

A CONSTRUÇÃO E O PAPEL DAS EMOÇÕES NO DISCURSO POLÍTICO DO EX-PRESIDENTE LULA

Ana Carolina Mrad de Moura Valente (UFRJ)
anacmrad@gmail.com

RESUMO

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 por ter 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. 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: Emoções. Discurso político. Lula. Patho. Construção patêmica.

1. 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, dos sentimentos, visto que cada recurso linguístico ou extralinguístico é pensado muito detalhadamente e com o objetivo de causar essa ou aquela emoção. A escolha vocabular auxilia no efeito patêmico desejado, as pausas na fala, os exemplos citados, todo o discurso é construído pensando em algo específico.

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 do cargo.

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 por ter 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 ser parecido com Lula em suas falas diante do auditório. No entanto, selecionamos o primeiro, pois Vargas apresentava muitas atitudes populistas – como ficou conhecido –, mas seus discursos não eram tão voltados para o povo como o são os do Lula, além de a linguagem do primeiro ser muito mais rebuscada devido à época em que viveu.

2. *Pressupostos teóricos*

2.1. *Pathos no discurso político*

No texto de Charaudeau 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 pri-

meio 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.

O autor ainda cita que existem traços linguísticos que podem provocar as emoções. No entanto, o resultado pode não ser necessariamente o esperado pelo orador. Palavras como “horror”, “indignação” e “amor” apontam para estados emocionais, mas não obrigatoriamente uma emoção. Em contrapartida, palavras como “vítima”, “massacre”, imagens de pessoas chorando são suscetíveis de gerar certas emoções no interlocutor.

As tópicas são o conjunto de regras que governam os argumentos, regulam a argumentação, partem do princípio argumentativo e são um sistema de mapeamento do real. Assim, o autor cita algumas tópicas do *pathos* presentes no discurso político como o par “simpatia x antipatia” e “angústia x esperança”, por exemplo. Isso se dá na medida em que o discurso é construído com o objetivo de (i) gerar a simpatia pelo candidato que está discursando e antipatia pelo adversário político; e (ii) ocasionar uma emoção de esperança nos eleitores face à angústia causada pelo governo anterior, marcando uma adesão ou distância do auditório.

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*. 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*. A primeira problemática diz respeito à forma como o orador irá impor sua pessoa de sujeito falante ao auditório; a segunda diz

respeito ao modo como podemos tocar o outro e 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.

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 podem 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 *argumentum ad passiones*, centrado na emoções; o *argumentum ad misericordiam*, com foco na sentimento de piedade causado no auditório; *argumentum ad populum*, argumento generalizante; *argumentum ad baculum*, o orador baseia seu argumento na força ou na ameaça de uso de força; e o *argumentum ad nauseam*, o sujeito busca o apoio do auditório a partir da repetição excessiva da tese.

3. *Análise dos dados*

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 no capítulo 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:

1. 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:

- 2. *Juntos, governo e povo, fizemos o Brasil voltar a crescer***
- 3. *e nada nos desviará desse caminho***
- 4. *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:

- 5. *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 no capítulo 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:

6. **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.**
7. **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:

8. **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.**
9. **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 *argumentum ad misericordiam*, 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:

10. Todos sabem que, quando eu assumi a Presidência, o Brasil estava mergulhado em uma profunda crise econômica e social

11. Hoje, 32 meses depois, cada um de vocês é testemunha: vencemos a crise econômica, recolocamos 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:

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

Como mencionado no capítulo 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:

13. 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.

14. 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 defen-

didada 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).

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

15. 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:

16. 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.

17. 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.

18. 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:

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

20. **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.

4. *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. 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.

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*. Campinas: Mercado das Letras, 2010, vol. II.
- _____. *Discurso político*. São Paulo: Contexto, 2006.
- _____. *Language et discours*. Paris: Hachette, 1983.
- _____. Para uma nova análise do discurso. In: CARNEIRO, A. D. *O discurso da mídia*. Rio de Janeiro: Oficina do Autor, 1996.
- _____. Pathos e o discurso político. In: MACHADO, I. L.; MENEZES, W.; MENDES, E. (Orgs.). *As emoções no discurso*. Rio de Janeiro: Lu-

cerna, 2007, vol. I.

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

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

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.

KOCH, Ingedore G. Villaça. Linguística textual: retrospecto e perspectivas. In: BRAIT, Beth (org.). *Estudos enunciativos no Brasil: história e perspectivas*. Campinas: Pontes; São Paulo: FAPESP, 2001.

_____. *Argumentação e linguagem*. 9. ed. São Paulo: Cortez, 2004.

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

_____. *As emoções no discurso*. Campinas: Mercado das Letras, 2010, vol. II

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

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

PAULIUKONIS, M. A. L.; GOUVÊA, L. H. M. Texto como discurso: uma visão semiolinguística. *Revista Desenredo. Revista do Programa de Pós-Graduação em Letras da Universidade de Passo Fundo*, vol. 8, n. 1, p. 49-70, 2012.

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