é centrada na relação de influência do orador sobre o auditório; a segunda tem como foco o orador sem que o auditório interfira no posicionamento apresentado; e a terceira é centrada no discurso em si, na medida em que o orador apresenta os fatos e coloca-se como testemunha sem deixar o interlocutor ser influenciado.

Como supracitado, abordaremos apenas o Modo de Organização Enuncivo Argumentativo, visto que o *corpus* escolhido para análise é majoritariamente argumentativo, devido ao gênero textual em que se insere: discurso político. Segundo Charaudeau, a argumentação não se limita a um conjunto de frases ou proposições articuladas corretamente;

esse processo vai muito além do que uma união de frases “bem feitas”. Barbisan *et al.* (2010, p. 175) afirmam que

[...] o importante para as considerações a respeito do ato de argumentar é que o sujeito se situa no centro de uma encenação, em uma situação específica de comunicação e de influência diante de um interlocutor, a que se liga por contrato comunicativo.

Argumentar seria, então, um dos empregos da língua e partiria da macroestrutura para a microestrutura, visto que trabalha primeiro com os conceitos de *proposta*, *tese* e *argumentos*; e depois com o estudo dos enunciados, construções sintáticas, articuladores argumentativos, dentre outros. A proposta seria uma “asserção sobre o mundo e que veicula a opinião de outros indivíduos sobre a temática do texto, ou ainda, o elemento desencadeador da polêmica” (BARBISAN *et al.*, 2010, p. 190-191). A tese, por sua vez, seria uma asserção sobre o mundo que veicula o posicionamento do sujeito diante do grau de veracidade que acredita haver a proposta do orador. Já os argumentos apresentam um caráter persuasivo e têm por objetivo desenvolver e desencadear determinados pensamentos e ideias no seu auditório.

## 1.2. Argumentação por Aristóteles

A partir desse breve apanhado sobre a Teoria Semiolinguística de Charaudeau, podemos retomar os conceitos de argumentação iniciados por Aristóteles em sua *Retórica*. Segundo o filósofo, a Retórica poderia ser considerada a arte da argumentação feita por intermédio de provas, sejam elas artísticas ou não; é a arte da persuasão em que orador utiliza um conjunto de técnicas com o objetivo de conseguir o assentimento à sua tese por parte do auditório. Para o autor, as provas não artísticas são aquelas que se apoiam nas evidências de testemunhos ou de fatos; não são elaboradas pelo orador, já existem no mundo. Como exemplo, podemos citar as leis, os testemunhos, os contratos, os juramentos, etc. As provas artísticas, em contrapartida, são aquelas elaboradas pelo orador; são bem formulados e considerados modos de persuasão criados pelo próprio sujeito enunciante. Essas provas são as chamadas *ethos*, *pathos* e *logos* e serão abordadas a seguir.

A primeira prova artística mencionada é a argumentação pelo *ethos* – chamada por Charaudeau de modo elocutivo – ou seja, argumentação pelo caráter do orador. Esse tipo de prova ocorre por meio da imagem que o orador transmite através do seu discurso e parte do

conceito de credibilidade mencionado anteriormente. Os gestos, o tom de voz, o posicionamento, as vestimentas, todos esses fatores ajudam a criar uma imagem de credibilidade perante o seu auditório. Nesse sentido, esse tipo de argumentação é centrado no momento do discurso e está relacionado ao sujeito da enunciação. O orador cria no auditório a impressão de que o seu caráter é digno de crédito ou confiança, revelando inteligência prática, caráter virtuoso e boa vontade em relação à audiência. Um exemplo desse tipo de prova é o próprio ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva que terá um discurso analisado neste trabalho. Depois de tentar inúmeras vezes assumir o cargo de Presidência da República enquanto ainda fazia parte do Movimento dos Sem-Terra, o político só conseguiu atingir o seu objetivo quando “se rendeu” à imagem de um “político sério” e passou a se barbear e usar terno em suas campanhas, algo que não acontecia anteriormente.

A segunda prova artística é a argumentação pelo *pathos* – chamada de modo alocutivo por Charaudeau – ou seja, argumentação pela emoção produzida pelo orador no auditório. Essa prova é a mais utilizada nos discursos políticos como veremos mais adiante, visto que o objetivo do candidato é persuadir o eleitor a dar o voto a ele a partir das emoções geradas em seu discurso. Assim, essa argumentação equivale aos efeitos produzidos no auditório – chamados *efeitos patêmicos* –, às emoções que o orador buscar gerar no seu público. No conjunto de parâmetros que regula a interação, a dimensão patêmica, ou patemização, (gestão e planificação de afetos e emoções) tem grande importância. Assim, a *patemização* pertenceria à ordem da enunciação e se realizaria de forma privilegiada pela performatização e pela figurativização dos enunciados, modificando a percepção do *ethos* do orador e o *pathos* do auditório.

Por fim, a última prova é a argumentação pelo *logos* – denominada modo delocutivo por Charaudeau – ou seja, centrada na própria argumentação. Nesse caso, o orador argumenta pelo caráter verdadeiro ou provável dos argumentos; equivale à argumentação pelo discurso, pois a argumentação é efetuada a partir do conteúdo proposicional dos enunciados. Essa prova está relacionada à mensagem em si, ao conteúdo e não aos interlocutores.

Feita essa breve análise da teoria, vale ressaltar que centraremos na argumentação pelo *pathos* no presente trabalho, visto que o *corpus*, por ser um discurso político, tem por objetivo precípua a persuasão do auditório através das emoções. Assim, o que entendemos por persuasão é a modificação da ação do outro a partir da argumentação, significa fazer o outro

executar determinada ação ou agir como o orador deseja. Em contrapartida, o convencer seria uma ação direcionada ao intelecto: é fazer o outro acreditar e comungar da mesma opinião.

## 2. As emoções no processo argumentativo

Devido ao fato de desejarmos focalizar na argumentação pelo *pathos*, é válido apresentar um pouco do que se diz em relação à utilização das emoções dentro do processo argumentativo. Segundo Galinari (2007), as emoções são integrantes legítimas das relações sociais medidas pela linguagem e a afetividade na atividade retórico-discursiva aumenta a intensidade de adesão do auditório. Para o autor, afetos e sentimentos são igualmente argumentáveis, na medida em que provocam as subjetividades do auditório e auxiliam no poder de persuasão do orador. Nesse sentido, o *pathos* diz respeito ao auditório e conduz a atenção para a instância da recepção; corresponde aos elementos linguístico-discursivos capazes de desencadear alguma reação afetiva no auditório. No entanto, o *pathos* não é uma certeza de emoções provocadas, mas uma tentativa, uma possibilidade contida nos discursos de despertar algum sentimento no alocutário, visto que não compreende – de fato – as emoções e sim o que provoca, desencadeia as emoções, pois não se tem como assegurá-las; só é possível assegurar o que pode ativá-las. O mesmo discurso, por exemplo, pode causar emoções diferentes em auditórios variados.

Ainda de acordo com Galinari, Aristóteles dizia que era preciso o orador examinar precisamente os fatores capazes de tocar o auditório, como a natureza e as paixões, pois quanto maior fosse o conhecimento do orador sobre o auditório, maiores seriam as chances de produzir a emoção-adesão desejada no público. As emoções afloram no auditório seguindo a dinâmica dos julgamentos, na medida em que o auditório avalia os objetos discursivos, o raciocínio dos oradores, os *ethè* atualizados na cena discursiva e a pertinência de tudo isso no contrato de comunicação.

No que diz respeito à emoção e sua função na argumentação, podemos retomar brevemente Plantin (2010), que disserta sobre a racionalidade das emoções. Segundo o autor, elas são sempre argumentadas, conforme o sujeito justifica, argumenta o porquê de estar sentindo determinada emoção. Quando alguém diz que está feliz, necessariamente irá dizer o motivo de tal felicidade, realizando, assim, uma argumentação das emoções no sentido de

*dever-experenciar*. Assim, há argumentação na emoção no momento em que confronto discursivo se apoia em uma emoção e o argumento visa legitimá-la.

Ainda de acordo com o autor, existem dois tipos de discurso que tem como mote esta ideia: o discurso emocionado e o discurso emocional. Enquanto o primeiro deseja causar o efeito da emoção no seu auditório – o locutor se emociona para emocionar o outro; o segundo não visa emocionar o auditório.

Assim, de acordo com Plantin (2010), existem algumas técnicas e regras a fim de atingir esse objetivo no auditório e ele as define como “instrumentos retóricos do *pathos*” e “princípios da inferência emocional”. Os primeiros dizem respeito a três regras: regra de exibição dos afetos que diz que o orador deve se mostrar afetado ou mostrar pessoas afetadas; regra de mostração que consiste na amostragem de objetos emocionantes como filmes, por exemplo; e a regra da mimese emocional que parte da representação, da descrição e amplificação e da dramatização.

Os princípios de inferência emocional, por sua vez, são quatro e se dividem da seguinte maneira: (i) princípio da relevância emocional; (ii) princípio da avaliação; (iii) princípio da intensidade de apresentação; e (iv) princípio do conteúdo emocional. O primeiro utiliza algumas estratégias que podem estar relacionadas ao princípio de proximidade – que consiste em focalizar aquilo que está próximo do leitor, como a aproximação do político do seu povo a partir do uso da primeira pessoa do plural –; princípio da animação que consiste em colocar em foco aquilo que é perigo de vida ou geração de vida para a existência humana; e o princípio da classificação e numeração em que são utilizados numerais e expressões de quantidade para focalizar naquilo que concerne a muitas e importantes pessoas. O segundo princípio de inferência é o de avaliação e consiste em proporcionar avaliações baseadas em normas de sua cultura, utilizando conotações positivas ou negativas. O terceiro, por sua vez, diz respeito ao exagero da apresentação; e o quarto faz referência ao modo como o orador se sente diante do que está sendo dito.

## 2.1. *Pathos* no discurso político

No texto de Charaudeau (2007) de mesmo título da seção, o autor discorre sobre a função e a concretização do *pathos* no discurso político, trazendo à tona alguns conceitos



referentes à Teoria Semiolinguística. Em primeiro lugar, não podemos deixar de mencionar as diferenças existentes entre os conceitos de emoção e sentimento, visto que o *pathos* tem como centro o primeiro. Segundo o autor, a emoção estaria na esfera do sensível, originam-se de uma racionalidade subjetiva, enquanto o sentimento estaria mais ligado às crenças, estaria presente na esfera da moral. Nesse sentido, é possível perceber que ao falar de *pathos* temos a presença de emoções, visto que todas elas são pensadas, racionalizadas previamente pelo orador. Assim, o discurso produz um efeito que pode gerar o surgimento de uma emoção sentida e pode ser refutado, enquanto o sentimento, não. Segundo o autor (2007, p. 242):

Persuadir um auditório consiste em produzir nele sentimento que o predispõe a partilhar o ponto de vista do orador. O sentimento não deve ser confundido com sua expressão (mesmo se esta puder desempenhar um papel determinado), será considerado como um efeito possível que poderá suscitar uma determinada ativação do discurso junto a um determinado público, em uma dada circunstância.

Ainda no que diz respeito à ativação das emoções no discurso político, o autor retoma a problemática da influência de Aristóteles e os seus quatro princípios em sua relação com o outro: *de alteridade, de regulação, de influência, de pertinência*. Segundo Florencio (2010), estabelecer contato com o outro não é uma tarefa simples, pois exige uma negociação constante e direta entre os interlocutores. Nesse sentido, somos levados a essa problemática da influência apoiada nos quatro princípios descritos a seguir. O primeiro, da *alteridade*, leva em consideração a coexistência dos seres, na medida em que o *eu* só existe por causa do *tu* e vice-versa, como já discutimos, parte da consciência da existência de si como dependente da percepção da existência do outro. Portanto, para sentirmos emoção e para provocarmos emoção é preciso pensar no outro e não apenas em nós mesmos. O *princípio da regulação* leva em consideração o discurso, no que diz respeito à modalização. Segundo esse princípio, o orador deve monitorar o seu discurso a fim de atingir o efeito patêmico desejado, antecipando-se a partir da suposição de que o outro pode ter um projeto de influência. O *princípio de influência* aponta para o fato de o outro ser uma ameaça, pois não se sabe ao certo o que pensa e o que sente; o discurso é uma aventura, pois o sujeito falante procura fazer com que o outro entre no seu discurso, mas isso pode não ocorrer. Nesse sentido, o objetivo do orador é trazer ao máximo o auditório para o seu universo. Por fim, o *princípio da pertinência* diz respeito à relevância do discurso e dos argumentos a serem utilizados.



Esses quatro princípios colocam o sujeito falante frente a um questionamento: como trazer o outro para o discurso? Como criar uma relação com o outro? Como entrar em contato com esse outro? Em primeiro lugar, entramos em contato com o outro por meio da enunciação e, para isso, precisamos justificar o porquê de tomarmos a palavra e estabelecer uma relação com esse auditório.

A partir desses questionamentos, Florencio (2010) apresenta três problemáticas ligadas a três outras questões: a problemática do *ethos*, do *pathos* e do *logos*, retomando Aristóteles apresentado anteriormente. A primeira problemática diz respeito à forma como o orador irá impor sua pessoa de sujeito falante ao auditório. Essa imposição se dá a partir da confiança, da credibilidade, da imagem que passamos a partir do discurso. Já a segunda diz respeito ao modo como podemos tocar o outro. De acordo com essa problemática, o locutor utiliza estratégias discursivas para tocar o outro, atuar sobre o outro, provocar certas emoções no auditório, e tais estratégias são chamadas de estratégias de *patemização*, como vimos anteriormente. Por fim, a última problemática está ligada ao *logos* e ao modo como o orador deve organizar a descrição do mundo que irá propor / impor ao outro. Nesse sentido, essa organização parte da nossa capacidade de descrever / narrar / argumentar os fatos; é a própria organização do discurso que ajuda o orador a trazer o outro para o seu discurso através de argumentos e provas.

Segundo Charaudeau (2007), para que haja o discurso político é preciso que se crie uma *instância política* e uma *instância cidadã*. A primeira diz respeito ao poder exercido a partir de um direito adquirido pelo político pela legitimidade atribuída a ele; um *saber* e *saber-fazer*, a partir dos valores comuns a essa instância e à cidadã. Essa última, por sua vez, diz respeito à credibilidade e identificação do político perante o seu auditório. Nesse sentido, um discurso político eficaz deve apresentar uma imagem de credibilidade e demonstrar possibilidade de exercer corretamente o poder que lhe será investido. O autor ainda aponta que o que importa não é a verdade do que está sendo dito pelo político e sim a veracidade das informações, ou seja, a possibilidade de ser real.

Menezes (2007), em seu texto sobre as emoções no discurso político, apresenta algumas abordagens e estratégias presentes nesse gênero textual a partir da intenção dos seus oradores. Em um primeiro momento, o autor discorre sobre as abordagens lógico-normativas de manipulação que consistem em um conjunto de teorias que enfatizam e possibilitam o que ele

chama de “boa argumentação” – argumentos bem fundamentados e válidos fugindo às falácias. Segundo o autor, as emoções fragilizam o discurso e tudo da ordem do *pathos* tornaria a argumentação fraca e falaciosa. No entanto, ele afirma que o uso das emoções no discurso pode ser também entendido como estratégias para enganar e manipular, principalmente no discurso político. Nesse caso, o sujeito joga com as palavras e a realidade, fazendo com que o auditório concorde e aceite uma tese mal fundamentada ou um engano. Assim, as emoções não persuadem e sim manipulam o auditório.

Ainda segundo o autor, existiriam alguns argumentos baseados na emoção que descumpririam as regras de boa argumentação. O primeiro desses argumentos é o *argumentum ad passiones* e engloba os argumentos motivos pelo *pathos* na medida em que o orador faz um apelo às emoções e paixões do espectador. O autor cita como exemplo o caso da atriz Regina Duarte que, durante o seu apoio ao candidato José Serra, construiu no eleitorado a partir de sua fala (“eu tenho medo. Há muito tempo eu não tinha esse sentimento...”) um sentimento de insegurança e medo perante os demais candidatos.

O segundo é o *argumentum ad misericordiam*. Nele, o sujeito apela para a piedade do auditório para obter o consentimento do seu público. Como exemplo, podemos citar a frase “Desculpe, me sinto traído” proferida pelo ex-presidente Lula durante a descoberta do mensalão. Ao utilizar esta frase, o político tenta fazer com que o povo sinta pena dele e aceite o seu argumento.

O *argumentum ad populum* é entendido como um argumento generalizante. Ao utilizar essa estratégia, o orador faz um uso falacioso do argumento de autoridade tomando como verdadeira uma opinião tida como compartilhada por todos. Um exemplo desse uso é a sentença “o povo brasileiro me elegeu” também proferida pelo ex-presidente Lula durante o seu discurso de posse. Esse argumento é falacioso, pois generaliza e coloca o povo todo como responsável pela sua eleição e não apenas uma parte da população. Ao utilizar o *argumentum ad baculum*, o orador baseia seu argumento na força ou na ameaça de uso de força e o ao utilizar o *argumentum ad nauseam*, o sujeito busca o apoio do auditório a partir da repetição excessiva da tese.

### 3. *Corpus*

#### 3.1. Descrição do *corpus*

O *corpus* do presente trabalho é formado por um Pronunciamento em comemoração ao 7 de Setembro no ano de 2005 do então Presidente da República Luiz Inácio Lula da Silva (Lula). Escolhemos este texto por ser um discurso elaborado para ser entendido pelo povo brasileiro e garantir a adesão da população ao presidente. Dessa forma, o discurso faz uso das diversas estratégias de persuasão e manipulação mencionadas na seção anterior. Optamos por selecionar um discurso do Lula devido ao fato de este ser, dentre os atuais candidatos, aquele que mais busca se aproximar do povo e que tem o maior grau de persuasão diante das grandes massas por causa da sua história política e seus discursos informais e mais voltados para o entendimento do povo.

### 3.2. Metodologia

A metodologia utilizada neste trabalho foi baseada em uma leitura sobre os conceitos relacionados à argumentação e à construção da emoção no discurso político e a análise de um texto desse gênero textual. Em um primeiro momento, fizemos um apanhado dos textos que abordam o assunto em questão, a fim de levantar os conceitos teóricos que poderiam ser utilizados na análise do *corpus*. Para tanto, recorremos a estudiosos como Charaudeau e Aristóteles, dentre outros, como o intuito de adquirir suporte para uma análise mais abrangente e detalhada.

Em um segundo momento, depois da escolha do texto do *corpus*, optamos por selecionar apenas alguns dos aspectos mencionados nas seções sobre os pressupostos teóricos para análise a fim de não nos estendermos muito no assunto. Além disso, vale ressaltar que nosso objetivo não era exaurir o assunto e, dessa forma, o mesmo texto escolhido como constituinte do *corpus* ainda pode gerar outros estudos em relação ao *pathos* no discurso político.

Assim, nossas hipóteses são:

- (i) O discurso político faz uso da argumentação pelo *pathos*, pois tem por objetivo convencer o seu auditório sobre o seu projeto, sendo ele bom e real ou não;
- (ii) O discurso do Lula é consideravelmente populista e ainda demonstra certo interesse pelo povo.

### 3.3. Análise dos dados

Como mencionado na seção precedente, a análise dos dados deste trabalho será feita com base nas estratégias argumentativas apresentadas ao longo do artigo. No entanto, vale ressaltar que não abordaremos todos os aspectos mencionados na seção 2, visto que nem todos estão presentes no texto ou não aparecem expressivamente. Isso posto, optamos por começar a análise apontando os princípios nos quais se apoiam à problemática da influência. Assim, observe o vocativo retirado do texto em análise: “Meus amigos e minhas amigas,” [...].

O discurso do ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva (Lula) tem como uma das características argumentativas e patêmicas a aproximação entre o orador e o seu auditório. Sendo assim, em exemplos como o apresentado acima, é possível perceber a atuação do princípio de alteridade, visto que o político trata os seus eleitores como seus amigos, como co-participantes da construção política, o que será retomado ao longo de todo o seu discurso como nos exemplos abaixo:

1. “Juntos, governo e povo, fizemos o Brasil voltar a crescer”.
2. “e nada nos desviará desse caminho”.
3. “quero refletir com cada um de vocês sobre a extraordinária capacidade que temos, povo e governo, de enfrentar e superar desafios”.

Nos exemplos acima transcritos, podemos perceber que, nos trechos sublinhados, há uma identificação entre o *eu* e o *tu*, levando em consideração a coexistência dos sujeitos comunicantes. Dessa forma, em todos os exemplos é possível notar uma aproximação dos interlocutores com o objetivo de mostrar a importância do povo na política desse governo. Esses trechos também poderiam exemplificar o princípio de relevância emocional no que diz respeito à aproximação entre os sujeitos do ato comunicativo, como veremos mais adiante.

O segundo princípio a ser exemplificado é o da *pertinência*. Observe o parágrafo abaixo transcrito:

1. No Dia da Pátria, quero refletir com cada um de vocês sobre a extraordinária capacidade que temos, povo e governo, de enfrentar e superar desafios. Se há uma característica marcante do povo brasileiro é a de lutar contra a adversidade e vencê-la.

O princípio em questão diz respeito à relevância, à pertinência do argumento, ou seja, à sua validade. O trecho acima foi selecionado, pois Lula justifica o fato de o “Dia da Pátria” ser um dia para reflexão com o povo a partir da apresentação da pertinência de tal atitude: o fato de o povo sempre lutar contra as adversidades. Dessa forma, o orador convence o seu auditório a lhe ouvir a partir da validade das informações que serão ditas.

Outro aspecto a ser mencionado é o que diz respeito às instâncias do discurso político: *instância política* e *instância cidadã*. Conforme apresentado na seção 2, a primeira diz respeito ao poder exercido pelo governante e ao *saber-fazer*, enquanto a segunda está atrelada à ideia de credibilidade adquirida pelo orador em relação ao seu auditório. Dito isso, observe os exemplos abaixo:

1. “O fundamental é que a verdade prevaleça e que não haja impunidade. Que as CPI apurem, que a Polícia Federal investigue, que o Ministério Público denuncie, e que a Justiça, soberana, julgue”.

2. “Todos sabem que, quando eu assumi a Presidência, o Brasil estava mergulhado em uma profunda crise econômica e social (...). Muitos não acreditavam que eu fosse conseguir (...). Hoje, 32 meses depois, cada um de vocês é testemunha: vencemos a crise econômica, recolocamos o país nos trilhos”.

Tomando por base os trechos acima, podemos perceber que em (6) temos a presença da instância política e em (7) a instância cidadã. Isso se deve ao fato de, no primeiro, Lula apelar para o poder do governo de impedir a impunidade e fazer justiça citando órgãos do governo capazes de realizar tais atividades. Ao utilizar esses argumentos, o orador faz com o que o auditório confie no poder exercido pelo político. Já o segundo exemplo apresenta a instância cidadã, na medida em que, ao se colocar como responsável pela mudança na economia do Brasil, ganha a credibilidade e a confiança do povo. Nesse sentido, essas duas instâncias andam interligadas e têm o objetivo de trazer o auditório para o discurso do orador.

Outro aspecto relevante para análise são os argumentos apontados por Menezes (2007) como decorrentes do descumprimento das regras da boa argumentação. Observe os exemplos abaixo:

1. “Por isso, faço questão de tranquilizar as pessoas de bem e advertir aos mal-intencionados, que as turbulências políticas não vão tirar o governo do seu rumo”.
2. “A dívida social teria desanimado quem não estivesse, como eu, habituado a enfrentar dificuldades. Mas pusemos mãos à obra, implantamos programas sociais inovadores, passamos a enxergar e a cuidar dos pobres deste país”.

Os dois trechos acima representam, respectivamente, o *argumentum ad passiones* e *argumentum ad misericordiam*. No primeiro caso, temos o discurso do orador utilizando palavras como “tranquilizar” a fim de gerar tal efeito patêmico em seu auditório. Dessa forma, o sujeito comunicante apela para as emoções e paixões do seu interlocutor. Já o segundo trecho, por sua vez, exemplifica o segundo caso, no momento em que se coloca como vencedor de uma realidade difícil, em que apela para o carinho e a misericórdia do eleitorado criando um *ethos* baseado na superação.

Os dois trechos abaixo exemplificam o *argumentum ad populum*, pois o orador defende o seu argumento de que o Brasil estava em uma profunda crise econômica em (10) e que o país venceu a crise em (11) com base em uma generalização falaciosa. Isso se deve ao fato de, em ambos os casos, o político trazer para a sua argumentação uma suposta afirmação geral. Observe:

1. “Todos sabem que, quando eu assumi a Presidência, o Brasil estava mergulhado em uma profunda crise econômica e social”.
2. “Hoje, 32 meses depois, cada um de vocês é testemunha: vencemos a crise econômica, relocalamos o país nos trilhos”.

Nesse caso, os sintagmas sublinhados representam o “argumento de autoridade” falacioso e generalizante, pois nem todo o povo brasileiro esteve junto ao candidato ou até mesmo soube da citada crise econômica.

O *argumentum ad baculum*, por sua vez, está presente no trecho abaixo:

1. “Nem eu nem vocês admitiremos qualquer contemporização, nenhum acordo subalterno, doa a quem doer, sejam amigos ou adversários”.

Como mencionado na seção 2, esse tipo de argumento infringe as regras da boa argumentação, pois o sujeito comunicante se baseia na ideia da força, da imposição para convencer o seu auditório. Dessa forma, cria-se um *ethos* de autoridade que não pode ser contestada como podemos perceber quando Lula afirma que irá punir todos que infringirem as leis, “doa a quem doer”.

O último dos argumentos apresentados por Menezes (2007) está presente nos dois exemplos abaixo. Veja:

1. “A economia cresce, a indústria cresce, o comércio cresce, as exportações crescem, o emprego cresce, o salário cresce, cresce a transferência de renda para os pobres, a inflação cai, o custo da cesta básica também cai”.

2. “da mesma forma que soubemos vencer o desafio da crise econômica e estamos vencendo o desafio da dívida social, saberemos superar (...) a crise política também será vencida pelo Congresso, pelo governo e pelo povo brasileiro. Será vencida com a apuração cabal (...)”.

A partir da análise dos trechos acima, retirados do discurso do ex-presidente Lula, é possível perceber que o mesmo faz uso do *argumentum ad nauseam* para infringir a boa argumentação e fazer uso do *pathos* em seu discurso. Como visto anteriormente, esse tipo de argumento tem como base a repetição que visa convencer o auditório da tese a ser defendida e inúmeras vezes mencionada. Podemos perceber a presença desse tipo de argumento nos trechos acima a partir da repetição excessiva do vocábulo “crescer” em (13) e “vencer” em (14).

O estudioso Plantin (2010), como discutido na seção precedente, prevê a utilização de algumas técnicas para gerar a emoção que estão presentes no discurso analisado neste artigo. Vale ressaltar, portanto, que exemplificaremos apenas algumas delas. Observe o exemplo abaixo:

1. “Não é tudo que precisamos, mas já é bastante e tenho orgulho disso”.



A partir do trecho acima, podemos perceber a atuação da *Regra de Exibição dos Afetos*, pois o orador mostra-se afetado para o seu auditório ao expressar seu orgulho diante da nação. Nessa frase também temos outra técnica argumentativa que é a presença do *mas* diante do argumento mais forte. Essa técnica também auxilia no convencimento do auditório, pois aponta como mais relevante o fato de já ter mudado muito coisa e o político ter orgulho dessa mudança.

Agora veja:

1. “Neste dia, 183 anos atrás, começamos a nos tornar uma nação independente, marco histórico de uma luta iniciada bem antes e que continua até hoje”.

O trecho (16) exemplifica a *Regra de Mimese Emocional*, pois cria no imaginário do auditório a imagem da Independência e da luta que o povo ainda mantém para ter a sua liberdade. Ao mencionar o tempo também, o orador ativa a emoção voltada para a vitória e a luta constante.

Juntamente com os instrumentos retóricos do *pathos* apresentados até agora, Plantin (2010) também aborda os princípios de inferência emocional como veremos nos exemplos a seguir.

1. “meus amigos e minhas amigas”.

2. “cada um de vocês é testemunha: vencemos a crise econômica, re colocamos o país nos trilhos. Juntos, governo e povo, fizemos o Brasil voltar a crescer de modo sustentado”.

Em ambos os exemplos e em diversos outros trechos do texto em análise, o orador faz uso excessivo do que Plantin chama de *Princípio de proximidade* e que apresenta uma relação com a noção de *alteridade* de Charaudeau. Segundo esse princípio, o orador toma como foco aquilo que está próximo ao seu auditório, coloca-se na mesma posição que ele, a fim de partilhar do mesmo. Nos exemplos acima, temos a palavra “amigos” para representar a proximidade dos interlocutores, e o uso da primeira pessoa do plural também para demonstrar essa relação entre os sujeitos. Essa técnica é muito utilizada no discurso político, pois o objetivo do candidato é conseguir “ganhar o povo”, trazer o auditório para si e conquistar os votos e, para isso, o sujeito comunicante precisa se colocar como parte do povo.

Outro exemplo desses princípios de inferência emocional presente no texto em questão pode ser verificado no seguinte trecho:

1. “Graças a Deus e a muito trabalho, nosso governo já criou mais de 3 milhões e 200 mil empregos com carteira assinada”.

Como podemos perceber no trecho acima transcrito, o orador fez uso do *princípio da relevância emocional pela enumeração* com o intuito de convencer o seu auditório. Ao enumerar quantos empregos o governo já ofereceu durante o pouco tempo de mandato, o orador tem o objetivo de manter o público ao seu lado e convencê-lo de que a o sujeito argumentante é o melhor para o povo.

O *princípio da avaliação* está presente em inúmeros trechos do discurso analisado por intermédio de adjetivos, advérbios e itens lexicais avaliativos. Observe-se:

1. “Todos sabem que, quando eu assumi a Presidência, o Brasil estava mergulhado em uma profunda crise econômica e social. O quadro era assustador: a economia estagnada, o desemprego crescendo, a inflação disparando e a crise social prestes a explodir. Muitos não acreditavam que eu fosse conseguir”.

2. “Hoje podemos dizer com humildade, mas com o sentimento de dever cumprido: o Brasil está se tornando um país cada vez mais produtivo e solidário”.

3. “O diferencial do um governo é justamente este”.

Em todos os exemplos, o orador expressa uma avaliação diante de seus argumentos a fim de gerar emoções no auditório a partir de suas impressões. Vocábulos como *assustador* e *humildade* fazem com que o público compartilhe de tais sentimentos e esteja junto ao orador em seu discurso.

Assim, além dessas estratégias apresentadas até agora, o discurso selecionado também apresenta outros fatores que merecem destaque, como a criação de um *ethos* humilde, lutador e honesto; um *ethos* emocionado que passa confiança por meio das palavras, além da tópica da simpatia para si e da antipatia perante o outro, como podemos perceber a partir de uma breve observação dos trechos abaixo:

1. “O diferencial do meu governo é justamente este, o de não recuar diante dos obstáculos, por maiores que sejam, e superá-los”.

2. O Brasil está mudando para melhor. E mudará cada vez mais porque foi para isso que viemos, para juntar o econômico com o social, para juntar os números da economia com a qualidade de vida das pessoas”.

Nesse sentido, podemos perceber que o orador se compara ao outro e se coloca como o detentor da mudança, o único capaz de fazer com que o país saia da crise em que se mantinha e da inércia constante do povo e do governo.

### Considerações finais

O presente trabalho teve como objetivo analisar o discurso do ex-presidente da república Luiz Inácio Lula da Silva a fim de verificar de que maneira as emoções eram utilizadas pelo político em questão. Ao longo do artigo, pudemos discutir as questões teóricas acerca do tema, apresentando os diferentes olhares sobre a construção do discurso e aplicar os conceitos no *corpus* selecionado. Sendo assim, de acordo com a análise, pudemos confirmar a nossa hipótese de que Lula faz muito uso das emoções em seu discurso com o intuito de atingir o seu auditório e mantê-los junto a ele durante o seu mandato. Por ter sido um presidente “do povo”, seu grau de adesão era muito grande, principalmente pela linguagem utilizada e pelas prioridades apresentadas ao povo em seu discurso.

Dessa maneira, o trabalho se faz de grande relevância, pois permite que se possa fazer uma análise crítica dos discursos políticos e demonstrar que as questões relacionadas à construção de um discurso vão muito além de uma simples argumentação ou eloquência. A partir desse breve levantamento teórico e da análise preliminar de um discurso com o do ex-presidente Lula, foi possível notar que esse gênero textual deve ser analisado de maneira crítica e observadora, a fim de perceber as reais intenções por trás do discurso e as estratégias utilizadas para atingir o objetivo desejado. Sendo assim, esperamos ter demonstrado a necessidade precípua de se analisar esse gênero textual por meio de um olhar mais crítico e voltado para as questões relacionadas à construção das emoções no discurso.

### Referências bibliográficas:

ARISTÓTELES. *Retórica das paixões*. São Paulo: Martins Fontes, 2000.

BARBISAN, L. B.; GOUVÊA, L. H. M. *et al.*. Perspectivas discursivo-enunciativas de abordagem do texto. In: BENTES, Anna Cristina; LEITE, Marli Quadros (Orgs.). *Linguística de texto e análise da conversação*. São Paulo: Cortez, 2010, p. 171-224.

CHARAUDEAU. A patemização na televisão como estratégia de autenticidade. In: MACHADO, I. L.; MENEZES, W.; MENDES, E. (Orgs.). *As emoções no discurso*, v. II. Campinas, SP: Mercado das Letras, 2010.

\_\_\_\_\_. Pathos e o discurso político. In: MACHADO, I.L., MENEZES, W. E MENDES, E. (Orgs.). *As emoções no discurso*, v. I Rio de Janeiro: Lucerna, 2007.

FLORENCIO, Renata. A. T. *O uso dos modos de organização do discurso como forma de agenciamento das emoções*. In: MACHADO, I.L., MENEZES, W. E MENDES, E. (Orgs.). *As emoções no discurso*, v. II. Campinas, SP: Mercado das Letras, 2010.

GALINARI, M.M. As emoções no processo argumentativo. In: MACHADO, I. L.; MENEZES, W.; MENDES, E. (Orgs.). *As emoções no discurso*, v. I. Rio de Janeiro: Lucerna, 2007.

GOUVÊA, Lúcia Helena Martins. Operadores argumentativos: uma ponte entre a língua e o discurso. In: PAULIUKONIS, M. A. L.; SANTOS, L. W. dos. *Estratégia de leitura: texto e ensino*. Rio de Janeiro: Lucerna, 2006.

MACHADO, I. L. *et al.* (Org.). *As emoções no discurso*, v. I. Rio de Janeiro: Lucerna:2007.

\_\_\_\_\_. *As emoções no discurso*, v. II. Campinas, SP: Mercado das Letras, 2010.

MARI, H.; MENDES, P. H. A. Enunciação e emoção. In: MACHADO, I. L.; MENEZES, W.; MENDES, E. (Orgs.). *As emoções no discurso*, v. I. Rio de Janeiro: Lucerna, 2007.

MENEZES, W.A. Um pouco sobre o discurso político. In: MACHADO, I. L.; MENEZES, W.; MENDES, E. (Orgs.). *As emoções no discurso*, v. I. Rio de Janeiro: Lucerna, 2007.

PLANTIN, Cristian. As razões das emoções. In: MACHADO, I. L.; MENEZES, W.; MENDES, E. (Orgs.). *As emoções no discurso*, v. II. Campinas, SP: Mercado das Letras, 2010.

### **The construction of the emotions in former President Lula's speech**

**Abstract:** This paper aims to determine how the constructions of emotions act in politician speeches and what role these emotions play in the text. We chose this text because of the clear and defined objective, shared by everyone and in every context. In this context, the study is important because it can be used as a preliminary analysis for others politician speeches and

not only the one that we chose. Thus, the politician speech to be worked in this article is of the president Luis Inacio Lula da Silva in a statement on the occasion of the commemoration of September 7, 2005. We decided on this choice because, among all the presidents that have ruled our country, Lula is one that presents the most focused speech on people, on the emotions of the people, for the belief that he is the best representative that Brazilians might have to be "people like us", ie, to be like the majority of the population. The methodology used was based on a reading of the concepts and arguments related to the construction of emotion in politician speech and the analysis of it. We expect it to be able to demonstrate how the pathos acts in a sovereign manner this kind of text today.

**Key words:** Construction of emotions. Speech. Patemic construction.

**Recebido em:** 10 de novembro de 2014.

**Aprovado em:** 05 de dezembro de 2014.