

## O PODER DE PERSUASÃO DO DISCURSO DO PRESIDENTE LULA

Mariangélica de Lima Rodrigues  
[summerbrazil4@passosnet.com.br](mailto:summerbrazil4@passosnet.com.br)

Luiz Antônio Ferreira

### O CONTEXTO

Ainda que eleito, o novo presidente não conquistara boa parte do eleitorado do país, agora sob sua tutela presidencial. Contrariamente ao que ocorrera nas eleições anteriores, em que a população apresentava um descontentamento generalizado com o governo Collor, neste pleito havia muitos eleitores temerosos de que Lula, com suas idéias radicais, com um discurso inequívoco de teor socialista, ainda que amenizado por estratégias de *marketing*, pudesse subverter e relativa estabilidade vivida na nação como resultado da diplomacia governamental de seu antecessor.

Temido por muitos por defender com veemência os interesses dos trabalhadores e por mostrar-se um radical sindicalista em toda sua trajetória, o discurso de posse era ansiosamente esperado. A retórica presidencial precisaria atingir o auditório de modo a infundir tranqüilidade sobre a manutenção dos valores democráticos, demonstrar competência e determinação de propósitos e ressaltar a palavra *eficácia*, característica primeira da retórica, como uma prova indiscutível da capacidade de gerir os problemas do país, sem desmontar, com atitudes radicais, o que fora conquistado a duras penas no governo Fernando Henrique. Serra fora derrotado, mas sua sombra permanecia.

O PT, partido do presidente, já gastara cinco milhões de reais (que, como se soube depois, pode ter chegado a 15) para contar com os serviços de Duda Mendonça, o mais expressivo “marqueteiro” do país, que sugerira José de Alencar para a vice-presidência, e iniciava a conquista de um *ethos* diferenciado para Luiz Inácio Lula da Silva, pois, como bem observa Felipe Miguel, Lula e Alencar, juntos:

Encarnariam a união entre capital e trabalho, além de representarem dois “vencedores”, meninos pobres que triunfaram por seus próprios méritos, um na política, outro nos negócios. (Felipe Miguel, 2006, p. 36).

Mendonça tinha plena convicção de que a imagem do novo presidente precisava ser construída por meio de uma abordagem mais pragmática, com a suavização de aspectos radicais do discurso empregado em eleições anteriores em que Lula saíra derrotado. Essa moderação forjada pelo discurso da campanha ainda causava um certo desconforto na população mais esclarecida e mais abastada, a despeito das alianças — oitenta e sete ao todo — feitas justamente para incutir no povo brasileiro a idéia de um partido dos trabalhadores mais moderno e menos radical. Desse modo, o presidente precisava, em movimento intencional e retórico, valer-se da palavra num ato que ultrapassasse os limites textuais do informar para, sim e, sobretudo, persuadir boa parte da nação.

### A SITUAÇÃO RETÓRICA

Para ter sucesso, os redatores do discurso presidencial precisariam compreender o discurso como um plano de ação voltado aos interesses do auditório, naturalmente temeroso e dividido. Mais do que uma representação do mundo e uma profissão de desempenho seguro, o dizer precisava corporificar-se como um elemento constitutivo do próprio retor e da história que o projetou. Centrar-se no *ethos* já constituído do presidente como um cidadão digno e honesto era uma vantagem significativa no plano retórico, uma vez que o presidente, ao longo dos anos, construía sua imagem sob os alicerces da honestidade, retidão de princípios, angariara a fama de justiceiro nacionalista e, assim, projetava uma imagem de si muito sólida. O *ethos*, por sua vez, demonstra a imagem do caráter do orador, mas entre a fama positiva (*areté*) de homem simples, honesto havia toda a tradição de um partido, denominado dos trabalhadores, a situação exigia, assim, um potente movimento argumentativo.

Em retórica, como para os gregos, o *ethos* (conceito relativo à imagem que o orador mostra de si mesmo) é um dos elementos que constituem os meios de prova. Os outros meios são o *logos* (relativo aos raciocínios empregados pelo orador) e o *pathos* (relativo à prova patética, que consiste em provocar no público uma paixão e torná-lo mais favorável a julgar a tese). Como, porém, ressalta Tringali:

Não basta, ao orador cuidar da própria imagem durante o discurso, apresentar-se ora humilde, ora austero, ora tranqüilo, ora autoritário... O

que realmente conta é a imagem do orador que deriva de toda sua vida moral. Há uma ligação profunda entre a vida e o discurso que, por sua vez, reflete a vida do orador. Sem uma vida honrada, o discurso não persuade. (Tringali, 1988, p. 76)

Nesse aspecto, o ethos projetado do novo presidente assomava como vantagem argumentativa.

## UM ATO RETÓRICO

Optamos, aqui, por uma análise que privilegia o discurso escrito, mas a eloquência oratória do presidente precisou ser levada em conta, pois, alguns efeitos retóricos foram imprescindíveis para causar efeito de sentido.

No discurso de posse, o presidente teceu uma revisão dos preceitos sociais necessários para o estabelecimento das relações de uma dada sociedade brasileira. Procurou, também, mostrar-se conhecedor profundo das desigualdades sociais do país e revelou que a atenção às essas diferenças constituiriam estratégias fundamentais no plano de governo. Os apelos emocionais, funcionando como provas patéticas no discurso, se fizeram presentes em muitos instantes. O exemplo a seguir é claro: com o intuito de mostrar-se indignado com as desigualdades sociais, o presidente disse enfaticamente: *“enquanto houver um irmão brasileiro, ou uma irmã brasileira passando fome, teremos motivo de sobra para nos cobrir de vergonha”*. Reiterou mais adiante que aquele era o primeiro dia de combate à fome no Brasil, como se nenhum governo anterior tivesse feito qualquer esforço para resolver um problema tão grave da nação brasileira. A hipérbole contida nessa frase buscava revelar a força prioritária do governo que se iniciava. Unindo retórica e oratória, o presidente percebia o efeito imediato de suas palavras no auditório: as palmas interromperam o presidente por trinta e uma vezes durante o pronunciamento e ocorriam cada vez que o presidente dava um sinal mais eloquente de realismo e solidez.

O discurso, elaborado retoricamente, enfatizava as preocupações do homem-presidente: aquele que demonstra uma revolta com as desigualdades sociais, produto das marcas trazidas da infância proletária que vivenciara no passado. A imagem construída pretendia comover pelo uso da *hipotipose*, que, nas palavras de Reboul (2004,

p.249), “*consiste em descrever um acontecimento de modo tão vivo que o auditório acredita tê-lo diante dos olhos*”. A hipotipose se configurou ainda mais plenamente quando o orador, tomado de eloquência, revelou: “*enquanto houver um irmão brasileiro e irmã brasileira passando fome, teremos motivo de sobra para nos cobrir de vergonha*”. É sensível o esforço para estabelecer comunhão com o auditório: todos os brasileiros são “irmãos” do presidente e o próprio presidente, como brasileiro, inclui-se entre todos, como apenas mais um, ao dizer “*nos cobrir de vergonha*”.

Em comunhão, o rumo discursivo poderia ser modificado. Para mostrar-se honesto e competente, valeu-se de argumentos éticos e patéticos. Segundo Tringali (1988b, p.77), os argumentos éticos despertam a imagem do orador nos ouvintes através de sentimentos fracos. Os argumentos patéticos tentam persuadir, comovendo através de emoções e suscitam paixões nos ouvintes para conduzir-lhes a mente e arrastar-lhes a vontade. O poder de coagir do discurso se atribui à força que a paixão engendra. O discurso do presidente dava cabais demonstrações de conhecimento de que para ter persuasão assegurada a um auditório universal, seria preciso apelar aos sentimentos. Não bastava a simples apresentação das provas e das razões. Por isso, o discurso presidencial, vazado em linguagem culta, mas simples, contava com a eloquência natural do orador como um fator altamente persuasivo.

O *ethos*, que gradativamente se consolidava no discurso foi ainda retoricamente emoldurado: o presidente mostrou-se indignado com a corrupção: “*Ser honesto é mais do que não roubar e não deixar roubar. É também aplicar com eficiência e transparência, sem desperdícios, os recursos públicos focados em resultados sociais concretos*”. O *ethos*, agora, se projetava pela demonstração de uma consciência ética universal, de um caráter idôneo e de moral exemplar, partes essenciais de um ser humano íntegro, confiável. O discurso trazia, também, referências intertextuais relativas ao comportamento de um célebre político brasileiro que conquistara várias eleições com um slogan informal, tácito, que corria na boca do povo brasileiro: “Fulano rouba, mas faz”.

O discurso, como se nota, usou e abusou de termos amplificadores que são as figuras de linguagem com intuito de reforçar o *ethos*

institucional do presidente, pois pretendia ultrapassar o auditório particular (composto pelos brasileiros) em busca da presunção de um auditório universal:

Vamos mudar com coragem e cuidado, humildade e ousadia, mudar tendo consciência de que a mudança é um processo gradativo e continuado, não um simples ato de vontade, não um arroubo voluntarista. Mudança por meio de diálogo e negociação, *sem precipitações*, para que resultado seja consistente e duradouro. (Discurso Presidencial, 2003, p. 23/29)

Percebe-se que o presidente ao enfatizar uma mudança de longo prazo, constrói um perfil de um homem consciente e responsável e conquista mais um elemento para a formação de seu *ethos* ao provocar um *pathos* de confiança, esperança, uma perspectiva de melhora e de crescimento do país.

A idéia de mudança se introduz e incorpora no ouvinte, valores desejáveis e preferíveis: tolerância e solidariedade. A figura de presença “sem precipitação”, reiterada, constitui-se em uma hipérbole com evidente intento de ampliar positivamente, as próprias qualidades do orador. A hipérbole, por sua vez, condensa argumento de direção: o país tem agora, um rumo a ser seguido.

Em ritmo pausado e tom comedido, Lula afirmou que o Brasil estava ingressado em um novo período histórico: “*Hoje é dia do reencontro do Brasil consigo mesmo*”. O apelo retórico é muito eficaz: deixa o *ethos* em segundo plano para provocar o *pathos*.

Consolidado o ato de enfatizar o *ethos*, o discurso, que pretende provocar paixões, recitava-se, agora mais objetivamente, numa crítica ao modelo de Fernando Henrique:

Diante do esgotamento de um modelo que, em vez de gerar crescimento, produziu estagnação, desemprego e fome; diante do fracasso de uma cultura do individualismo, do egoísmo, da indiferença perante ao próximo, da desintegração das famílias e das comunidades(...), a sociedade brasileira escolheu mudar. (Discurso Presidencial, 2003, p. 23/29)

Ao desmerecer, no plano argumentativo, os feitos do antecessor, o presidente deixou clara sua rejeição tanto do plano institucional quanto no econômico, à maneira que FHC conduzira o país. Valeu-se, pois, de um argumento *ad personam*, ou seja, um ataque à pessoa de um adversário com o fim evidente de desqualificá-lo (Pe-

relman. 1996, p.126). Desse modo, presidente, novamente, ressaltou seu próprio *ethos*: o de um ser sábio, competente, que conhece o país e suas necessidades. O lugar comum da sinceridade é retoricamente construído para provocar *pathos*: confiança no auditório. Busca, então, amplo efeito persuasivo nos cidadãos menos favorecidos, justamente a maioria do auditório particular a que se dirige. Provocou, ademais, um reforço do *ethos*: o presidente é um cidadão que tem amor ao seu povo. O acordo se dá pela utilização do argumento pelo sacrifício ao ressaltar-se como um guerreiro, um herói, (defensor dos interesses dos mais pobres).

O discurso não se esquivava de tocar em pontos éticos e, portanto, universais ao criar apelos persuasivos ligados à solidariedade. Valeu-se, a seguir, de bom efeito retórico para angariar aliados no plano argumentativo: ao sinalizar um enfretamento com a nação mais poderosa do planeta, os Estados Unidos. Referindo-se à guerra do oriente médio sintetizou: “*O presidente encampou uma solução pacífica e negociada para a guerra iminente no Oriente Médio*”. Evidentemente, o trecho quer demonstrar a coragem que se espera do presidente para defender a nação em pontos delicados da política externa. No cenário que se configurou no momento da elocução, o público mostrou-se favorável à idéia e aplaudiu o presidente. O efeito retórico pretendido, então, estava consolidado. A *actio* entrara em ação e demonstrava imediatamente, um *pathos* positivo que, a seu modo, ressaltava o *ethos* corajoso do retor. Ao lado da coragem, a ponderação ao mostrar desejo de uma solução pacífica e negociada para a guerra.

Ao julgar o *ethos* perfeitamente delineado e assegurado pelas provas retóricas, o discurso envereda para a realização de tarefas quase impossíveis, mas, verossímeis pela constituição do discurso que se pronunciou até aqui: “*O pacto social será, igualmente, decisivo para viabilizar as reformas que a sociedade brasileira reclama e que eu me comprometi a fazer: a reforma da previdência, a reforma tributária, a reforma política e da legislação trabalhista, além da própria reforma agrária*”.

Instaura o *ethos* de homem simples, batalhador e corajoso e busca, pelo exemplo, mostrar-se autêntico:

Quando olho a minha própria vida de retirante nordestino, de menino que vendia amendoim e laranja no cais de Santos, que se tornou torneiro mecânico e líder sindical, que um dia fundou o Partido dos Trabalhadores e acreditou no que estava fazendo, que agora assume o posto de supremo mandatário da nação, vejo e sei com toda clareza e com toda convicção, que nós podemos  *muito mais*. (Discurso Presidencial, 2003, p. 23/29)

Com essa fala, conclamou as paixões do auditório. Uma vibrante manifestação popular o saudou, cantou, gritou em resposta à frase extremamente bem construída. Percebe-se que o intuito do presidente é provocar as paixões e as emoções no auditório pelo uso do argumento de prestígio.

Salientou, ainda, seu apoio à política agrária ao revelar “o *nosso vigoroso apoio à pecuária e à agricultura empresarial, à agroindústria e ao agronegócio*”. Buscava adeptos, a cumplicidade e a confiança da massa brasileira.

Com a faixa cruzando o peito, Lula sentiu o peso do cargo ao rechaçar as vias econômicas aventureiras e se expôs seu discurso assim:

Trabalharemos para superar nossas vulnerabilidades atuais e criar condições macroeconômicas favoráveis à retomada do crescimento sustentado, para qual a estabilidade e a gestão responsável das finanças públicas são valores essenciais. (Discurso Presidencial, 2003, p. 23/29)

Pretendia, na construção discursiva, demonstrar a forma que iria conduzir seu mandato: baseado em princípios básicos de política econômica. Esse era um pronunciamento esperado. Com isso, provoca *pathos* ligado à segurança, esperança, desenvolvimento e crescimento do país. O medo é veementemente rechaçado pela força do ethos corajoso, ponderado e confiante do novo presidente.

Sintetizou, depois, numa frase, a esperança quase mítica da qual ele era o depositário, ao fundir-se no corpo do homem brasileiro, ao integrar-se aos sonhos há tanto esperados. Baluarte da esperança e produto da história, o ethos se torna altivo e determinado:

Eu não sou o resultado de uma eleição. Eu sou o resultado de uma história. Eu estou concretizando o sonho de gerações e gerações que, antes de mim, tentaram e não conseguiram. (Discurso Presidencial, 2003, p. 23/29)

Transmite, dessa forma, um laudo de superioridade com claro o intuito de reforçar a comunhão do orador com o auditório. Em seguida, destaca a qualidade da franqueza e conclama valores seculares do homem brasileiro: respeito irrepreensível à família:

Quando eu não puder fazer alguma coisa, não terei nenhuma dúvida de ser honesto e dizer que não sei fazer, que não posso fazer e que não há condições. Tratarei vocês com o mesmo respeito com que trato os meus filhos e meus netos. (Discurso Presidencial, 2003, p. 23/29)

O *ethos* do pai sincero e humilde prevalece no discurso. Para pais tão virtuosos, o resultado é passional: amor profundo, de respeito e carinho.

Ao finalizar o discurso de posse, ainda na esteira da humildade, pediu a ajuda de todos para governar: “*A responsabilidade não é apenas minha, é nossa, do povo brasileiro que me colocou aqui*”. Convidativo e simples, reforça a idéia de união, de cumplicidade com o auditório.

Diante do exposto percebe-se que o presidente recorreu a muitos artifícios persuasivos em seu discurso, na tentativa de transmitir tranqüilidade, paciência, tolerância no seu auditório. Revelou-se um ser capaz de “mudar”, conservando o já construído, o rumo do país. No intuito de demonstrar-se competente e consciente, enfatizou seu *ethos* de homem corajoso, persistente, íntegro, solidário e atualizado. Ao assegurar a idéia de sucesso administrativo, buscou perfeito “acordo” com seu auditório.

Além disso, o presidente revelou-se compromissado e consciente de todos os problemas impingidos ao povo brasileiro em sua dura realidade social.

O tom do discurso do presidente procurou ressaltar o *ethos* de um estadista, um ser capaz de desvelar, pelo ato retórico, a assertividade como meta, a superioridade como verdade, a coragem como princípio. Inúmeras estratégias argumentativas contribuíram para a conquista da persuasão, mas a tônica do discurso centrou-se em dois movimentos discursivos paralelos e estratégicos: a busca incansável do acordo com o auditório e a construção simultânea de um *ethos* de paladino quase mítico, revestido de coragem, segurança e muita, muita humanidade.

## BIBLIOGRAFIA

- ALVES, Ramiro. O povo no poder. **In:** *Isto É*, 8 jan. 2003, p. 28/32.
- ARISTÓTELES. *A retórica das paixões*. São Paulo: Martins Fontes, 2000.
- ARISTÓTELES. *Arte retórica e arte poética*. Rio de Janeiro: Tecnoprint, [s/d.].
- CARRILHO, Manuel (org.). *Retórica e comunicação*, Lisboa: ASA, 1994.
- CHARAUDEAU, Patrick. *Discurso político*. São Paulo: Contexto, 2006.
- LASTORIA, Luiz. A. C. Nabuco. Ethos sem ética: a perspectiva crítica de T.W. Adorno e M. Horkheimer. **In:** *Educação e Sociedade*, v. 22, n. 76, out. 2001.
- ORLANDI, Eni. *Análise de discurso: princípios e procedimentos*. Campinas: Pontes, 1999.
- PERELMAN, Chaim e Olbrechts-Tyteca. *Tratado de argumentação – A nova retórica*. São Paulo: Martins Fontes, 1996.
- SILVA, Luís Inácio Lula da. Trecho do discurso de posse de Lula no Congresso. **In:** *Veja*, 8 jan. 2003, p. 23/29.
- TRINGALI, Dante. *Introdução à retórica*. São Paulo: Duas Cidades, 1988.