



As artimanhas do *ethos* durante um pronunciamento do presidente Lula

Max Silva da Rocha

Universidade Federal do Piauí (UFPI), Brasil

orcid.org/0000-0002-6333-5532

Deywid Wagner de Melo

Universidade Federal de Alagoas (UFAL), câmpus Arapiraca, Brasil.

orcid.org/0000-0002-9388-1593

João Benvindo de Moura

Universidade Federal do Piauí (UFPI), Brasil

orcid.org/0000-0002-6885-100X

Este trabalho, que se insere nos estudos retórico-discursivos da linguagem, tem como principal objetivo analisar as artimanhas da construção argumentativa de diferentes tipos de *ethé* que foram engendrados por ocasião de um pronunciamento do presidente Lula, durante seu programa eleitoral do segundo turno das eleições de 2022, compreendendo como os *ethé* estão apresentados discursivamente. Para a execução desse objetivo, ancoramos as nossas discussões em autores dos estudos retóricos antigos e modernos e da análise do discurso francesa contemporânea. A base teórica utilizada para a análise é especificamente a Semiolinguística, de Patrick Charaudeau, aplicada ao discurso político, com destaque para a tipologia do *ethos*. Nossa investigação verificou que Lula se utilizou de uma tipologia do *ethos* que almeja despertar a confiança do auditório, ao passo que, a todo instante, desqualificou a imagem de seu adversário, Jair Bolsonaro, candidato à reeleição.

Palavras-chave: Argumentação. Discurso político. Presidente Lula.

La astucia del *ethos* durante un pronunciamiento del presidente Lula

Este trabajo, que se inserta en los estudios retórico-discursivos del lenguaje, tiene como objetivo principal analizar los artificios de construcción argumentativa de diferentes tipos de *ethé* desplegados por el Presidente Lula da Silva durante su programa electoral de la segunda vuelta de las elecciones de 2022. Para llevar adelante este objetivo, inscribimos nuestras discusiones en autores de estudios retóricos antiguos y modernos en el análisis discursivo francés contemporáneo. La base teórica utilizada para el análisis es específicamente la Semiolingüística de Patrick Charaudeau, aplicada al discurso político, con énfasis en la tipología del *ethos*. Nuestra investigación encontró que Lula utilizó una tipología de *ethé* que tiene como objetivo despertar la confianza de la audiencia, mientras que, en todo momento, descalificó la imagen de su oponente, Jair Bolsonaro, candidato a la reelección.

Palabras clave: Argumentación. Discurso político. Presidente Lula.

The craftiness of *ethos* during a pronouncement by president Lula

This paper, which falls within the rhetorical-discursive studies of language, has as its main objective to analyze the artifices of the argumentative construction of different types of *ethé* that were engendered on the occasion of a statement by President Lula, during his electoral program for the second round of the 2022 elections, understanding how the *ethés* are discursively presented. To accomplish this goal, we anchor our discussions in authors from ancient and modern rhetorical studies and contemporary French discourse analysis. The theoretical basis used for the analysis is specifically Semiolinguistics, by Patrick Charaudeau, applied to political discourse, with an emphasis on the typology of *ethos*. Our investigation found that Lula used a typology of *ethos* that aims to arouse the confidence of the audience, while, at all times, he disqualified the image of his opponent, Jair Bolsonaro, candidate for reelection.

Keywords: Argumentation. Political discourse. President Lula.

Considerações iniciais

Nos últimos quatro anos, vivemos no Brasil uma intensa polarização social instalada em virtude de questões conflitantes da esfera política, sobretudo, a expressiva rivalidade entre dois segmentos amplamente antagônicos de nossa sociedade: os seguidores das ideias da esquerda e os defensores das ideias da extrema direita. Como principal representante da primeira, temos o ex-metalúrgico nordestino, Luís Inácio Lula da Silva; o principal expoente da segunda é o militar reformado do exército, Jair Messias Bolsonaro. Ambos os políticos, por meio dos seus discursos eloquentes e inflamados, conseguiram, de forma arguciosa, convencer e persuadir milhões de pessoas.

Os embates travados entre as ideologias de esquerda e de extrema direita são históricos e, no Brasil, essa problemática teve seu ápice quando a presidenta Dilma Rousseff foi retirada do poder através do processo de impedimento, realizado em 2016, no congresso nacional brasileiro, acusada de um possível crime de responsabilidade fiscal, materializando-se em um golpe político (MORAIS, 2019). Também, a prisão de Lula, condenado por um juiz considerado parcial, foi o estopim para aumentar essa polarização. De lá para cá, vemos que a direita e a extrema direita, quando assumiram o poder a partir do presidente Michel Temer (apesar de ser um político de partido de centro), ainda em 2016, impetraram ações que versaram sobre armamento, alteração da reforma da previdência, em desfavor do povo trabalhador, principalmente das mulheres, maior devastação da floresta amazônica, redução de demarcações de terras indígenas e quilombolas, cortes de verbas para a saúde e educação, aumento do preço dos combustíveis e da inflação, violência verbal contra a diversidade religiosa, de gênero e de orientação sexual, entre tantas outras, tornaram o Brasil um pária mundial.

Vários segmentos se identificaram com os discursos de Jair Bolsonaro, a exemplo dos militares, dos evangélicos, dos empresários (pequenos e grandes), da elite econômica, até pessoas de baixa renda, entre outros, razão por que esse político foi eleito em 2018 e tentou a sua reeleição em 2022. No entanto, cansado da exclusão do Brasil no âmbito internacional, dos reiterados discursos de ódio, dos incessantes ataques contra a democracia e as urnas, das inverdades contra o Supremo Tribunal Federal, seus ministros e ministras, especialmente, Luís Roberto Barroso e Alexandre de Moraes, além de outras falácias perpetradas pelo intitulado capitão, o povo brasileiro resolveu, de forma democrática, por meio do voto popular nas urnas eletrônicas, encerrar o mandato de Jair Bolsonaro e recolocar no poder, pela terceira vez em 20 anos, Lula da Silva, como presidente do Brasil, iniciando a sua gestão em primeiro de janeiro de 2023, com uma frente ampla partidária.

Partindo dessas ideias iniciais a fim de contextualizar nossa problemática em estudo, o nosso trabalho objetiva analisar as artimanhas da construção argumentativa de diferentes tipos

de *ethé* que foram engendrados por ocasião de um pronunciamento do presidente Lula, durante seu programa eleitoral do segundo turno das eleições de 2022, compreendendo como os *ethé* estão apresentados discursivamente. De modo mais específico, pretendemos verificar quais são os possíveis efeitos de sentido que a construção da imagem de si (*ethos*) suscitada por Lula pode despertar no auditório visado por este orador. A partir desses objetivos assim delineados, acreditamos que será possível uma análise mais abalizada da organização argumentativa construída discursivamente pelo recém-eleito presidente Luís Inácio Lula da Silva.

O nosso objeto de estudo constitui-se de um pronunciamento da esfera política. De acordo com o profícuo estudo doutoral realizado por Moraes (2019, p. 75), “enquanto gêneros discursivos, os Pronunciamentos ocupam lugares específicos, pois estão agrupados na tipologia do argumentar, dadas as especificidades discursivas onde ocorrem”. O pronunciamento em tela ocorreu durante a propaganda eleitoral do Partido dos Trabalhadores (PT), em 12/10/2022, no segundo turno das eleições presidenciais. O vídeo contendo o pronunciamento foi veiculado no canal do presidente Lula no *YouTube* e em outros meios digitais, a exemplo do *Instagram* e do *Facebook*.

Para este estudo, selecionamos apenas o momento em que Lula fala ao povo brasileiro, haja vista que, na propaganda eleitoral, existem outros trechos que abordam entrevistas, depoimentos, os quais não serão aqui analisados. Desse modo, partiremos, inicialmente, de uma teorização sobre o discurso político e, após isso, abordaremos as razões teóricas sobre o *ethos*. Por fim, realizaremos as nossas análises com base na teoria estudada.

1. As faces do discurso político

Em nossa investigação, tomaremos as contribuições do linguista francês Patrick Charaudeau, sobre as características do discurso político. Isso se justifica porque esse autor, que é pai da Teoria Semiolinguística de Análise do Discurso, tem uma importante obra intitulada “Discurso político”, na qual apresenta toda a arquitetura desse tipo de discurso. De forma eficaz, o autor, já no prólogo de sua obra, define o discurso político da seguinte maneira:

O discurso político é, por excelência, o lugar de um jogo de máscaras. Toda palavra pronunciada no campo político deve ser tomada ao mesmo tempo pelo que ela diz e não diz. Jamais deve ser tomada ao pé da letra, numa transparência ingênua, mas como resultado de uma estratégia cujo enunciador nem sempre é soberano (CHARAUDEAU, 2018, p. 8).

Como podemos perceber, o discurso político, assim como a própria língua, não é transparente. O referido teórico postula que o ato de linguagem necessita, obrigatoriamente, ser interpretado pelos sujeitos que nele se inserem, quais sejam: o comunicante e o interpretante. No pronunciamento que iremos analisar mais adiante, o presidente Lula ocupa esse lugar de sujeito comunicante e todas as pessoas que tiveram acesso ao pronunciamento

constituem, de forma compósita, o sujeito interpretante. Nesse jogo linguageiro, teremos as tentativas de convencimento e persuasão, sobretudo, de pessoas que ainda estavam indecisas quanto ao voto em algum candidato. Certamente, o discurso de Lula, a partir de diferentes imagens de si, interpelou o seu auditório presumido.

Charaudeau (2018) nos revela que o discurso político precisa ser considerado como um fato social, haja vista que não existe política sem discurso. Assim sendo, é a linguagem que motiva a ação política, além de orientá-la e lhe conferir sentido. Para o autor, “não é, portanto, o discurso que é político, mas a situação de comunicação que assim o torna. Não é o conteúdo do discurso que assim o faz, mas é a situação que o politiza” (CHARAUDEAU, 2018, p. 40). Em outros termos, é a cena da enunciação da qual fala Maingueneau (2008) que é a responsável por formatar o tipo de discurso utilizado pelo orador.

No discurso político, conforme Charaudeau (2018), encontramos algumas instâncias distintas, mas que, em certa medida, estão relacionadas. São elas: instância política, instância adversária, instância cidadã e instância midiática. Para um entendimento mais consistente, iremos abordar, de forma breve, cada uma delas, observando as suas definições e caracterizações.

Na instância política, temos o lugar em que os sujeitos têm o poder de fazer, de realizar ações, tomar decisões, propor, conclamar, criticar, justificar, é o lugar da governança por excelência. Na instância adversária, temos os atores da oposição que tentam chegar ao poder. Para isso, lançam críticas ao poder vigente, ancorados em uma parcela da opinião cidadã. Na instância cidadã, a opinião é construída fora do governo. O discurso dessa instância objetiva essencialmente interpelar o poder vigente sobre programas, propostas, ações. Na instância midiática, também vemos que ela se encontra fora da governança. Discursos por meio de cartazes, panfletos, veículos de informação, são divulgados a fim de unir a instância política à cidadã.

Em se tratando das informações do pronunciamento selecionado para este trabalho, compreendemos que o discurso de Lula pertence à instância adversária, uma vez que Jair Bolsonaro era o presidente do Brasil em 2022, ocupando a instância política. Como adversário, Lula estava tentando chegar ao poder pela terceira vez e usou todos os recursos possíveis, legais e estratégicos para isso, a exemplo das instâncias midiática e cidadã. Por meio das instâncias adversária, cidadã e midiática, atuando de forma conjunta, o líder do PT foi eleito com a maioria dos votos, obtendo o equivalente a 50,90% dos votos válidos.

A questão da legitimidade é outra característica imprescindível ao discurso político. Todo ser de palavra, explica Charaudeau (2018), ocupa uma dupla função: ele possui uma identidade social e outra discursiva. Uma depende da outra durante a encenação do ato de linguagem. O

político projeta a sua legitimidade por meio de sua identidade social. Ela pode ser adquirida por meios democráticos, mas também a força, como é o caso das ditaduras, dos golpes de Estado. Para se ter legitimidade, é preciso que um grupo reconheça um sujeito como detentor do valor que é aceito por todos desse grupo.

A legitimidade é instituída em sua origem para justificar os feitos e os gestos daquele que age em nome de um valor que deve ser reconhecido por todos os membros de um grupo. Ela depende, portanto, das normas institucionais que regem cada domínio de prática social, atribuindo status e poderes a seus atores (CHARAUDEAU, 2018, p. 65).

No caso do pronunciamento que vimos discorrendo, assumimos que o presidente Lula possui legitimidade, uma vez que representa um dos maiores nomes das lideranças dos partidos políticos de esquerda da América Latina, já foi presidente do Brasil por dois mandatos, liderou as pesquisas eleitorais, teve todas as condenações anuladas, ganhou vários processos que buscavam incriminá-lo, ou seja, Lula não é qualquer político, mas um grande líder que consegue, de maneira habilidosa, angariar um número cada vez maior de seguidores, especialmente, dos partidos de esquerda. Existem outros motivos que outorgam a legitimidade desse político nordestino, mas acreditamos que esses sejam suficientes para atestar que Lula é um político que desperta legitimidade para enunciar diante de milhões de pessoas como faz comumente durante os seus atos políticos em público ou em locais privados.

2. A argumentação numa linha retórico-discursiva

Para Mateus (2018), a argumentação é um âmbito do conhecimento que teve suas origens na Grécia Antiga, iniciando com a sabedoria eloquente dos mestres sofistas, a exemplo de Górgias Leontinos. Aristóteles (2011), por sua vez, trata a argumentação e a retórica como termos permutáveis com a mesma significação. Para esse mestre grego, “pode-se definir a retórica como a faculdade de observar, em cada caso, o que este encerra de propósito para criar a persuasão. Nenhuma outra arte possui tal função” (ARISTÓTELES, 2011, p. 44). Nesse sentido, a argumentação é um meio de tornar o discurso uma atividade linguageira, persuasiva, que visa conquistar a adesão do auditório.

Os autores que resgataram a retórica, nomeando-a de nova retórica, Perelman e Olbrechts-Tyteca (2014, p. 4, grifos dos autores), definiram a argumentação dessa maneira: “Com efeito, o objeto dessa teoria é o estudo das técnicas discursivas que permitem *provocar ou aumentar a adesão dos espíritos às teses que se lhes apresentam ao assentimento*”. Nessa definição, observamos que esses autores creditam ao *logos* um maior destaque, haja vista que essas técnicas se referem justamente aos tipos de argumentos que o orador utiliza para tornar o discurso potencialmente persuasivo.

Charaudeau (2019) defende, na obra “Linguagem e discurso”, que a argumentação é uma atividade discursiva e o sujeito que argumenta participa de duas buscas: uma de racionalidade, que tende a um ideal de verdade sobre as explicações de fenômenos do mundo; outra de influência, que visa um ideal de persuasão, ou seja, consiste em compartilhar com o interlocutor um universo de discurso, para que o interpretante tenha as mesmas propostas. Esse autor comunga das ideias aristotélicas e perelmanianas, mas vai um pouco mais além, com novas terminologias e com sua perspectiva semiolinguística. Mesmo assim, podemos dizer que esses autores estão em permanente diálogo.

Amossy (2020), no livro “A argumentação no discurso”, é a principal autora que propõe a inserção da argumentação no quadro teórico-metodológico da análise do discurso francesa mais contemporânea. Essa autora faz uma releitura das célebres obras de Aristóteles (2011) e de Perelman e Olbrechts-Tyteca (2014), ampliando a definição de argumentação e apresentando outros conceitos. A nova definição tem a seguinte proposta:

Daqui em diante, toma-se como objeto a ‘argumentação’ com a seguinte definição: os meios verbais que uma instância de locução utiliza para agir sobre seus alocutários, tentando fazê-los aderir a uma tese, modificar ou reforçar as representações e as opiniões que ela lhes oferece, ou simplesmente orientar suas maneiras de ver, ou de suscitar um questionamento sobre um dado problema (AMOSSY, 2020, p. 47).

É nessa definição que encontramos uma maior ampliação para esse conceito tão importante. Com isso, a argumentação não visa apenas persuadir a todo custo como se pensava estritamente nas retóricas. Conforme vemos na citação, o objetivo da argumentação também é modificar as opiniões ou mesmo orientar as maneiras de ver os fenômenos do mundo. É desse entendimento que se desenham as duas posições imprescindíveis na teorização da referida pesquisadora: a visada argumentativa e a dimensão argumentativa.

A visada argumentativa é uma atividade que atua de modo a persuadir o auditório a todo custo. Trata-se aqui de uma empreitada interpelativa com o objetivo de conquistar a adesão do outro. Alguns gêneros discursivos são muito comuns nessa perspectiva, a exemplo do sermão na igreja, do editorial, da acusação e da defesa em tribunal de júri, dos pronunciamentos políticos, das propagandas radiofônicas, das manchetes de jornais, entre outros.

A dimensão argumentativa não se encontra nessa perspectiva de levar o auditório à persuasão custe o que custar. Ao invés disso, ela se preocupa em demonstrar uma dimensão dos fenômenos do mundo e evita a busca pela prova como forma de convencimento. Alguns gêneros são bastante comuns nessa dimensão da argumentação como, por exemplo, uma descrição jornalística ou romanesca, o artigo científico, as conversas do dia a dia, entre outros.

No pronunciamento do presidente Lula, verificaremos que existe uma visada argumentativa de forma bem acentuada, e menos recorrente a dimensão argumentativa, pois a

todo instante esse líder da esquerda brasileira almeja obter o voto do eleitor indeciso, ao passo que argumenta contra a imagem do seu adversário na campanha, a fim de desqualificá-lo. Por isso, as asserções lançadas no pronunciamento como ato de linguagem estão assentadas, predominantemente, em visadas argumentativas que buscam conquistar a adesão do auditório visado pelo orador.

3. O *ethos* como estratégia argumentativa

Ao abordar aqui a categoria do *ethos*, é preciso fazer um retorno longínquo no tempo, pois as contribuições aristotélicas são as primícias do que compreendemos sobre essa prova argumentativa e discursiva. É imprescindível fazer essa diacronia, uma vez que os mestres gregos têm sempre algo a nos dizer sobre os estudos discursivos da linguagem. O filósofo grego Aristóteles foi o responsável por sistematizar os estudos retóricos e, no seio dessa organização, temos o *ethos*, entendido como um dos meios pelos quais é possível ao orador utilizar para obter a adesão de outrem ao seu discurso.

Para o mestre estagirita, existem pelos menos três tipos de meios de se obter a persuasão: *ethos*, *pathos* e *logos*. “O primeiro depende do caráter pessoal do orador; o segundo, de levar o auditório a uma certa disposição de espíritos; e o terceiro, do próprio discurso no que diz respeito ao que demonstra ou parece demonstrar” (ARISTÓTELES, 2011, p. 45). Embora a tríade seja demasiadamente importante, centraremos nossas discussões no *ethos*, pois a nossa análise está fundamentada na construção da imagem de si. Todavia, assumimos que esses três elementos atuam de forma conjunta no discurso.

A retórica aristotélica ligou estritamente o *ethos* à eloquência e à oralidade, principalmente no tocante à fala pública em tribunais, assembleias, praças públicas, entre outros diferentes espaços sociais. Mesmo assim, compreendemos que, com os estudos contemporâneos na linha retórico-discursiva, o *ethos* não se restringe apenas à oralidade, mas também a outras modalidades, alargando-se, permeando textos orais, escritos, imagéticos, entre outros, suscitando, também, uma retórica midiática, conforme propõe Mateus (2018). Neste trabalho, o texto oral será o portador da análise sobre o *ethos* como elemento de prova no discurso político via pronunciamento.

Aristóteles (2011) diz que a persuasão é obtida graças ao caráter pessoal do orador, no momento em que o discurso é proferido de modo que transmita para o auditório a ideia de que o orador é alguém digno de confiança. Assim, a persuasão, nestes termos aristotélicos, é suscitada mediante a imagem que o orador constrói de si no momento da argumentação. “Para os gregos, o *éthos* é a imagem de si, o caráter, a personalidade, os traços de comportamento, a escolha de vida e dos fins (daí a palavra ética)” (MEYER, 2007, p. 34).

De acordo com as teorizações realizadas por Maingueneau (2008), a persuasão não é suscitada se o auditório não puder ver no orador um homem que tem o mesmo *ethos* que ele. Em razão disso, o ato de persuadir consistirá em fazer passar pelo discurso um *ethos* que seja característico do auditório, com o objetivo de dar a impressão de que é um dos seus que ali está. O auditório, no momento do ato discursivo retórico, procura agir para analisar se o discurso do orador é digno de credibilidade e se é possível crer no que é dito.

Conforme Ferreira (2015, p. 21), um discurso retórico não pode prescindir de um auditório específico que, estrategicamente, concentra toda a atividade do orador. Nesse sentido, entendemos que “as representações de mundo, a autoridade institucional angariada e a imagem de si projetada na construção discursiva contribuem para a consolidação do *ethos* do orador. O ato retórico, porém, é quem o consolida”. Sem discurso retórico, os ingredientes da ação persuasiva não conseguem atuar de forma plena na argumentação.

Para que o orador do discurso argumentativo transmita confiança e projete uma imagem positiva de si mesmo, é preciso, segundo Aristóteles (2011), valer-se de três qualidades que inspiram confiança ao auditório: a *phrónesis*, ou prudência, a *areté*, ou virtude, e a *eúnoia*, ou benevolência.

A confiança suscitada pela disposição do orador provém de três causas, as quais nos induzem a crer em uma coisa independentemente de qualquer demonstração: a prudência, a virtude e a benevolência. Afirmar falsas e maus conselhos devem-se à falta de uma ou mais dessas três qualidades. Oradores formam opiniões carentes de veracidade dada a falta de prudência; ou formam opiniões verdadeiras, mas devido à sua falha moral, não dizem o que realmente pensam e que lhes parece bom; ou, finalmente, embora prudentes e honestos, falta-lhes benevolência, esta má disposição para com os ouvintes podendo levá-los a não recomendar o que sabem ser o melhor curso de ação a ser adotado. Não existem outras causas senão essas (ARISTÓTELES, 2011, p. 122).

Diante do que apresentou o discípulo de Platão, depreendemos que a eficácia do *ethos* depende desses três elementos (*phrónesis*, *areté* e *eúnoia*), os quais despertam confiança. O orador se vê revestido de certas características que tornam o discurso aceito ou não pelo auditório. O *ethos* difere dos atributos reais do orador, pois adquire elementos exteriores para moldar o persuasor e assim criar uma imagem positiva. Às vezes, o orador, com vistas a conquistar a adesão do auditório, poderá mostrar no discurso um *ethos* falso ou mentiroso a fim de lograr êxito em seu empreendimento argumentativo diante dos interpretantes. De acordo com o que preleciona Charaudeau (2022, p. 98), ocupando uma função de manipulador, o orador deve agir de modo que “o receptor não suspeite que ele está tentando enganá-lo. Ele deve, portanto, dotar-se dos meios discursivos para parecer crível e convincente, jogando com simulacros e efeitos emocionais com a utilização de grandes encenações”

No seio da análise do discurso francesa contemporânea, alguns autores como Amossy (2019), Maingueneau (2008) e Charaudeau (2018) recorrem à noção de *ethos* originada nos estudos aristotélicos. Entretanto, esses autores acrescentam novas facetas a essa importante categoria retórica. Para Amossy (2019, p. 9), “todo ato de tomar a palavra implica a construção de uma imagem de si. Para tanto, não é necessário que o locutor faça seu autorretrato, detalhe suas qualidades nem mesmo que fale explicitamente de si”. Influenciada de forma substancial pela retórica, essa autora nos mostra que a construção da imagem de si surge por meio de interações entre orador e auditório. Todavia, ela também fala de um *ethos* prévio, ou seja, o auditório possui em sua memória certas imagens prévias, antes mesmo que o orador tome a palavra.

Em Maingueneau (2008), encontramos um estudo eficaz sobre a questão do *ethos*. Esse pesquisador francês é o responsável por dar continuidade ao estudo dessa prova retórica, inserindo-a no quadro da análise do discurso. Para ele, a) o *ethos* é uma noção discursiva, construída através do discurso, não é uma imagem do locutor exterior a sua fala; b) é um processo interativo de influência sobre o outro; c) é um comportamento socialmente avaliado, que não pode ser apreendido fora de uma situação de comunicação precisa, integrada ela mesma numa determinada conjuntura sócio-histórica. Verificamos aqui que a noção de *ethos* progride e não se restringe apenas ao momento exato do discurso do orador, mas é algo exterior que implica um comportamento prévio.

Charaudeau (2018) dedica um capítulo inteiro de sua obra para falar sobre as imagens dos atores políticos. Como era de se esperar, esse pesquisador inicia falando da noção de *ethos* oriunda da retórica aristotélica, mas também avança em algumas questões. Define essa categoria do seguinte modo:

De fato, o *ethos*, enquanto imagem que se liga àquele que fala, não é uma propriedade exclusiva dele; ele é antes de tudo a imagem de que se transveste o interlocutor a partir daquilo que diz. 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, para construir a imagem do sujeito que fala, esse outro se apoia 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, 2018, p. 115, grifos do autor).

O propositor da Semiologia advoga que o *ethos* aparece mediante o olhar do outro, do auditório, e é esse olhar que irá formular as possíveis construções da imagem de si via discurso. O que o orador é e o que ele diz são aspectos basilares que culminarão positiva ou negativamente durante o empreendimento argumentativo. Ademais, Charaudeau (2018) afirma que as identidades discursiva e social fusionam-se no *ethos*. No entanto, os diferentes imaginários sociodiscursivos são os responsáveis por permitir essa junção. A identidade do

sujeito comunicante passa, inevitavelmente, pelo crivo das representações sociais que circulam em determinados grupos sociais.

Na obra “Discurso político”, Charaudeau (2018) estabelece uma tipologia específica para o estudo do *ethos*. Ele coloca a problemática sobre o *ethos* dos atores políticos em dois blocos: os *ethé* de credibilidade e os *ethé* de identificação. Os primeiros estão assentados no discurso da razão, apontando os meios possíveis de se obter as seguintes imagens: sério, virtude, competência, as quais buscam despertar a confiança do auditório. Os segundos estão voltados a uma relação passional, afetiva, razão por que temos as seguintes imagens: potência, caráter, inteligência, humanidade, chefe e solidariedade. Cada tipologia dos dois blocos apresenta ramificações, mas não iremos perscrutá-las aqui em virtude da extensão deste trabalho.

Importa, em nossas análises, verificar a construção argumentativa de diferentes tipos de *ethé* que foram engendrados por ocasião de um pronunciamento do presidente Lula como vimos postulando. Notadamente, Lula se dirigiu aos seus convertidos como forma de manter e ampliar a adesão, mas também e, principalmente, para o terceiro, ou seja, aquelas pessoas que se encontravam indecisas em quem votar no segundo turno. Eleitores de Ciro Gomes, Simone Tebet, de outros candidatos, migrariam para Lula ou Bolsonaro, por isso a importância de persuadir esses votos que estavam nas prateleiras do mercado político eleitoral brasileiro.

4. A construção argumentativa do pronunciamento de Lula

A base teórica utilizada para a nossa análise a seguir é especificamente a Semiologia, de Patrick Charaudeau, aplicada ao discurso político, com destaque para a tipologia do *ethos*. Tal escolha se deu porque a referida teoria charaudiana fornece mecanismos eficazes que possibilitam um estudo pormenorizado de estratégias discursivas encenadas por sujeitos que utilizam o discurso como forma de agir sobre o outro, almejando persuadi-lo, sobretudo, em se tratando de atos de linguagem pertencentes ao discurso político.

Este trabalho caracteriza-se, metodologicamente, por uma abordagem qualitativa, uma vez que está fundamentado numa perspectiva retórico-discursiva, marcado, assim, como uma pesquisa de natureza básica, com fontes de informação primária e com objetivos descritivos, explicativos e interpretativos (PAIVA, 2019). Tem como *corpus* desta pesquisa um pronunciamento, retirado da plataforma YouTube, do orador Luís Inácio Lula da Silva.

O pronunciamento do presidente Lula ocorreu em 12/10/2022, inserido em sua propaganda eleitoral em televisão aberta e em outras mídias. A fala de Lula teve como objetivo agradecer a vitória do primeiro turno das eleições, convocar as pessoas para votarem novamente no segundo turno, desqualificar o adversário Bolsonaro, exaltar as conquistas de seus governos anteriores, prometer que o Brasil será novamente um país melhor para se viver.

Figura 1 – Captura da tela do pronunciamento de Lula em 12/10/2022.



Fonte: Canal Lula no YouTube.

Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=K1qw_rvALSw&t=142s&ab_channel=Lula

O pronunciamento em destaque não visa persuadir o então presidente Bolsonaro que foi o adversário principal, tampouco a massa solidificada que acompanha o militar reformado, mas sim a opinião pública, sobretudo, os eleitores indecisos que não votariam em hipótese alguma na reeleição bolsonarista. No exórdio de seu pronunciamento, o ex-metalúrgico assevera:

Meus amigos e minhas amigas agradeço a Deus e a cada um de vocês por essa grande vitória no primeiro turno. Vencemos com a maior votação da história e tenho certeza de que vamos vencer também o segundo turno para construirmos juntos um tempo de paz, democracia e prosperidade.

Por meio de uma modalidade alocutiva¹, ou seja, buscando diminuir as distâncias e negociar aproximações com o seu auditório, o orador Lula se utiliza de uma asserção afetiva de linha patêmica, uma vez que nomeia e qualifica o seu auditório de “meus amigos e minhas amigas”. Ora, essa introdução não é aleatória, ao contrário, ela mostra as escolhas lexicais que, em nosso universo ocidental dóxico, significam valores e crenças em torno da amizade, que é agrupada como uma das paixões retóricas eleitas por Aristóteles (2011, p. 136), ao enunciar: “A amizade apresenta diversas formas, a saber, a camaradagem, a familiaridade, a afinidade e outras”. Nesse sentido, já em termos de *ethos*, podemos notar que Lula formula uma imagem de si como alguém que é amigo, companheiro, camarada dos seus seguidores.

Em seguida, ainda no mesmo trecho, verificamos o agradecimento em virtude da vitória do primeiro turno das eleições: “agradeço a Deus e a cada um de vocês por essa grande vitória no

¹ Nessa modalidade, “o sujeito falante enuncia sua posição em relação ao interlocutor no momento em que, com o seu dizer, o implica e lhe impõe um comportamento. Assim, o locutor age sobre o interlocutor (ponto de vista acional)” (CHARAUDEAU, 2019, p. 82)

primeiro turno”. O orador apresenta, por meio desse ato de fala, a construção de um *ethos* de gratidão, haja vista que agradece ao povo brasileiro a votação expressiva que alcançou no primeiro tempo do jogo político de 2022. Como Lula também agradeceu a Deus em primeiro lugar, compreendemos que esse ato pode despertar o *ethos* de religiosidade, já que evoca o nome de Deus durante o agradecimento público. Por muitas vezes, Lula foi acusado² de ser contra a religião cristã, talvez esse uso lexical sirva como meio de mostrar aos cristãos brasileiros que esse político acredita em Deus, também é cristão, criando, também, uma identificação com esse público/auditório cristão.

Por meio de razões numéricas, oriundas do argumento da quantidade, o orador expressa o valor simbólico de sua vitória na primeira etapa: “Vencemos com a maior votação da história”. Novamente, a modalidade alocutiva é utilizada, a fim de ratificar que não foi Lula nem o PT sozinhos que venceram, mas o povo brasileiro, por isso existe aí um “nós” inclusivo que denota, também, a frente ampla partidária e democrática que apoiou o candidato da esquerda. Com essa asserção, Lula engendra um *ethos* de vitorioso, uma vez que venceu o primeiro turno e obteve a maior votação da história das eleições presidenciais.

No último trecho desse primeiro ato de linguagem, o orador alterna a modalidade enunciativa e recorre à modalidade elocutiva³, posicionando-se em primeira pessoa do singular: “tenho certeza de que vamos vencer também o segundo turno para construirmos juntos um tempo de paz, democracia e prosperidade”. O orador forja um *ethos* de guia-supremo, pois assevera que irá vencer as eleições, apresentando um ideário como se fosse uma espécie de vidência do futuro. Além disso, Lula demonstra um *ethos* de humanidade, visto que pretende dar ao povo um Brasil pacífico, democrático e próspero, mas essa construção será conjunta, isto é, em sintonia com o próprio povo.

Mais adiante, na narração/confirmação do segundo ato de linguagem, o presidente Lula resolve desqualificar o adversário Jair Bolsonaro, apresentando em sequência quais foram os malefícios do governo bolsonarista.

O atual presidente foi um desastre na economia, debochou da pandemia, trouxe a fome de volta e hoje milhões de famílias estão endividadadas. Você sabe que quando eu governei esse país, a vida das famílias melhorou, o país cresceu e chegamos a ser a sexta economia do mundo.

Iniciando com a modalidade delocutiva⁴ em que se apagam os sujeitos, vemos aqui que o orador Lula faz o que Charaudeau (2020), na obra “A conquista da opinião pública”, chama de

² Para desmitificar essa ideia, Lula escreveu uma carta aos evangélicos. Disponível em: <https://www.poder360.com.br/eleicoes/em-carta-aos-evangelicos-lula-defende-liberdade-de-culto/>. Acesso em: 10 de jan. 2023.

³ “A enunciação elocutiva é expressa com a ajuda dos pronomes pessoais de primeira pessoa acompanhados de verbos modais, de advérbios e de qualificativos que revelam a implicação do orador e descrevem seu ponto de vista pessoal” (CHARAUDEAU, 2018, p. 174).

⁴ “A enunciação delocutiva apresenta o que é dito como se a palavra dada não fosse da responsabilidade de nenhum dos interlocutores presentes e dependesse apenas do ponto de vista de uma voz terceira, voz da verdade” (CHARAUDEAU, 2018, p. 178).

denúncia do mal, ao passo que após produzir um discurso polêmico, Lula almeja reparar esse mal efetivado pelo governo Bolsonaro. Nesse trecho, o orador apresenta imagens negativas do seu principal adversário político, mostrando que Bolsonaro foi desastroso, debochado e incompetente na presidência do Brasil. Por meio do argumento de quantidade, o orador revela que “milhões de pessoas estão endividadas”, com a forma de governo impetrada pelo intitulado capitão e por seu ministro da economia, Paulo Guedes, desfavorecendo, como de costume, os mais necessitados.

Constatamos que, por meio do lugar retórico da ordem, Lula encadeia em uma sequência lógica as possíveis atrocidades cometidas por Bolsonaro: primeiro, foi um desastre econômico; segundo, foi debochado com as vítimas da COVID-19; terceiro, fez com que o Brasil voltasse ao mapa da fome; quarto, conseguiu fazer com que dezenas de milhões de pessoas ficassem endividadas, em consequência, por exemplo, do famigerado empréstimo consignado, comprometendo 40% do bolsa família da classe pobre nas vésperas das eleições do ano passado. Esses problemas⁵ gerados pelo governo bolsonarista foram evocados por Lula como forma de esse orador mostrar ao seu auditório o que fará para recuperar o Brasil que, como vemos, se encontra em ruínas.

O *ethos* de caráter, a partir das figuras de polêmica e provocação teorizadas por Charaudeau (2018), aponta que o orador em tela centraliza sua argumentação no ataque pessoal ao seu adversário, buscando fragilizá-lo diante da grande opinião pública. Ao final desse segundo ato de linguagem, Lula recorre novamente à modalidade alocutiva e se dirige ao eleitor, a fim de relembrar as possíveis benesses de seu primeiro e segundo governos populares: “Você sabe que quando eu governei esse país, a vida das famílias melhorou, o país cresceu e chegamos a ser a sexta economia do mundo”.

Percebemos que Lula retoma a modalidade elocutiva, assumindo a asserção do ato de linguagem; e se dirige ao eleitor, por meio da modalidade alocutiva, fazendo um cotejo entre ambas as modalidades para ratificar a sua gestão enquanto presidente do Brasil de 2003 a 2011. O orador recorre ao argumento de quantidade, para dizer que o país chegou a ser a “sexta economia do mundo” e, desse modo, atestar o êxito de seus governos passados.

O *ethos* de competente é formulado nesse ato de linguagem, uma vez que Lula demonstra saber governar e colocar o Brasil entre as primeiras economias do planeta. Também o *ethos* de inteligente, ou seja, alguém que realmente conhece, sabe governar e entende como gerir a administração pública de uma grande nação. Por fim, também notamos a presença dos *ethé* de solidariedade e de virtude, pois “a vida das famílias melhorou”, razão por que se trata de um

⁵ Acerca do modo de governo de Jair Bolsonaro, é possível encontrar mais informações disponíveis em: <https://paranaportal.uol.com.br/opiniao/saude-educacao-e-economia-as-desastrosas-herancas-que-bolsonaro-vai-nos-deixar>. Acesso em: 12 dez. 2022.

político que se preocupa em cuidar das famílias, sobretudo, aquelas que estão inscritas na linha do cadastro único social. O lugar retórico de pessoa é evocado, haja vista a preocupação com a vida em detrimento das coisas materiais.

No terceiro ato de linguagem, pertencente à narração/confirmação, o presidente Lula faz algumas promessas caso vença as eleições de 2022. Promete que o Brasil terá empregos, aumento do salário mínimo, renegociação das dívidas do povo, entre outras promessas.

Mas eu quero falar do futuro, sobre o que será o Brasil nos próximos quatro anos. Garanto a você vamos voltar a gerar empregos, fortalecer o salário mínimo e renegociar a dívida das famílias. Vamos também investir no pequeno e médio produtor rural, apoiar o empreendedorismo, proteger o nosso meio ambiente. Vamos tirar esse país de novo do mapa da fome.

O orador inicia essa encenação com a modalidade elocutiva, traçando as possíveis metas que ele deseja para o Brasil após ganhar as eleições. Como primeira promessa, Lula afirma: “Garanto a você vamos voltar a gerar empregos, fortalecer o salário mínimo e renegociar a dívida das famílias”. Por meio da elocução e alocução, o orador engendra um *ethos* de guia-supremo, uma vez que Lula assevera que irá recuperar o Brasil, devolver ao povo os empregos, o fortalecimento do salário mínimo e a dignidade, por meio da renegociação das dívidas, transmitindo uma ideia de que já sabe o futuro da nação, isto é, ele seria eleito e o seu governo iria privilegiar os mais pobres e necessitados.

Aliás, esse último ponto também foi uma promessa de campanha do candidato Ciro Gomes, quando afirmava: “Vou tirar o seu nome do SPC”. Talvez, Lula tenha incorporado essa promessa com o objetivo de arrebatando os votos dos eleitores do pedetista que teve seu pior⁶ desempenho em campanhas presidenciais. Com essas promessas do orador, podemos vislumbrar, também, na possibilidade do *ethos* de patriota, uma vez que Lula demonstra ser um político muito preocupado com o país onde vive e com o seu povo que, mesmo estando preso em Curitiba/PR, não largou o discipulado ideológico de esquerda.

Por meio de uma linguagem inclusiva a partir da modalidade alocutiva, o orador se dirige ao seu auditório, enfatizando: “Vamos também investir no pequeno e médio produtor rural, apoiar o empreendedorismo, proteger o nosso meio ambiente”. Com essas asserções, o orador mostra de que maneira pretende recuperar a economia e retirar o Brasil mais uma vez do mapa da fome e da fila do osso. Assim, entendemos que o *ethos* de líder/chefe popular é suscitado discursivamente, uma vez que Lula promete investimentos em áreas estratégicas (meio rural, empreendedorismo e meio ambiente), a fim de conseguir alavancar a economia, fazer o Brasil avançar e sair do atraso.

⁶ Sobre esse desempenho, sugerimos a leitura de uma reportagem do jornal “O globo”. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/politica/eleicoes-2022/noticia/2022/10/ciro-gomes-tem-o-pior-desempenho-de-todas-as-suas-candidaturas-a-presidente-apos-perder-quase-10-milhoes-de-votos.ghtml>. Acesso em 12 de jan. 2023.

Ao final desse terceiro ato de linguagem, a partir da modalidade alocutiva, o orador ressalta que é preciso combater, mais uma vez, um inimigo que já enfrentou de perto em outros dois mandatos, mas que ressurgiu novamente: “Vamos tirar esse país de novo do mapa da fome”. Vemos aqui a construção de um *ethos* de humanidade, uma vez que o orador enfatiza a sua preocupação em acabar com a fome que acomete milhões de pessoas em nosso país. Também notamos *ethé* de solidariedade e virtude, visto que demonstra preocupação e fidelidade com grande parcela da população brasileira que sente fome.

Nesse sentido, Lula se apresenta como alguém que é capaz de ser eleito e de cuidar do povo brasileiro, conduzindo-o a um modo de sociedade mais justa e inclusiva. Quando utiliza a expressão “de novo”, o orador busca fazer com que as pessoas que assistiram de perto os seus dois mandatos possam reativar essa memória discursiva, mesmo que seja ressignificada com as circunstâncias de discurso contemporâneas. Se ele já fez uma vez, por que não conseguiria fazer novamente? Apresentado dessa maneira, o discurso em tela caminha a passos largos, lançando visadas argumentativas ante o auditório.

Em seguida, no penúltimo ato de linguagem analisado nesta investigação, o orador volta a desqualificar o adversário e a relembrar as conquistas que alcançou durante os oito anos de seu governo.

Quero debater o Brasil, mas meu adversário prefere espalhar mentiras e fake news pela internet. Espalhe a verdade, governei este país durante oito anos e sempre respeitei as famílias, sancionei a lei da liberdade religiosa, a criação do dia do evangélico e a marcha para Jesus.

Inicialmente, por meio da modalidade elocutiva, o orador Lula desqualifica Jair Bolsonaro, acusando-o de espalhar mentiras e notícias falsas disseminadas pela *internet*. Mais uma vez, Lula engendra um *ethos* de caráter, fundamentado nas figuras da provocação e da polêmica, haja vista que recategoriza o seu adversário como um sujeito mentiroso. Assim, o orador não replica da mesma maneira, mostrando ser alguém que caminha com a “verdade” e não com mentiras e notícias falsas para conquistar votos. O auditório poderá enxergar em Lula um homem íntegro, que não joga o mesmo jogo “sujo” da mentira.

Em seguida, através do uso de razões numéricas, o orador afirma que governou o Brasil por oito anos: “governei este país durante oito anos e sempre respeitei as famílias, sancionei a lei da liberdade religiosa, a criação do dia do evangélico e a marcha para Jesus”. Com base nesses dizeres, compreendemos que o *ethos* de democrata/estadista é constituído nesse ato de linguagem, pois Lula afirma respeitar a diversidade de gênero (vários tipos de família), de religião (diversas manifestações religiosas), de cristianismo (evangélicos, católicos), que se encontra no Brasil e necessita ser respeitada pelo nosso governo.

A partir dessas enunciações, depreendemos que o *ethos* de religioso também está formulado no fio do discurso. Um dos maiores obstáculos da campanha para Lula foi persuadir os cristãos conservadores. Quando ele argumenta dessa maneira, verificamos que o orador busca se aproximar desse auditório específico, na tentativa de desfazer as notícias falsas⁷ sobre Lula ser um comunista ditador que, ao chegar ao poder, iria legalizar o aborto, perseguir padres, pastores, fechar templos religiosos e confiscar as bíblias. Apresentando-se como alguém que já sancionou a lei da liberdade religiosa, a criação do dia do evangélico e a marcha para Jesus, o orador almeja diminuir o abismo entre ele e os cristãos extremamente conservadores que vimos na sociedade brasileira por ocasião das manifestações e das matérias jornalísticas.

Por fim, no último ato de linguagem, o orador Lula assume qual é o seu principal objetivo em se candidatar novamente, bem como convida os eleitores para que possam fazer parte de seu “time da esperança”.

O nosso projeto é recuperar o Brasil, garantir a democracia e melhorar a vida do povo. Fico feliz em ver que tem cada vez mais gente chegando pro nosso lado. E se você ainda não veio, junte-se a nós também no time da esperança.

No início deste excerto há, novamente, um cotejo entre as modalidades alocutiva e elocutiva. O orador engendra um *ethos* de democrata/estadista, visto que almeja recuperar o país e sua democracia, que foi tão contestada e atacada nos últimos anos por Jair Bolsonaro. Não foram poucas as ameaças⁸ à Suprema Corte, aos ministros e às ministras, bem como ao Tribunal Superior Eleitoral, capitaneado por Alexandre de Moraes. Ciente desses acontecimentos antidemocráticos, Lula se mostra totalmente o oposto de seu adversário, para que seja possível garantir um Brasil de todos/as os/as brasileiros e brasileiras.

Com a ideia de “melhorar a vida do povo”, Lula, mais uma vez, utiliza o lugar retórico de pessoa, valorizando a qualidade de vida ao invés de coisas materiais. Assim sendo, o *ethos* de solidariedade surge novamente, uma vez que Lula almeja ver o povo brasileiro com uma vida melhor, sobretudo, que ninguém fique sem o mais necessário: alimentação. O orador tenta transmitir para o seu auditório que ele é um político preocupado com a vida do povo brasileiro e, por meio do *ethos* de virtude, que é um homem honesto e fiel ao seu leitorado.

Em “fico feliz em ver que tem cada vez mais gente chegando pro nosso lado”, verificamos que Lula demonstra ser um político agregador, capaz de formar as mais diversas alianças, para que seja possível obter a vitória e a consequente governabilidade, razão por que podemos

⁷ Mais informações sobre isso podem ser consultadas em uma notícia publicada no site G1. Disponível em: <https://g1.globo.com/fato-ou-fake/noticia/2022/08/03/e-fake-print-em-que-lula-fala-em-atacar-igrejas-evangelicas-aprovar-leis-pro-aborto-e-ideologia-de-genero.ghtml>. Acesso em 15 de jan. 2023.

⁸ No site do Correio Braziliense, é possível ler uma notícia sobre as ameaças perpetradas por Jair Bolsonaro. Disponível em: <https://www.correiobraziliense.com.br/politica/2022/08/5028273-bolsonaro-ataca-ministros-do-stf-e-tse-e-ameaca-que-isso-custe-a-minha-vida.html>. Acesso em 12 de fev. 2023.

pensar na construção de um *ethos* de chefe, na medida em que surge a figura de um soberano, alguém que é capaz de “unir os diferentes para vencer os antagônicos”, como Lula afirmou em entrevistas⁹ na mídia brasileira, ao escolher Geraldo Alckmin como vice-presidente do Brasil, sendo este, dicotomicamente, um ex-tucano paulista.

No fim desse texto, Lula interpela o auditório por meio de um convite para integrar um time: “E se você ainda não veio, junte-se a nós também no time da esperança”. Através da modalidade alocutiva, Lula convoca os eleitores para que votem nele no segundo turno. Metaforicamente, participar desse time é vestir a camisa da frente ampla democrática, digitar 13 na urna eletrônica e confirmar. Habilmente, o orador se serve dessa metáfora futebolística para comover o auditório, já que estamos falando de um país do futebol. Isso faz com que o argumento seja potencialmente persuasivo diante do auditório visado.

As visadas argumentativas lançadas nesse excerto estão dotadas de elementos capazes de envolver o auditório em um laço argumentativo difícil de se desvencilhar, pois o orador, como vimos na apuração, conseguiu vencer as eleições de 2022 e ampliar a votação que já era histórica no primeiro turno. Certamente, essas construções da imagem de si foram técnicas discursivas imprescindíveis para a ação retórica exitosa do presidente Lula da Silva.

Considerações finais

A partir desse estudo retórico-discursivo, foi possível mostrar de que maneira o orador Lula, durante um pronunciamento, lançou mão de técnicas argumentativas para agir persuasivamente diante de seu auditório social. Utilizando-se da construção de diferentes imagens positivas de si, esse líder popular da esquerda brasileira conseguiu projetar *ethé* de credibilidade e de identificação, mas estes últimos obtiveram uma maior recorrência. Imagens de si como amigo, religioso, inteligente, solidário, virtuoso, guia-supremo, caráter, entre outros), certamente impactaram o auditório. Embora não possamos saber quantas pessoas foram persuadidas, é provável falar em efeitos possíveis de persuasão, a partir das visadas argumentativas dirigidas aos interpretantes.

O discurso analisado é político e isso por si só acarreta em uma série de implicações como, por exemplo, os tipos de argumentos, as paixões eleitas, as imagens de si construídas. O próprio sujeito Lula, em sua identidade social, é uma figura histórica brasileira, repleta de nuances que precisam ser analisadas em outros trabalhos, já que Lula influencia de forma acentuada a maioria

⁹ A repercussão dessa fala de Lula durante entrevista pode ser verificada em uma notícia divulgada no site G1, pertencente às organizações globo. Disponível em: <https://g1.globo.com/pe/pernambuco/noticia/2022/08/26/entenda-o-contexto-da-frase-de-paulo-freire-citada-por-lula-durante-sabatina-do-jornal-nacional.ghtml>. Acesso em 15 de jan. 2023.

da população brasileira. Essa influência se dá por meio da linguagem, mais precisamente, por meio do discurso, ora pacífico, ora inflamado.

Lula venceu as eleições e já começou a governar o Brasil desde a sua posse em primeiro de janeiro do corrente ano. Essa análise aqui pormenorizada nos faz refletir se o uso desses elementos retórico-discursivos é decisivo na árdua tarefa que é fazer com que o outro adira ao nosso discurso. Os resultados apontam que sim, pois todos nós somos seres retóricos e buscamos, a cada instante, convencer e persuadir os nossos pares ou os nossos adversários. Inferimos que muitos eleitores tomaram a decisão de votar em Lula por causa dessas imagens construídas via discurso, razão por que o *ethos* é um mecanismo tão importante na construção argumentativa.

Referências

- AMOSSY, Ruth. Da noção retórica de *ethos* à análise do discurso. In: AMOSSY, Ruth (org.). **Imagens de si no discurso: a construção do ethos**. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2019.
- AMOSSY, Ruth. **A argumentação no discurso**. Tradução de Angela M. S. Corrêa et al. São Paulo: Contexto, 2020.
- ARISTÓTELES. **Retórica**. Tradução de Edson Bini. São Paulo: Edipro, 2011.
- CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso político**. Tradução de Fabiana Komesu e Dilson Ferreira da Cruz. 2 ed. São Paulo: Contexto, 2018.
- CHARAUDEAU, Patrick. **Linguagem e discurso: modos de organização**. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2019.
- CHARAUDEAU, Patrick. **A conquista da opinião pública: como o discurso manipula as escolhas políticas**. Tradução de Angela M. S. Corrêa. São Paulo: Contexto, 2020.
- CHARAUDEAU, Patrick. **A manipulação da verdade: do triunfo da negação às sobras da pós-verdade**. Tradução de Dóris de Arruda C. da Cunha e André Luís de Araújo. São Paulo: Contexto, 2022.
- FERREIRA, Luiz Antonio. **Leitura e persuasão: princípios de análise retórica**. São Paulo: Contexto, 2015.
- MAINGUENEAU, Dominique. A propósito do *ethos*. In: MOTTA, Ana. Raquel; SALGADO, Luciana (orgs.). **Ethos discursivo**. São Paulo: Contexto, 2008.
- MATEUS, Samuel. **Introdução à retórica no séc. XXI**. Covilhã: Editora LabCom.IFP, 2018.
- MEYER, Michel. **A retórica**. Tradução de Marly Netto Peres. São Paulo: Ática, 2007.
- MORAIS, Eduardo Pantaleão de. **O macroethos racional e o afetivo na argumentação do julgamento do impeachment da ex-presidente Dilma Rousseff**. Campinas: Pontes, 2019.
- PAIVA, Vera Lúcia Menezes de Oliveira. **Manual de pesquisa em estudos linguísticos**. São Paulo: Parábola: 2019.
- PERELMAN, Chaïm; OLBRECHTS-TYTECA, Lucie. **Tratado da argumentação: a nova retórica**. Tradução de Maria Ermantina Galvão G. Pereira. São Paulo: Martins Fontes, 2014.