



UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA
Faculdade de Comunicação
Comunicação Organizacional

SARAH MAXIMO DOS SANTOS LIRA

**LULA E BOLSONARO: UMA ANÁLISE RETÓRICA DOS DOIS
PRINCIPAIS LÍDERES NA ELEIÇÃO DE 2022.**

Brasília - DF
2023

SARAH MAXIMO DOS SANTOS LIRA

**LULA E BOLSONARO: UMA ANÁLISE RETÓRICA DOS DOIS
PRINCIPAIS LÍDERES NA ELEIÇÃO DE 2022.**

Monografia apresentada ao curso de Comunicação Social com habilitação em Comunicação Organizacional, da Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília, como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Comunicação Social com habilitação em Comunicação Organizacional.

Orientador: Prof. Dr. Felipe Polydoro

Brasília

2023

SARAH MAXIMO DOS SANTOS LIRA

**LULA E BOLSONARO: UMA ANÁLISE RETÓRICA DOS DOIS PRINCIPAIS
LÍDERES NA ELEIÇÃO DE 2022.**

Artigo submetido à comissão examinadora identificada abaixo, como parte dos requisitos para obtenção do título de Bacharel em Comunicação Social com habilitação em Comunicação Organizacional.

Brasília, fevereiro de 2023.

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. Felipe da Silva Polydoro — Orientador — FAC/UnB

Prof. Dr. Sivaldo Pereira da Silva — Avaliador — FAC/UnB

Prof. Dr. Wladimir Ganzelevitch Gramacho — Avaliador — FAC/UnB

AGRADECIMENTOS

Neste momento, prestes a alcançar mais uma conquista, só posso reconhecer o quanto as pessoas que estão ao meu lado foram fundamentais para que eu esteja aqui. Por isso, preciso agradecer primeiramente a Deus por me dar o privilégio de tê-las ao meu lado.

Agradeço incansavelmente a minha mãe por sozinha e com todas as dificuldades possíveis ter me oferecido tudo que eu precisava, por ter me dado todas as oportunidades e por sempre ter acreditado em mim independente de qual fosse o sonho. Essa conquista é de nós duas.

Ao meu namorado, João, agradeço por todo apoio, amor e carinho que me ofereceu durante essa jornada. Por todos os colos nos momentos de angústia e por todos os abraços em cada realização. Além disso, agradeço também a toda a sua família, Ana, Evaldo, Eunice, Aline, Diego, Simione e Cristina, por terem me acolhido com tanto amor e fazerem questão de estar presentes em todos os momentos.

Agradeço às minhas amigas de quarto, Thayuany e Valéria, por serem tão pacientes e solícitas comigo. Por todas as conversas, quase terapia, até tarde da noite e por tornarem a rotina mais leve.

Às minhas amigas do curso, Ana, Isadora, Isabela e Lorena, agradeço por serem verdadeiros presentes que a faculdade me proporcionou. Obrigada por terem feito desses quatro anos um tempo incrível, por todas as risadas e momentos de desespero compartilhados. Agradeço ainda aos meus amigos do estágio, Vitor, Ramon, Louise, Alessandra, Luciana e Lúcio, por toda a compreensão e por serem pessoas tão especiais.

Agradeço ainda aos professores da Faculdade de Comunicação por toda generosidade e competência, em especial, ao professor Felipe Polydoro que orientou esse trabalho e, além de me guiar para o melhor caminho, me deu a tranquilidade que precisava nesse período.

Por fim, agradeço a Universidade de Brasília, que tão brilhantemente forma cidadãos e profissionais prontos para a vida. Além disso, por viabilizar o meu acesso por meio dos programas de assistência, serei sempre grata pela Casa do Estudante e espero que esse programa ainda sirva a muitas pessoas que assim como eu não teriam outra alternativa.

A todos vocês, minha gratidão e carinho.

“É bastante fácil fazer surgir sentimentos na alma das multidões, mas é difícilimo refreá-los. Desenvolvendo-se, convertem-se em forças que não é possível dominar.”

(Gustave Le Bon)

RESUMO

A retórica é uma forte aliada de grandes líderes políticos, por essa razão este trabalho se propõe a analisar os principais conceitos retóricos utilizados por Luiz Inácio Lula da Silva e Jair Messias Bolsonaro – os dois políticos mais influentes da atualidade no Brasil – durante a campanha eleitoral de 2022. Dessa forma, são analisados discursos de ambos, em situações equivalentes, a fim relacioná-los com noções clássicas e modernas da retórica. Sob essa ótica, os dois líderes podem ser considerados exitosos, em alguma medida, na prática persuasiva, a observar pelo cenário de polarização reforçado em boa parte pelo uso dessas concepções da retórica.

Palavras-chave: Lula; Bolsonaro; Retórica; Persuasão; Campanha Eleitoral; Comunicação política.

ABSTRACT

Rhetoric is a powerful tool for great political leaders, and this work aims to analyze the main rhetorical concepts utilized by Luiz Inácio Lula da Silva and Jair Messias Bolsonaro – the two most influential politicians in Brazil today – during the 2022 electoral campaign. The speeches of both leaders are compared in equivalent situations with classical and modern notions of rhetoric to examine their effectiveness in persuasion. This analysis reveals that both leaders can be considered successful, to some extent, in their use of rhetoric, as demonstrated by the heightened polarization observed during the campaign, largely due to the deployment of these rhetorical concepts.

Keywords: Lula; Bolsonaro; Rhetoric; Persuasion; Election Campaign; Political Communication.

LISTA DE IMAGENS

Figura 1 - Lula discursando no lançamento de sua campanha em São Bernardo do Campo (SP).....	28
Figura 2 - Lula discursando no lançamento de sua campanha em São Bernardo do Campo (SP).....	28
Figura 3 - Lula discursando no lançamento de sua campanha em São Bernardo do Campo (SP).....	28
Figura 4 - Lula discursando no lançamento de sua campanha em São Bernardo do Campo (SP).....	28
Figura 5 - Bolsonaro discursando no lançamento de sua campanha em Juiz de Fora (MG).....	32
Figura 6 - Bolsonaro discursando no lançamento de sua campanha em Juiz de Fora (MG).....	32
Figura 7 - Bolsonaro discursando no lançamento de sua campanha em Juiz de Fora (MG).....	32
Figura 8 - Bolsonaro discursando no lançamento de sua campanha em Juiz de Fora (MG).....	32
Figura 9 - Bolsonaro discursando no dia sete de setembro em Brasília (DF).....	36
Figura 10 - Bolsonaro discursando no dia sete de setembro em Brasília (DF).....	36
Figura 11 - Bolsonaro discursando no dia sete de setembro em Brasília (DF).....	36
Figura 12 - Bolsonaro discursando no dia sete de setembro em Brasília (DF).....	36
Figura 13 - Lula em vídeo divulgado no dia sete de setembro como resposta a Bolsonaro.....	39
Figura 14 - Lula em vídeo divulgado no dia sete de setembro como resposta a Bolsonaro.....	39
Figura 15 - Lula em vídeo divulgado no dia sete de setembro como resposta a Bolsonaro.....	40
Figura 16 - Lula em vídeo divulgado no dia sete de setembro como resposta a Bolsonaro.....	40
Figura 17 - Bolsonaro em comício no dia 26 de outubro em Uberlândia (MG).....	42
Figura 18 - Bolsonaro em comício no dia 26 de outubro em Uberlândia (MG).....	42
Figura 19 - Bolsonaro em comício no dia 26 de outubro em Uberlândia (MG).....	43
Figura 20 - Bolsonaro em comício no dia 26 de outubro em Uberlândia (MG).....	43

Figura 21 - Lula em coletiva de imprensa no dia 29 de outubro em São Paulo (SP).....	45
Figura 22 - Lula em coletiva de imprensa no dia 29 de outubro em São Paulo (SP).....	45
Figura 23 - Lula em coletiva de imprensa no dia 29 de outubro em São Paulo (SP).....	46
Figura 24 - Lula em coletiva de imprensa no dia 29 de outubro em São Paulo (SP).....	46

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Características dos Gêneros Discursivos de Aristóteles.....	19
Tabela 2 - Meios de Persuasão.....	21
Tabela 3 - Classificação e função das falácias	23
Tabela 4 - Trechos comparativos dos discursos de Lula.....	49
Tabela 5 - Trechos comparativos dos discursos de Bolsonaro.....	49

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	12
1.1. Apresentação de tema.....	12
1.2. Justificativa.....	13
1.3. Objetivo geral.....	13
1.4. Objetivos específicos.....	13
1.6. Estrutura da monografia.....	14
2. REFERENCIAL TEÓRICO.....	14
2.1. Discurso e Política.....	14
2.2. Retórica.....	16
2.3. Ferramentas para discursos persuasivos.....	21
2.3.1. Usos da linguagem na retórica.....	21
2.3.2. Falácias.....	23
3. METODOLOGIA.....	24
3.1. Seleção dos objetos de estudo.....	24
3.2. Análise retórica de falas dos candidatos.....	25
4. ANÁLISES.....	26
4.1. Contextualização da campanha eleitoral de 2022.....	26
4.2. Lançamento da campanha de Lula.....	27
4.3. Lançamento da campanha de Bolsonaro.....	31
4.4. Discurso de Bolsonaro no 7 de setembro.....	35
4.5. Resposta de Lula ao 7 de setembro.....	38
4.6. Discurso de Bolsonaro às vésperas do segundo turno.....	41
4.7. Discurso de Lula às vésperas do segundo turno.....	45
4.8. Análise geral dos discursos.....	48
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	51
6. REFERÊNCIAS.....	54

1. INTRODUÇÃO

1.1. Apresentação do tema

Luiz Inácio Lula da Silva e Jair Messias Bolsonaro são os maiores líderes políticos da atualidade no Brasil. Ambos contam com uma base de apoio significativa e o que eles falam tem grande importância e visibilidade. Eles são conhecidos por suas maneiras particulares de estabelecer uma comunicação que influencia a audiência. Isso, combinado às pautas ideológicas que defendem, faz com que eles liderem verdadeiros movimentos políticos e sociais. Pode-se considerar que quando eles falam, milhares – possivelmente milhões – de pessoas escutam e seguem essas reflexões.

Nas eleições de 2022 no Brasil, esses líderes se enfrentaram em uma disputa como nenhuma outra da história democrática do país. Com um número de indecisos atipicamente baixo (PORTO, 2022)¹, a maior parte dos eleitores estava dividida entre os dois candidatos. Apesar disso, contar apenas com os apoiadores mais comprometidos não seria suficiente para garantir a vitória nem de um, nem de outro, sendo necessário equilibrar o discurso para mantê-los engajados e, ainda, atrair outras pessoas.

Nesse sentido, há de se destacar que, como chefes políticos, eles também conquistaram muitos desafetos e rejeição durante suas trajetórias. Nesse contexto, as habilidades de persuasão deles precisaram ser ainda mais eficientes para que conseguissem de fato alcançar um público maior que, em muitos casos, tinha mais motivos para reprová-los do que o contrário.

Posto isso, surge o interesse em entender se/como esses oradores empregam os conceitos da retórica para viabilizarem a aceitação de suas ideias e deles próprios. Afinal, embora se ouça falar muito da espontaneidade de um ou de outro, é preciso admitir que, em algum grau, há uma construção metodológica nas narrativas que cada um adota. Dessa forma, pensar quais as ferramentas que potencializam os seus argumentos e como eles são aceitos – ou não – pela audiência.

¹Disponível em:

<https://www.cnnbrasil.com.br/politica/analise-indecisos-representam-atualmente-6-do-eleitorado-aponta-ipecc/> Acesso em: 26 de janeiro de 2023.

Dessa forma, os problemas que se colocam a essa pesquisa são: Quais são os elementos retóricos utilizados por Luiz Inácio Lula da Silva e Jair Messias Bolsonaro em suas respectivas campanhas eleitorais?

1.2. Justificativa

Entender e se aprofundar nos discursos de Lula e Bolsonaro faz-se importante pela notável força de influência de ambos. A retórica – saber que se dedica a capacidade de argumentação para se chegar à persuasão – é, portanto, ferramenta fundamental para a compreensão desse cenário onde as ideias desses dois candidatos são admitidas por tantas pessoas. Além disso, não é de hoje que a política utiliza dos métodos da retórica; no geral, os grandes líderes políticos da história eram também excelentes oradores. Isso é natural considerando que para que seja possível a disseminação e aplicação de ideias é necessário que o público esteja plenamente persuadido.

No âmbito pessoal, o interesse pelo tema nasce de um certo encanto por essa dinâmica de palavras que estrutura argumentos para conduzir a audiência ao que se deseja. Perceber o quanto uma situação, de qualquer esfera, pode ser impactada a depender apenas do que e como se fala é realmente impressionante. Junto a isso, há também uma necessidade de compreender a política em sua essência, visto que o que é dito nesse contexto reflete diretamente na vida social. Entender nas entrelinhas o que os representantes políticos de fato dizem é um movimento democrático, uma vez que, dessa forma, as decisões são tomadas de modo mais consciente e assertivo.

1.3. Objetivo geral

Identificar e discutir como conceitos retóricos estão sendo utilizados pelos dois principais líderes políticos do Brasil na atualidade, além de entender quais os efeitos disso para a persuasão deles.

1.4. Objetivos específicos

- Relacionar os principais elementos retóricos com os discursos de Lula e Bolsonaro;
- Apontar possíveis semelhanças nos discursos dos dois apesar de todas as diferenças ideológicas;
- Compreender como o contexto político e social no qual cada evento ocorre influencia na estruturação desses discursos.

1.5. Estrutura da monografia:

A primeira parte deste trabalho dedica-se à apresentação de conceitos teóricos que ajudam na construção do conhecimento necessário para as análises propostas. Dessa forma, com apoio na teorias apresentadas por Patrick Charaudeau, vê-se já no começo a relação entre discurso e política e como a persuasão começa a ser preciosa nessa dinâmica. Após isso, aprofunda-se no entendimento dos princípios da retórica trazendo as ideias de Aristóteles como pilar dessa construção teórica e as combinando com noções mais modernas como as de Samuel Mateus e Maytê Carvalho. Tudo isso a fim de elencar os elementos básicos do discurso persuasivo.

Após a realização desse panorama teórico, apresenta-se os métodos utilizados para a construção da pesquisa, mostrando quais os critérios de escolha dos discursos e como foram feitas as análises. A partir daí, parte-se para essas análises práticas, começando com uma contextualização do cenário eleitoral de 2022, passando pelo estudo individual de cada discurso e, por fim, uma visão geral sobre eles.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1. Discurso e Política

A forte relação entre o discurso e a política é algo que já tem sido evidenciado há bastante tempo. No livro *Discurso Político* (2011), Patrick Charaudeau detalha essa relação e mostra como essas duas coisas não podem ser desconectadas. O autor elucida que a ação política baseia-se em organizar os interesses sociais em

prol do bem comum, para tanto, faz-se necessário que os valores sociais sejam previamente alinhados e acordados. Esse momento de organização dos interesses sociais cria o que o autor chama de “espaço de discussão”.

O espaço de discussão seria onde os políticos buscam legitimação diante dos diversos atores do meio: partidos, outros políticos, sindicatos, mídia e, principalmente, a população. Isso é o que Habermas (apud CHARAUDEAU, 2011, p. 19) chama de “produção comunicativa de um poder legítimo”. Apenas com essa validação é possível acessar o poder e a governabilidade. Dessa forma, Patrick Charaudeau argumenta que “Isso faz com que ao espaço de discussão que determina os valores responda um *espaço de persuasão* no qual a instância política, jogando com argumentos da razão e da paixão, tenta fazer a instância cidadã aderir à sua ação” (CHARAUDEAU, 2011, p. 19).

Fica evidente, desse modo, o local em que o discurso começa a ter influência na política. Ainda como evidência desse vínculo, tem-se a noção de que o poder político é constituído a partir da atuação conjunta entre ação e linguagem. A palavra, embora sozinha não construa um governo, age em diversos momentos para coordenar e viabilizar a ação. Assim, o autor afirma que “O governo da palavra não é tudo na política, mas a política não pode agir sem a palavra” (CHARAUDEAU, 2011, p. 21).

Tendo atestado a relação da linguagem com a política, Patrick Charaudeau aprofunda a discussão trazendo o que ele considera ser o maior desafio para os políticos: a escolha dos valores. Isso se justifica porque não basta o político apresentar apenas as próprias opiniões, já que, para ser escolhido, ele precisa de um apoio quantitativo majoritário. Acontece que essa maioria raramente tem o pensamento alinhado, sendo necessário a união de posicionamentos diversos que agem em prol de valores dominantes. Dessa maneira, o político precisa administrar as suas próprias convicções, a fim de preservar o voto de seus eleitores e as convicções que ele julga ser da maioria.

Esse desafio não acaba na escolha dos valores, a maneira como eles serão divulgados é essencial à consolidação de um projeto político. Nesse caso, o autor argumenta que a apresentação dos valores precisa atender o que ele chama de “Condições de Simplicidade e de Argumentação” (CHARAUDEAU, 2011, p. 97). No que se refere às Condições de Simplicidade, é necessário que o político simplifique seu discurso a ponto de conseguir falar com as maiores parcelas da população,

contemplando toda sua diversidade. Porém, ele destaca que a tentativa de reduzir algo complexo sempre pode resultar na “perda de um pouco de verdade” (CHARAUDEAU, 2011, p. 98). Esse processo de simplificação das ideias usa o que o autor chama de um duplo procedimento: a singularização e a essencialização. O autor define cada um destes procedimentos desta forma:

A singularização consiste em evitar a multiplicação das ideias, pois essa multiplicação pode confundir os espíritos não habituados à especulação intelectual. Expressar uma ideia de cada vez garantiria a clareza e permitiria que a atenção do auditório fosse totalmente focalizada e concentrada nessa ideia isolada e única.

A *essencialização* consiste em fazer com que uma ideia seja inteiramente contida, reunida e condensada em uma noção que existiria em si, de maneira natural, como uma essência, independente de outra coisa que não ela mesma. Para tanto ela é apresentada de forma nominalizada (CHARAUDEAU, 2011, p. 98).

Ambos os procedimentos afastam a complexidade e prejudicam a exatidão das ideias. O discurso político incorporou procedimentos dessa natureza na busca por alcançar e impactar o público.

Já com relação às Condições Argumentativas, o autor volta a falar sobre a persuasão nos discursos políticos. Ele diz que, nesse caso, o grande desafio não é a verdade, mas a veracidade. O político busca convencer a audiência de que o que ele crê ser verdadeiro, de fato o é. Essa estratégia também leva a uma hiper simplificação das ideias, já que é usada de maneira a propor argumentos causais simples.

Demonstrada a conexão entre discurso e política e a participação relevante da persuasão em tal elo, fica claro como a retórica é um fator chave para o processo político. É possível, portanto, partir agora para um entendimento mais detalhado sobre esse conhecimento.

2.2. Retórica

A retórica tem sido estudada há mais de dois mil anos e durante todo esse tempo foi explorada por diversos autores que trouxeram inúmeras contribuições. Talvez a primeira grande contribuição para o entendimento da retórica tenha sido a de Aristóteles em seu livro *Retórica* (2019), onde ele estabelece os conceitos básicos dessa área. Aristóteles via a retórica como uma arte, a arte de falar bem em

público e de se comunicar de maneira eficaz. Além disso, a via também como uma ferramenta ampla e poderosa, como assim ele explica:

Quanto à retórica, todavia, vemo-la como o poder, diante de quase qualquer questão que nos é apresentada, de observar e descobrir o que é adequado para persuadir. E esta é a razão por que a retórica não aplica suas regras a nenhum gênero particular e definido (ARISTÓTELES, 2019, p. 40).

É possível também observar no trecho acima que a retórica objetiva a persuasão. Desse modo, o autor adiciona que os meios de persuasão são o verdadeiro espírito dessa arte. Outra questão essencial apresentada por Aristóteles é que a persuasão só é aplicável às coisas passíveis de alternativas a serem discutidas, assim diz o autor:

Ora, nós deliberamos acerca de questões que parecem nos oferecer a possibilidade alternativa de duas soluções opostas; pelo contrário, no que diz respeito a coisas que não podem nem ter sido, nem tornar-se, nem ser diferentemente, ninguém que percebe sua natureza perde seu tempo a deliberar; sem mais, admite-se o fato (ARISTÓTELES, 2019, p. 40).

Após tanto tempo desde as proposições de Aristóteles, é natural que, mesmo mantendo os fundamentos principais, ocorram algumas mudanças na própria configuração da arte, devido às alterações sociais com o passar dos séculos. Nesse sentido, o autor Samuel Mateus traz em seu livro, *Introdução à Retórica no século XXI* (2018), variáveis que representam como a retórica é aplicada e entendida nos dias atuais. A mediatização e comunicação para as massas são os principais norteadores dessa mudança (MATEUS, 2018).

Aristóteles acompanhava a retórica sendo aplicada num contexto em que os encontros presenciais em um determinado horário e com um auditório limitado eram a ordenação possível. Nessa condição, ele apresenta o processo retórico com um triângulo, onde nos vértices da base ficavam o auditório e o orador e no vértice superior a mensagem. Contudo, com o advento dos meios de comunicação como rádio, televisão, internet etc., Samuel Mateus destaca que o orador passa a trabalhar sem restrição de tempo ou espaço. Ou seja, o discurso, após veiculado, pode ser reproduzido para uma quantidade ilimitada de pessoas a qualquer momento. Isso também significa uma mudança nos meios de persuasão, porque a mensagem adapta-se a depender do meio em que é transmitida, como destacado pelo autor:

O interesse pela mediatização da Retórica é devido, não apenas, à quantidade de interações persuasivas que são agilizadas pelos meios de comunicação de massa, como também, porque é a própria organização persuasiva que se transforma assim que sofre a influência dos Media (MATEUS, 2018, p. 159).

Devido a toda essa influência dos meios de comunicação nas formas de persuasão, Fidalgo (apud MATEUS, 2018, p. 162) apresenta uma nova proposta para o triângulo de Aristóteles. Nessa proposta, Fidalgo adiciona os meios de comunicação como mais um elemento ao processo retórico, e, a partir disso, tal processo passa a ser representado por um quadrado, em que os quatro elementos – meios de comunicação, mensagem, auditório e o orador – estão todos conectados.

Após definidos os elementos principais da retórica, faz-se necessário conhecer os tipos de discursos que são empregados por ela. Aristóteles (2019) define três gêneros de discursos retóricos, os quais são escolhidos de acordo com a audiência e que estabelecem a finalidade do discurso. Os gêneros retóricos são: o discurso deliberativo, o demonstrativo e o forense. Para o autor eles sempre são aplicados separadamente, dado que cada um serve a um objetivo específico. A seguir, serão vistos os propósitos desses gêneros.

O discurso forense ou judicial concentra-se na acusação ou defesa de alguém e, como o próprio nome já sugere, ele é muito comum no meio jurídico. Esse tipo delibera acerca de questões do passado, tentando argumentar se determinadas ações aconteceram – ou não – e como aconteceram. Além disso, o principal norteador desse gênero é o julgamento se essas ações foram justas ou injustas, tendo em vista que o justo ou injusto são definidos a partir das leis que regem um Estado ou, ainda, das leis gerais, que são princípios não escritos, mas que são adotados por todos.

O discurso deliberativo, ou discurso político, trata sobre questões relacionadas à atividade política de determinado grupo. Ele delibera acerca do futuro, buscando induzir os indivíduos a fazerem ou não determinada ação sugerida. O que fundamenta a sugestão do orador é o entendimento de isso ser útil ou danoso para aquele grupo. Ou seja, quando a aceitação de algo é aconselhada, o orador sustenta que isso será benéfico; quando propõe a rejeição, diz que isso será prejudicial. Todas as outras noções como justo ou injusto e honroso ou desonroso seriam auxiliares. Ainda segundo Aristóteles (2019), para argumentar se algo é benéfico ou não para a audiência, é necessário ter em mente o princípio da

felicidade e as coisas que a causam, visto que todas as pessoas buscam felicidade. Para isso, é importante saber o que causa ou eleva a felicidade para esse determinado público.

O discurso epidíctico busca louvar ou censurar alguém, destacando virtudes e vícios, a fim de que a audiência forme uma visão sobre o caráter da pessoa. Assim, busca-se definir se a pessoa em questão é nobre ou vil. Quanto à forma de fazer isso, vale dizer que é possível usar as características reais da pessoa para objetivos diferentes, assim como apresenta Aristóteles:

Podemos sempre idealizar um dado indivíduo exibindo as virtudes que guardam alguma semelhança com suas qualidades reais, dizendo, por exemplo, que o homem passional e colérico é franco, ou que o arrogante é elegante ou majestoso (ARISTÓTELES, 2019, p. 69).

Outra questão importante nesse discurso é o que o autor chama de circunstâncias agregadas, as quais se referem às características que não necessariamente são escolhas da pessoa, mas que influenciam na forma como ela é vista, tal como nascer em uma família de boa reputação ou ter acesso à educação de qualidade.

Isto posto, de forma destacada e resumida, as principais características dos gêneros discursivos são:

Tabela 1 - Características dos Gêneros Discursivos de Aristóteles

	Tempo	Ação	Valores
Discurso Forense	Passado	Acusar ou Defender	Justo ou Injusto
Discurso Deliberativo	Futuro	Aconselhar ou Desaconselhar	Útil ou Danoso
Discurso epidíctico	Presente	Louvar ou Censurar	Nobre ou Vil

Fonte: Elaborada pela autora com base no livro *Retórica* (2019) de Aristóteles, 2023.

Em todos esses tipos de discurso, o fundamental é conhecer a audiência. No caso deliberativo, as razões que levam um indivíduo a realizar certa ação podem ser diferentes das razões que levam outro a realizar a mesma ação. No caso do discurso demonstrativo, se a plateia já tem um apreço pela figura apresentada, o rumo do discurso é diferente daquele feito para a plateia que demonstra indiferença ou desafeição pela figura.

Ademais, mesmo tendo em conta essa questão do público, há de se considerar que existem distinções significativas entre o auditório da época de Aristóteles e a audiência de hoje. Samuel Mateus (2018) destaca bem essas diferenças e, no sentido dos tipos de discurso, ele aponta que os propósitos do público contemporâneo podem ser múltiplos, portanto, há a possibilidade de uma declaração recorrer a mais de um desses gêneros. Ele ressalta ainda a questão de a audiência hoje ser mais heterogênea e difícil de definir. Além disso, que os recursos visuais hoje têm mais relevância e a atenção está mais escassa.

Após definir para quem o discurso é direcionado e a finalidade do mesmo, é necessário aplicar os meios de persuasão para estruturar os argumentos. Os meios de persuasão são os elementos aos quais os oradores precisam recorrer para persuadir o público de maneira mais eficaz. Todos esses elementos precisam aparecer nos discursos, alguns em maior ou menor grau, a depender do contexto. Para Aristóteles (2019), há três meios de persuasão que dependem da arte retórica, ou seja, que se pode construir com o método da retórica. Eles dizem respeito ao caráter do orador, ao sentimento que o discurso transmite e ao seu sentido lógico. Esses meios são conhecidos pelos nomes *Ethos*, *Pathos* e *Logos*, respectivamente.

De forma mais detalhada, o *Ethos* refere-se à credibilidade do orador, é o que diz para o público o porquê se deve confiar no que é dito por essa pessoa. Já o *Pathos* ocupa-se das emoções, de como a audiência se sente em relação ao assunto. Sobre isso, Aristóteles (2019) destaca que é preciso conhecer qual a disposição da pessoa que sente a emoção almejada e quais são os fatores capazes de despertar isso. Para que seja efetivo, o orador precisa, ainda, colocar-se no estado de espírito ideal para o sentimento desejado, de forma que não há como transmitir felicidade apresentando uma postura de cólera. Por fim, ao *Logos* cabe a parte racional do discurso, onde se mostra a lógica da proposta apresentada. Os discursos podem ser mais ou menos emotivos ou mais ou menos lógicos, mas nunca totalmente lógicos nem completamente emotivos.

Outros meios de persuasão apresentados por Aristóteles são os entimemas e os exemplos. Eles servem para demonstrar o que está sendo dito, algo fundamental no processo de persuasão. Como Aristóteles diz:

Ora, a persuasão é um tipo de demonstração (uma vez que nos sentimos o mais plenamente persuadidos quando julgamos que uma coisa foi

demonstrada); a demonstração do orador é um entimema, sendo este, em geral o mais eficaz dos meios de persuasão (ARISTÓTELES, 2019, p. 38).

O entimema é o que ocorre quando, a partir de premissas majoritariamente aceitas, uma outra premissa faz-se verdadeira. Logo, é possível concluir que um exemplo de entimema é: quem pratica corrupção é criminoso. A partir disso, entende-se que a corrupção é um crime e não deve ser praticada, ideia que já está fixada no imaginário geral. Já o exemplo é quando se parte de casos semelhantes para induzir a audiência à conclusão almejada, portanto: no país X, manifestações como essas culminaram no *impeachment* do presidente, aqui pode ter o mesmo fim. Desta forma, é possível que o público veja com clareza o que o orador quer dizer. Esses dois meios de persuasão contribuem para o *Logos* do discurso, já que dão sentido ao que está sendo dito. Como dito anteriormente, Samuel Mateus (2018) apresenta que, para a audiência contemporânea, os recursos visuais são bastante priorizados. Desse modo, para além da demonstração narrando caso a caso, hoje a exposição, com figuras, vídeos etc., faz-se muito mais eficaz em termos de atestar o que é dito. A seguir apresenta-se os meios de persuasão de forma resumida:

Tabela 2: Meios de Persuasão

Meios de Persuasão	Objetivos	Recursos
Ethos	Atestar a credibilidade do orador	Experiência prévia e conhecimento sobre o assunto.
Pathos	Despertar a emoção do auditório.	Sentimentos que podem ajudar a comover e engajar o auditório.
Logos	Trazer lógica ao discurso, argumentos mais racionais.	Dados e exemplos.
Demonstração	Demonstrar com auxílio de situações parecidas ou entendimentos gerais o ponto de vista do orador.	Entimemas e exemplos

Fonte: Elaborada pela autora em 2023 com base nos livros *Retórica*, de Aristóteles e *Persuasão* de Maytê Carvalho.

2.3. Ferramentas para discursos persuasivos

2.3.1. Usos da linguagem na retórica

A linguagem é o meio pelo qual o discurso acontece, por conseguinte, é uma ferramenta que também oferece uma série de artifícios para a construção da persuasão. Essa relação entre linguagem e retórica já é percebida desde Aristóteles, mas somente no século XX – assim como mostra José Luiz Fiorin em seu livro *Figuras de Retórica* (2014) – é que essa ligação é de fato estabelecida. A partir disso, torna-se mais explícito quais e como os elementos da linguagem conseguem auxiliar na construção e no entendimento do argumento.

Nesse sentido, Roman Jakobson (apud FIORIN, 2014) considera a metáfora e a metonímia como elementos basilares, presentes na maioria dos discursos. Seguindo as explanações de Fiorin e Citelli sobre como cada uma dessas figuras agem no sentido persuasivo, temos:

Metáfora: A metáfora é uma concentração semântica. No eixo da extensão, ela despreza uma série de traços e leva em conta apenas alguns traços comuns a dois significados que coexistem. Com isso, dá concretude a uma ideia abstrata [...], aumentando a intensidade do sentido. Poder-se-ia dizer que o sentido torna-se mais tônico. Ao dar ao sentido tonicidade, a metáfora tem um valor argumentativo muito forte (FIORIN, 2014, p. 34).

Metonímia: Indica a utilização de um termo em lugar de outro, desde que entre eles haja uma relação de contigüidade. A metonímia nasce, ao contrário da metáfora, de uma relação objetiva entre o plano de base e o plano simbólico do termo (CITELLI, 2002. p. 21).

Além dos reforços para o argumento, essas duas figuras ainda podem gerar outros efeitos que contribuem com a persuasão tal como a aproximação com o público e ajudam na progressão do texto sem tanta repetição. Elas também atuam em conjunto, cada hora com a dominação de uma, mas sempre se cruzando, assim Jakobson aponta que "toda metonímia é ligeiramente metafórica e toda metáfora tem um matiz metonímico" (ROMAN JAKOBSON apud FIORIN, 2014, p. 41). Embora essas duas tenham destaque no estudo de linguagem e retórica, é importante ter em mente que há outras figuras de linguagem que podem produzir efeitos persuasivos no discurso.

Dois noções apresentadas por Citelli (2002) também são relevantes ao pensar sobre o uso persuasivo da linguagem. A primeira diz respeito à ideologia das palavras, o autor mostra que as palavras são neutras em sua concepção, significam apenas aquilo que nomeiam, sem mais. Porém, com o uso contextualizado elas podem passar a significar algo além, tal como uma ideologia. Isso nos leva a segunda reflexão que é sobre a nomeação das coisas. Há casos em que o contexto

já atribui um significado para uma determinada palavra, assim, a fim de fugir dessa ideia que a palavra está associada, usa-se de outra palavra para se referir a mesmíssima coisa. Isso ultrapassa a simples busca por sinônimos, almeja o desprendimento entre o que se fala e o que realmente significa.

2.3.2. Falácias

As falácias são argumentos que aparentam ser verdadeiros, mas há algo em sua forma que os torna deturpados e/ou errôneos (SCHMAELTER)². Muitas vezes, as estratégias retóricas são combinadas com esse tipo de ferramenta para ter ainda mais efetividade na persuasão. Desse modo não seria possível um estudo detalhado sem passar por esse tópico.

Nesse cenário, as falácias podem auxiliar todos esses meios de persuasão, seja para aumentar ou diminuir a credibilidade do argumento, para atribuir sentido, demonstrar um ponto etc. Todavia, isso seria conquistado a partir da indução da plateia ao erro. Há vários tipos de falácias, as quais podem ser encontradas nos mais diversos contextos. A seguir, vê-se os principais formatos:

Tabela 3 - Classificação e função das falácias

Tipo	Meio	Objetivo
Ad Hominem	Ataque ao caráter em detrimento do argumento.	Desviar da pergunta ou assunto colocado em questão do debate/discussão.
Ad Baculum	Coação / medo.	Intimidar a outra pessoa para que o argumento seja aceito.
Ad Populum	Popularidade	Usar a popularidade/quantidade como atestado de qualidade.
Ad Verecundiam	Autoridade / ethos	Validar o argumento a partir de uma autoridade.
Ad Misericordiam	Misericórdia	Despertar a dó e a misericórdia do interlocutor.
Falso Dilema	Falsas Dicotomias	Criar dilemas que não existem.
Generalização Apressada	Generalização	Transformar exceções ou estereótipos em regras;

² Disponível em: <https://www.infoescola.com/filosofia/falacia/> Acesso em: 30 mar 2022.

Post Hoc	Falsa Causalidade	Criar relações de causalidade que não existem.
Inversão do Ônus da Prova	Inversão do Ônus da Prova	Transferir para o outro a responsabilidade de provar a sua afirmação.
Falsa Analogia	Falsa Analogia	Tirar, a partir de uma afinidade entre duas coisas, uma conclusão que não se sustenta por essa afinidade.

Fonte: Elaborada pela autora com base no livro *Persuasão: Como usar a retórica e a comunicação persuasiva na sua vida pessoal e profissional* de Maytê Carvalho, 2023.

3. METODOLOGIA

3.1. Seleção dos objetos de estudo

A escolha da amostra dos discursos de Lula e Bolsonaro foi guiada pela necessidade de encontrar os discursos que melhor dispusessem de elementos retóricos. Sobre isso, vale destacar que essa seleção se baseou na amostra intencional, ou seja, seguindo os critérios estabelecidos pela autora. A partir disso, o período de análise foi delimitado para o tempo de campanha eleitoral de 2022, visto que é o momento em que a persuasão domina os discursos dos candidatos que buscam convencer os eleitores a os escolherem. Tendo o período definido, coube-nos escolher quais discursos seriam analisados. Para isso foram usados os critérios de relevância do discurso, repercussão e o momento estratégico no qual foi feito. Além disso, buscou-se manter uma equivalência entre os discursos de ambos os candidatos.

A primeira pesquisa para encontrar as declarações na íntegra foi feita no Google, depois no YouTube. Nessas ferramentas foi possível encontrar diversos vídeos dos dois candidatos no período eleitoral, porém havia alguns que não estavam completos. Dessa forma, o próximo passo foi verificar nas redes sociais de ambos, já que eles também postaram alguns eventos. Foram encontrados vídeos na íntegra no Facebook e também no canal do YouTube deles. Todos os vídeos selecionados foram salvos para o caso de serem excluídos dessas contas. Os termos usados nessas pesquisas foram: “discursos de Bolsonaro 2022”; “discursos de Lula 2022”; “campanha de Bolsonaro 2022”; “campanha de Lula 2022”. Além de outros de situações específicas como: “Bolsonaro sete de setembro 2022”; “Lula setembro”; “Bolsonaro lançamento de campanha”; “Lula sete de setembro”.

Após essa pesquisa, foram encontrados vinte vídeos na íntegra que tinham potencial para serem analisados. Desses vinte, seis foram escolhidos para compor o trabalho, são eles: o lançamento de campanha de ambos, justamente por marcar o ponto de partida e dar o tom que seria adotado durante a campanha; o discurso de sete de setembro por ter sido uma data que repercutiu bastante as falas de Bolsonaro e por ter contado com uma resposta direta de Lula; e por fim, discursos dos dois às vésperas do segundo turno por marcar os últimos momentos antes de um resultado definitivo e também por sinalizar uma mudança no tom das campanhas.

3.2. Análise retórica de falas dos candidatos:

Após a seleção dos vídeos, foi necessário transcrever as falas de cada candidato com o auxílio de um programa online para viabilizar uma análise mais atenta. Vale ressaltar que este trabalho se concentrou apenas na estrutura dos argumentos, ou seja, na questão textual. Há outros aspectos da retórica que podem ser explorados, como a comunicação não verbal, mas ficarão para outras oportunidades. Dito isso, iniciou-se de fato o estudo desses discursos. A principal diferença na análise da retórica é que o foco está no argumento, ou seja, como o orador usa de elementos retóricos para convencer o interlocutor sobre o seu ponto de vista. Sobre isso, Samuel Mateus acrescenta: “A Análise Retórica concentra-se, então, nos elementos argumentativos. Não se trata de um trabalho objectivo pois, enquanto interpretação, é uma operação analítica impregnada de subjetividade” (MATEUS, 2018, p. 190).

Deste modo, buscou-se identificar quais são os argumentos apresentados por cada um dos candidatos nesses eventos e, a partir disso, aplicar os conhecimentos apresentados no referencial teórico, sempre considerando o contexto e o público a quem ele se direciona.

Como supracitado, Aristóteles apresenta elementos que são essenciais para todo discurso retórico, são eles: gêneros discursivos e os meios de persuasão. Por isso, esses elementos foram analisados em todos os discursos selecionados. Além disso, outros autores como José Luiz Fiorin e Maytê Carvalho trazem conceitos auxiliares que compõem o texto retórico, como o uso da linguagem e as falácias. Porém, como conceitos auxiliares, não há uma ocorrência imperativa deles. Dessa

forma, vale reforçar que, fora os gêneros deliberativos e meios de persuasão, não há uma obrigação de se aplicar todos os conhecimentos trazidos no referencial, eles foram apontados conforme iam aparecendo em cada caso.

4. ANÁLISE DAS FALAS DOS CANDIDATOS:

4.1. Contextualização da campanha eleitoral de 2022:

As eleições de 2022 do Brasil ocorreram em um cenário de extrema polarização no país. Esse cenário começou a ser visto desde 2014 (LIRA, 2022)³ com a ascensão do antipetismo após diversos escândalos de corrupção que envolviam o Partido dos Trabalhadores (PT). Entretanto, ele ganha força mesmo a partir das eleições de 2018 com Jair Messias Bolsonaro se apresentando como representante máximo desse movimento.

Em 2018, Luiz Inácio Lula da Silva, o atual presidente da República e principal líder do PT, foi preso e impedido de disputar as eleições. Enquanto isso, Bolsonaro crescia como candidato à presidência da República, enquanto explorava essa condenação e todos os escândalos que envolviam o partido adversário. Uma das grandes demonstrações feitas por ele foi convidar o ex-juiz Sérgio Moro, responsável pela condenação de Lula, para ser seu Ministro da Justiça. Além disso, Bolsonaro também defende pautas mais conservadoras e à direita do espectro político. Com essa combinação de fatores, Bolsonaro venceu as eleições de 2018 no segundo turno contra o candidato petista Fernando Haddad.

Durante todo o tempo em que esteve preso, Lula defendeu a sua inocência e caracterizou o que estava acontecendo como perseguição política (BAND, 2019)⁴. Essa narrativa sustentou grande parte de seus apoiadores mobilizados. Em 2019, ele foi solto após o Supremo Tribunal Federal (STF) anular suas condenações. A partir de então, o presidente se manteve crítico ao governo de Bolsonaro e já dando indícios que poderia concorrer contra o incumbente em 2022.

³Disponível em: <https://www.politize.com.br/polarizacao-politica-implicacoes/> Acesso em: 25 de janeiro de 2022.

⁴ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=UTBKCWQLmxY> Acesso em: 25 de janeiro de 2022.

É depois de todos esses acontecimentos que o país chega às eleições de 2022, agora com a polarização ainda mais veemente e com uma guerra ideológica declarada. Após a confirmação de ambos na corrida eleitoral e dos demais concorrentes, começou a campanha. Embora os outros candidatos ao cargo da presidência conseguissem angariar uma quantidade considerável de votos, seus números não se aproximavam dos dois líderes nas pesquisas: Lula e Bolsonaro. Além do clima tenso entre os dois candidatos, os apoiadores também estavam com os ânimos exaltados, fazendo com que essa eleição ficasse marcada por rompimentos entre famílias e amigos e até pela violência (JUNQUEIRA, 2022), (D'ALMEIDA, 2022)⁵. Posto tudo isso, parte-se para as análises individuais das falas desses candidatos durante a campanha eleitoral.

4.2. Lançamento da campanha de Lula:

As campanhas começaram no dia 16 de agosto de 2022, de acordo com o calendário do Tribunal Superior Eleitoral (TSE, 2022)⁶. A partir daí, os candidatos puderam iniciar a realização de comícios e, de fato, pedir votos. Nesse mesmo dia, o candidato Lula escolheu o seu berço político para inaugurar a campanha e discursou na frente da fábrica da Volkswagen do Brasil, na Via Anchieta, em São Bernardo do Campo (SP). O discurso teve quase 25 minutos de duração e contou com a presença de estudantes do Senai, trabalhadores e autoridades sindicais e políticas (PODER360, 2022)⁷. A seguir, algumas imagens desse momento que marcou o começo da campanha de candidato:

Imagens 1, 2, 3 e 4 - Lula discursando no lançamento de sua campanha em São Bernardo do Campo (SP)

⁵Disponível em:

<https://www.cnnbrasil.com.br/politica/guarda-municipal-e-morto-em-foz-do-iguacu-durante-festa-de- aniversario-com-tema-sobre-o-pt/> Acesso em: 25 de janeiro de 2022.

Disponível em:

<https://g1.globo.com/sp/santos-regiao/noticia/2022/10/06/petista-que-matou-bolsonarista-no-litoral-de-sp-esta-muito-arrepentido-diz-delegado.ghtml> Acesso em: 25 de janeiro de 2022.

⁶Disponível em: <https://www.tse.jus.br/eleicoes/calendario-eleitoral/calendario-eleitoral> Acesso em: 20 de dezembro de 2022.

⁷ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=AHRKOGFZs0k> Acesso em: 13 de dezembro de 2022.



Fonte: Captura de tela do discurso de Lula transmitido via canal do YouTube do Poder360, em 2022.

Neste discurso de abertura, Lula fala sobretudo sobre seu tempo como trabalhador metalúrgico, sua participação nos movimentos sindicais e as lutas das quais participou por mais direitos aos trabalhadores da classe. Ele lembra detalhadamente alguns acontecimentos dessa época e como isso foi moldando a trajetória que teve. Há também espaço para rememorar o governo que ele liderou e a situação do país nesse período. Junto a isso, ele também faz críticas ao governo e comportamento de Bolsonaro e busca evidenciar os resultados ruins dessa administração.

Essas escolhas, principalmente no que se refere ao local e ao que foi dito, são bastante significativas por recorrer ao passado trabalhista e sindicalista do candidato. Esse movimento estabelece uma conexão com o público presente, que é formado principalmente por trabalhadores da mesma categoria que a dele. Dessa forma, o candidato já monta uma narrativa de identificação, isto é: “eu sou como vocês”. Além disso, ele ainda reforça o seu posicionamento no que diz respeito às causas trabalhistas, o que norteou toda a sua vida política. Alguns trechos que mostram isso são:

Eu venho na porta da Volkswagen desde 1969, certamente a maioria de vocês não tinham sequer nascido, não eram nem projeto de gente quando eu já vinha na porta Volkswagen [...]. Mas eu queria vir aqui, eu queria vir aqui não só para agradecer a vocês, mas porque foi aqui que tudo aconteceu na minha vida. Foi aqui que eu aprendi a ser gente, foi aqui que eu adquiri consciência política. E foi por causa de vocês que eu acho que eu fui um bom presidente da República. (PODER360, 2022).

O gênero deliberativo ou político, que busca aconselhar ou desaconselhar alguma ação, é o mais aparente nesse discurso de lançamento de campanha. Isso é comum para esse tipo de situação, já que o objetivo do discurso é muito claro: convencer os eleitores a votarem nele, e não em seu oponente. Como esse gênero “Preocupa-se com bem-estar do auditório e a necessidade de ajustar no presente o curso de acção com vista ao sucesso futuro” (MATEUS, 2018, p. 98), Lula primeiro apresenta o problema presente – o governo de Bolsonaro – e, em seguida, atende ao princípio de felicidade fazendo promessas que ele entende que ocasionariam tal sentimento nesse público. Essas promessas são em torno da diminuição da pobreza e melhores condições de trabalho, o que ele acredita ser útil para o Brasil.

Os discursos epidíctico e forense também compõem a fala de Lula, mas de maneira menos expressiva. Alguns exemplos desses momentos são: “Um presidente que mente sete vezes ao dia, mente sete vezes ao dia com fake news. Um presidente que mente para os evangélicos todo santo dia” (PODER360, 2022). E ainda:

[...] desde a proclamação da República em 1889, quando o Marechal Deodoro assumiu a presidência até hoje, tirando apenas 15 anos de Getúlio e 20 do regime militar, não teve um presidente que gastasse 10% do que o Bolsonaro está gastando. (PODER360, 2022).

No primeiro trecho, ele chama Bolsonaro de mentiroso, algo que diz respeito ao caráter do adversário. Isso caracteriza um discurso epidíctico porque tem a intenção de censurar, ou seja, de afetar negativamente a imagem de Bolsonaro. Já no segundo trecho, Lula trata dos gastos feitos por presidentes; nesse caso, ele acusa Bolsonaro de ter gastado mais do que qualquer outro na história democrática do país e isso corresponde ao gênero forense por referir-se a uma ação do passado e estar no âmbito do justo ou injusto. Estando claro os tipos de discurso empregados e, conseqüentemente, os objetivos da declaração, cabe-se analisar como os meios de persuasão foram empregados para a construção desse discurso.

Como mostrado antes, todo discurso precisa ter elementos de credibilidade (*Ethos*), lógica (*Logos*) e emoção (*Pathos*), mesmo que em proporções diferentes. No caso de Lula, o *Ethos* dele já tem um peso, uma vez que as pessoas já o conhecem e sabem dos seus feitos, no entanto, ainda assim, há momentos em sua fala em que ele diz para as pessoas o porquê de elas deverem acreditar nele.

Quando ele traz sua história como trabalhador metalúrgico, ou quando ele diz “a nossa luta, a luta do povo trabalhador (...)”(PODER360, 2022), ele indica para as pessoas que conhece os problemas que elas enfrentam, que sabe das lutas delas e, por isso, pode representá-las. Outro momento é quando ele traz a alta porcentagem de aprovação de seu governo. Assim, ele busca novamente evidenciar porque suas promessas merecem confiança.

Com relação ao *Logos*, quando Lula traz lógica para os argumentos, ele apresenta números que se aproximam da realidade dos ouvintes e que fazem sentido para eles. Exemplificando: de acordo com o presidente, a economia está pior do que quando ele assumiu o governo pela primeira vez em 2003. Para provar isso, ele traz alguns dados, sem citar a fonte, referentes à situação das montadoras e a produção de carros no país e especificamente naquele local. Segue um trecho:

Além da quantidade de trabalhadores, presta atenção em outro número, Haddad, em 2010, quando eu deixei a presidência, vocês estavam produzindo aqui 334.000 carros por ano, a planta da Via Anchieta produzia 334.000 carros por ano, hoje 11 anos depois, a planta da Via Anchieta está produzindo, Sérgio Nobre, apenas 141.000 unidades, três vezes menos do que aquilo que a gente produzia em 2010. (PODER360, 2022).

Isso pode ser visto como a aplicação da demonstração, um meio de persuasão, para que o argumento faça ainda mais sentido para a audiência. Nesse caso, a demonstração ocorre pelo exemplo. Sobre isso Aristóteles exprime: “Ora, o exemplo não se acha na relação da parte com o todo, nem do todo com a parte, nem do todo com o todo, mas na relação da parte com a parte, do semelhante com o semelhante” (ARISTÓTELES, 2019, p. 44). Assim, Lula coloca um exemplo da parte com a parte – a situação das montadoras hoje e de anos atrás – para sustentar o que ele argui. Então, a partir desses exemplos, ele demonstra de forma clara para aqueles trabalhadores como a economia estava melhor durante o seu governo.

Finalizando os meios de persuasão o *Pathos* também é bastante evidente nesse discurso. Os sentimentos de revolta com o governo atual e de esperança de um futuro melhor foram provocados em diversos momentos, como nos exemplos a seguir:

A gente vai ter que ganhar porque o Brasil é o primeiro produtor de proteína animal do mundo. O primeiro produtor de carne do mundo é o Brasil.

Portanto, não justifica uma mulher ficar na fila do açougue pra pegar um osso ou pegar uma carcaça de frango. Não justifica uma criança ir dormir sem ter um copo de leite. Não justifica uma criança acordar e não ter um pão com manteiga pra comer.

(...)

Você não derramou uma única lágrima para os 680 mil pessoas que morreram do Covid, você nunca se preocupou em saber quantas crianças estão órfãs porque você foi negacionista, você não acreditou na ciência, você não acreditou na medicina, você não acreditou nos governadores, você não acreditou na medicina, você acreditou na sua mentira.(PODER360, 2022).

4.3. Lançamento da campanha de Bolsonaro

O então Presidente da República e candidato à reeleição, Jair Bolsonaro, escolheu a cidade de Juiz de Fora, em Minas Gerais, para dar início a sua campanha eleitoral, também no dia 16 de agosto de 2022. Essa foi uma escolha significativa porque é a cidade onde Bolsonaro levou uma facada durante a campanha para presidente em 2018. O candidato fez dois discursos na cidade, um mais restrito, de cunho religioso, e outro maior, exatamente na esquina onde aconteceu o atentado contra sua vida. Bolsonaro relembra bastante esse incidente não só com a escolha dos lugares, mas também em ambos os discursos feitos, onde ele se diz emocionado e agradece a Deus pelo milagre de ter sobrevivido.

As transmissões do discurso feito no trio elétrico na esquina do atentado tiveram problemas de conexão e todas ficaram alguns minutos sem áudio, o que impossibilita a análise na íntegra. Sendo assim, será analisado o primeiro discurso da campanha de Bolsonaro, o qual teve 14 minutos de duração e foi feito para um público reduzido de evangélicos. Nessa declaração, o candidato foca em lembrar a sua trajetória durante os quase quatro anos de seu governo e as realizações que alcançou nesse período. Com destaque à própria atuação, ele enfatiza como o Brasil está em uma posição favorável, inclusive comparado a outros lugares do mundo como a Europa. Além disso, ele ainda dedica um espaço para expor alguns governos de esquerda da América e as crises geradas por essas administrações. Tudo isso sempre abarcando a questão religiosa. A seguir, algumas imagens do lançamento de campanha de Bolsonaro:

Imagens 5, 6, 7 e 8 - Bolsonaro discursando no lançamento de sua campanha em Juiz de Fora (MG)



Fonte: Captura de tela do discurso de Bolsonaro transmitido via Facebook, em 2022.

Falar para o público evangélico foi um movimento muito importante nessa campanha, já que era um dos grupos decisivos das eleições. No geral, essa parcela já tinha uma identificação com Bolsonaro, o que era bastante favorável a ele. Tendo isso em mente, o candidato começa o discurso com uma narrativa que transmite uma mensagem efetiva para essa audiência, colocando-se como uma espécie de “escolhido divino” e definindo alguns acontecimentos como milagres:

E eu agradeço a Deus pela minha segunda vida, em ter dado a missão de ser o chefe executivo dessa nação. Fácil não é, se fosse, não teria dado para um de nós. O Brasil estava à beira de um colapso, com problemas éticos, morais e econômicos e marchava assim, a passos largos para o socialismo. Aconteceu também o segundo milagre, uma eleição. E depois, o terceiro milagre, para quem já passou pela política, sabe do que eu estou falando, formar um Ministério não aceitando pressões partidárias. Fizemos o Ministério, a grande maioria de pessoas de bem, alguns deixaram ao longo desse tempo, mas demos uma resposta à população [...]. (BOLSONARO, 2022)⁸

Com a busca por mostrar o quão bem-sucedido foi o seu governo e de construir uma imagem de si como uma pessoa assertiva e corajosa, Bolsonaro explora elementos do gênero epidíctico em alguns momentos, como: “E entramos em 2020, lamentadamente, veio a pandemia, lamentamos as mortes. E digam vocês, tudo o que eu falei lá atrás, com muita humildade, não errei nenhuma das

⁸Disponível em: https://www.facebook.com/watch/live/?ref=watch_permalink&v=771748224153989
Acesso em: 20 de dezembro de 2022.

observações que fiz, sobre a pandemia, nem um pouco” (BOLSONARO, 2022). E ainda: “Usar a caneta bic não é fácil, não. [...] e a gente tem que se aconselhar. Às vezes eu ignoro o conselho de todo mundo, tomo a decisão sozinho, acontece. E a gente, graças a Deus, vem acertando” (BOLSONARO, 2022). Nesses e em outros trechos do discurso, Bolsonaro busca vender uma imagem de bravura, de alguém que luta contra o sistema para garantir o bem maior. Isso, se aceito pela audiência, confere louvor a sua figura.

Há ainda elementos do gênero deliberativo, mas não da forma que é comum aparecer em campanhas eleitorais. Ele não faz promessas ou apresenta projetos para caso ganhe as eleições, contudo, ele dá “indícios” do que pode acontecer caso ele não ganhe. Dessa forma, são apresentados diversos problemas de países que são comandados pela esquerda – posição política atribuída ao seu principal concorrente –, especialmente no que diz respeito à liberdade religiosa e à economia, para que os eleitores tenham a vitória de Lula. Tudo isso, como bem frisado, seria o comunismo, de acordo com ele. Assim, os princípios de felicidade e utilidade seriam garantidos elegendo alguém que evitasse que esse mesmo cenário acontecesse no Brasil, no caso Bolsonaro que sempre se apresentou como crítico desses governos.

A primeira questão sobre o raciocínio anterior é a construção, que vem sendo feita desde 2018, desse grande mal chamado comunismo ou esquerda. Isso exprime o procedimento de *essencialização*, que, nesse cenário, consiste num processo em que o uso excessivo dos termos “comunismo” e “esquerda” em contextos como esses, os carrega de concepções negativas como a perseguição religiosa, políticas de risco econômico e, até mesmo, temas como ideologia de gênero e liberação total do aborto. Isso ocorre porque essas ideias foram inúmeras vezes condensadas e apresentadas de forma nominalizada. A partir disso, “o indivíduo não teria mais que se interrogar sobre a complexidade desse fenômeno” (CHARAUDEAU, 2011, p. 99). Ou seja, não é mais necessário entender o comunismo e a esquerda em suas essências, transformações e ramificações, basta aceitar que seus significados são constituídos de todas essas ideias apresentadas.

Há também o problema de que o argumento deliberativo é construído de maneira falaciosa. Assim dizendo, há pontos em sua forma que anulam a sua veracidade. Como Maytê Carvalho apresenta: “Cada imagem e escolha de palavra é um código, mas, além disso, as comparações, exemplos e inclusive correlações feitas numa narrativa nem sempre implicam causalidade” (CARVALHO, 2020, p. 71).

A partir disso, pode-se apontar o uso de duas falácias na construção desse argumento: a primeira, a falácia *ad Baculum*, que é basicamente usar do medo para validar o posicionamento (CARVALHO, 2020). Então, quando as pessoas aceitam votar em um candidato por terem medo de uma suposta ameaça que ele apresenta, o argumento não é plenamente válido. A segunda falácia seria a do falso dilema, que é quando se apresenta uma situação dicotômica que não é real. A situação colocada na qual, caso o candidato Lula seja eleito, não haverá mais liberdade religiosa configura-se como uma inverdade, considerando que já existiu uma administração anterior dele, na qual as liberdades eram exercidas e não havia nada que propusesse tal perseguição.

Outro argumento falacioso encontrado nesse discurso é quando o candidato tenta aproximar o público desse cenário que ele descreve, assim como no trecho a seguir:

Vocês sentiram um pouquinho de ditadura aqui durante a pandemia. Igrejas, por exemplo, sendo fechadas, pessoas sendo proibidas de trabalhar, alguns mandando prender até quem estava na praia, prendendo mulheres em praça pública, fechando o comércio, soldando porta de comerciantes. E a gente sabia onde isso iria dar. Não vou entrar em detalhes (BOLSONARO, 2022).

Esse argumento representa uma falácia de falsa analogia porque ele parte de uma semelhança – a restrição de liberdades – entre uma ditadura e as medidas de combate à Covid-19 e, assim, conclui que o Brasil passou por uma tirania durante a pandemia iniciada em 2020. A argumentação ignora todos os outros fatores que seriam necessários para, de fato, configurar-se uma ditadura e também todas as razões que tornam legais as restrições em situações de risco à saúde pública. Ainda assim, é uma falácia que tem fácil acatamento por advir de uma semelhança tão significativa entre as duas situações, o que confere ao discurso uma lógica adulterada.

Esse medo que se gera a partir da falácia *ad Baculum*, e é reforçado pelas outras, é, também, o *Pathos* do discurso. Como Aristóteles (2019) expõe, já citado acima, a retórica é sobre identificar em cada situação o que seria capaz de alcançar a persuasão. Nessa situação, a religião é o ponto sensível do público, então, a apresentação de algo que a ameaça mexe diretamente com as emoções. Seguindo esse raciocínio, os argumentos usados tocam exatamente nessa questão: “E também, nós estamos acompanhando o que acontece nos países da América do

Sul, da América Central, Nicarágua, por exemplo, as rádios católicas que foram fechadas, procissões que a gente sabe foram proibidas” (BOLSONARO, 2022).

A parte lógica do discurso seria sobre os feitos do governo do ex-presidente. Ele fala sobre a recuperação da esfera econômica do país, tanto antes quanto depois da pandemia; sobre a deflação; sobre o preço dos combustíveis; sobre emprego e outras pautas. Contudo, praticamente nenhuma dessas afirmações é acompanhada de algum dado ou demonstração real, deixando o *Logos* do discurso ancorado apenas na palavra dele e na percepção dos eleitores aos quais ele discursa.

O *Ethos* é construído por muitos dos elementos já citados acima. Assim como Lula, Bolsonaro também já é uma figura conhecida e apoiada por muitos e teve um governo que assegurou a sua experiência e seus ideais. Além disso, coloca-se, tal qual citado anteriormente, como um escolhido para a missão de governar e alguém que é comandado por Deus, ponto bastante relevante para esse público específico.

4.4. Discurso de Bolsonaro no 7 de setembro

O 7 de setembro é uma data importante para o povo brasileiro por simbolizar a comemoração da Independência do Brasil. Tradicionalmente, acontecem eventos na capital federal e em outras cidades para celebrar o dia, e em 2022 não poderia ser diferente, principalmente por marcar os 200 anos de independência. Havia muita expectativa sobre como seria o evento, já que o ex-presidente Jair Bolsonaro convocou seus apoiadores para comparecerem, apesar de não ser um evento eleitoral. Esses apoiadores se mobilizaram e apareceram em massa na Esplanada dos Ministérios, em Brasília, e em Copacabana, no Rio de Janeiro, os dois lugares em que ele discursou na data em questão. Os eventos foram televisionados durante todo o dia e deram bastante visibilidade ao candidato. Ambos os discursos seguiram a mesma linha, porém, o realizado em Brasília foi potencialmente o de maior repercussão. Por conta disso, ele será destacado nesta análise.

A fala do ex-presidente durou quase dez minutos e se concentrou em reafirmar os seus posicionamentos morais conservadores de forma bem clara e explícita (CNN BRASIL, 2022)⁹. Juntamente a isso, ele destacou a religião e a

⁹Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=oGF1oD0EGAU> Acesso em: 15 de dezembro de 2022.

própria devoção a Deus. Ademais, teve um tom extremamente patriota, com menções de orgulho, união pelo país e defesa das vontades do povo brasileiro – o que faz bastante sentido, considerando a combinação da data e da sua narrativa, que sempre incorporou símbolos nacionais –. Por fim, há também espaço dedicado para críticas aos governos petistas e exaltação do incumbente. A seguir, pode-se observar algumas imagens desse evento em Brasília:

Imagens 9, 10, 11 e 12 - Bolsonaro discursando no dia sete de setembro em Brasília (DF)



Fonte: Captura de tela do discurso de Bolsonaro transmitido via canal do YouTube em 2022.

Embora não fosse de cunho eleitoral, o evento foi um destaque na campanha do candidato por toda a estrutura proporcionada e o direcionamento que teve. Nesse contexto, é possível identificar elementos do discurso deliberativo já no início da declaração, quando ele fala que “nós atingiremos juntos os nossos objetivos” (CNN BRASIL, 2022), deixando claro que, caso o povo eleja-o, os objetivos, que são comuns, serão alcançados. Durante o discurso ele cita vários ideais, que são significativos para o público presente, a fim de demonstrar efetivamente essa proximidade nos propósitos. Como no extrato a seguir:

Somos uma pátria majoritariamente cristã, que não quer a liberação das drogas, que não quer legalização do aborto, que não admite a ideologia de gênero. Um país que defende a vida desde a sua concepção, que respeita as crianças na sala de aula, que respeita a propriedade privada e que combate a corrupção para valer (CNN BRASIL, 2022).

Sendo assim, a felicidade e a utilidade para essa audiência poderiam ser alcançadas a partir da reeleição de Bolsonaro, que, por sua vez, garantiria que essas pautas fossem levadas adiante de acordo com o que eles acreditam.

Os gêneros forense e epidíctico são mais discretos nesse momento, mas ainda podem ser observados em alguns trechos. Em relação ao primeiro, aparece brevemente quando Bolsonaro acusa o governo PT de “quebrar a pátria”. Já com relação ao discurso demonstrativo, Bolsonaro eleva a própria imagem ao se colocar como um portador da verdade e do conhecimento, como no trecho a seguir: “Muito feliz em ter ajudado chegar até vocês a verdade. Também demonstrado para vocês que o conhecimento também liberta” (CNN BRASIL, 2022).

Novamente, Bolsonaro reforça seu *Ethos* com afirmações de ligação com Deus e com a religião e com as lembranças dos feitos de seu governo, seguem alguns destaques sobre isso: “Hoje vocês têm um presidente que acredita em Deus [...]” (CNN BRASIL, 2022). E mais: “Quando parecia que tudo estaria perdido para o mundo, eis que o Brasil ressurgiu com uma economia pujante, com uma gasolina das mais baratas do mundo, com um dos programas sociais mais abrangentes do mundo que é o auxílio Brasil” (CNN BRASIL, 2022).

O último trecho citado também auxilia no *Logos* do discurso, já que traz a parte prática, isto é, dizer que seu governo foi bom e que a prova disso é uma economia crescendo, preços justos e assistência à população. Em outros momentos, ele ainda cita a deflação e o aumento dos empregos. Porém, como no discurso anterior de Bolsonaro, não há apresentação de dados ou qualquer outro elemento concreto, seja como exemplo ou como entimema, que sirva para demonstrar esses argumentos.

O *Pathos* domina esse discurso, já que o Bolsonaro explora, a todo momento, as crenças e os ideais do público e esses são fatores que mexem diretamente com as emoções. Além disso, a exploração do sentimento nacionalista com a ideia de união e de mobilização por um bem maior do país é feita não só em toda a estruturação do evento, mas também na própria fala do ex-presidente: “Todos nós queremos o bem da nossa pátria, o bem do nosso país. Tenho certeza que juntos em outubro daremos mais um grande passo para o futuro do nosso país e das nossas famílias” (CNN BRASIL, 2022).

Sendo assim, vale destacar que a fala que mais repercutiu nesse discurso foi o fragmento onde Bolsonaro levanta o coro do público, gritando: “imbrochável,

imbrochável, imbrochável” (CNN BRASIL, 2022). Esse ato foi criticado na imprensa nacional e internacional de forma categórica. Apesar disso, é indiscutível que o candidato estabeleceu uma comunicação com os apoiadores presentes naquele momento, visto que eles acompanharam e vibraram com a entoação. Isso demonstra um conhecimento do público para o qual se fala; Bolsonaro entende que esse tipo de ação será aceita por uma audiência que valoriza muito a masculinidade e a virilidade e, também, que ele será visto como uma pessoa com senso de humor.

O ex-presidente conta também com a ajuda de sua esposa, Michelle Bolsonaro, para fazer um aceno para outro público: as mulheres. O eleitorado feminino representa mais da metade dos eleitores brasileiros (TSE, 2022)¹⁰, o que fez com que os candidatos buscassem esses votos.

Bolsonaro não tinha uma boa imagem com as mulheres, sendo chamado até de misógino por adversários que trouxeram diversas declarações polêmicas (SABÓIA, 2023)¹¹ ao longo de sua vida política. Nesse contexto, Michelle Bolsonaro assume certo protagonismo na campanha como uma estratégia para suavizar a imagem do marido em relação ao eleitorado feminino. Ela está presente ao lado dele na maioria dos comícios realizados. Em alguns, tem o próprio momento de fala e, em outros, como o caso do excerto a seguir, Jair Bolsonaro enaltece-a em sua fala:

Podemos fazer várias comparações, até entre as primeiras damas. Não há o que discutir. Uma mulher de Deus, família e ativa na minha vida. Não é ao meu lado não, muitas vezes ela está na minha frente. E eu tenho falado para os homens solteiros, para os solteiros que estão cansados de serem infelizes, procurem uma mulher, uma princesa, se casem com ela para serem mais felizes ainda (CNN BRASIL, 2022).

Embora ele busque evidenciar a importância de sua esposa, o que ganhou destaque dessa declaração foi sua tentativa de comparar as primeiras damas, o que não foi bem recebido pelo público feminino e parece mais se comunicar com os homens que já o apoiam.

4.5. Resposta de Lula ao 7 de setembro

¹⁰Disponível em:

<https://www.tse.jus.br/comunicacao/noticias/2022/Julho/eleicoes-2022-mulheres-sao-a-maioria-do-eleitorado-brasileiro> Acesso em: 04 de jan. de 2023.

¹¹ Disponível em:

<https://oglobo.globo.com/politica/relembre-declaracoes-com-ofensas-as-mulheres-feitas-pelo-presidente-a-familia-bolsonaro-25423642> Acesso em: 25 de jan. de 2022.

Lula, ao que parece, sentiu-se prejudicado com toda a visibilidade que Bolsonaro teve com os eventos de 7 de setembro, principalmente porque o concorrente também aproveitou esse espaço para atacá-lo pessoalmente e ao seu governo. Ambos os discursos feitos pelo oponente nessa data tiveram alguma crítica nesse sentido, no entanto, no Rio de Janeiro, as ofensas foram mais diretas, principalmente o associando a países que vivem ditaduras de esquerda.

No mesmo dia, Lula providenciou uma resposta com duração de onze minutos que foi exibida na propaganda eleitoral e na internet (PODER360, 2022)¹². Diferentemente dos discursos analisados até o momento, esse não foi feito ao vivo em um palanque direto para um público específico, ele foi gravado, editado e direcionado para toda a sociedade brasileira. Nessa fala, Lula criticou sobretudo a postura de Bolsonaro nos eventos do dia em questão, juntamente a isso, ele rememora a todo momento escândalos em que o oponente e sua família estiveram envolvidos. Ele também cobra soluções para questões que considera importantes para o país como a fome, educação e a geração de empregos. Tudo isso destacando demasiadamente o que ele acredita ser a vontade do povo. Ao final, ele também aproveita para defender a si mesmo e a sua gestão no primeiro período em que foi presidente da República (2003-2010). A seguir, pode-se observar algumas imagens dessa ocasião:

Imagens 13, 14, 15 e 16 - Lula em vídeo divulgado no dia sete de setembro como resposta a Bolsonaro



¹² Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=2WOOvaWGz04> Acesso em: 13 de dezembro de 2022.



Fonte: Captura de tela do discurso de Lula transmitido via canal do YouTube do Poder360 em 2022.

O discurso forense é preeminente nessa propaganda porque há um esforço em acusar Bolsonaro de diversas ações e defender a si próprio das acusações recebidas. Para a sua defesa, Lula sugere a comparação dos dois governos, ao invés de uma comparação com governos de outros países. Ele também relembra os processos que foram anulados pela justiça, alegando várias vezes que ele foi inocentado e reforçando que as declarações do oponente são falsas.

Nessa conjunção, ele recorre a duas falácias para a validação desse argumento, são elas: ad Misericordiam que “é uma falácia que evoca o “dó” do interlocutor e vitimiza o emissor da mensagem” (CARVALHO, 2020, p. 81), assim como exemplificado a seguir: “Eu sou um cidadão que sou culpado por ser inocente. Hoje eu sou o único brasileiro que sou culpado por ser inocente” (PODER360, 2022). A segunda é a falácia de Falsa Analogia que é concluir que ele foi absolvido em todos os processos que enfrentava – o que não é verdade visto que muitos dos processos foram anulados ou prescreveram (NETTO, 2022)¹³ – por ser hoje considerado inocente, assim como neste trecho: “Ou seja, o fato de eu ser decretado inocente em vinte e seis processos [...]” (PODER360, 2022).

Já as acusações direcionadas a Bolsonaro variam nos âmbitos judicial e moral e, como Aristóteles (2019) apresenta, as injustiças podem ocorrer contra as leis escritas (do Estado) ou as não escritas (princípios da comunidade). No geral, fazem referência a polêmicas que já eram inconvenientes para o adversário, recuperando na memória da audiência as controvérsias que pesavam sobre ele. Segue um trecho que alude isso:

Como é que pode ele tentar falar e xingar os outros, sem explicar para o povo brasileiro a situação do Queiroz e a rachadinha da sua família, sem explicar a quadrilha da vacina liderada pelo Pazuello e muitas outras pessoas

¹³

Disponível em: <https://www.poder360.com.br/justica/lula-se-livra-de-processos-mas-teve-so-3-absolvicoes/> Acesso em 04 de fevereiro de 2022.

em:
Acesso

que vacilaram ao comprar vacina e permitiram a morte de pessoas que poderiam ser salvas (PODER360, 2022).

A forma como os argumentos são colocadas também prejudica a imagem de Bolsonaro, visto que induz a percepção de um comportamento egoísta e egocêntrico, como a seguir: “Em nenhum momento a gente utilizou um dia da pátria, um dia do povo brasileiro, o dia maior do nosso país por conta da independência como instrumento de política eleitoral” (PODER360, 2022). Ao mesmo tempo que Lula trata essas atitudes como completo absurdo, ele se coloca como antagônico ao trazer momentos de quando estava na mesma situação e fez diferente. Isso fortalece a construção de seu *Ethos* por demonstrar, por meio do exemplo, como ele de fato é distinto de seu concorrente.

Com relação ao discurso deliberativo, há o momento que tem como objetivo suscitar o sentimento de esperança de um futuro melhor, superando a situação atual que ele considera ruim:

O povo resolveu que vai reconquistar a democracia pra gente recuperar o Brasil. Pra gente recuperar o direito de ser feliz, o direito de sorrir, o direito de trabalhar, o direito de tomar café, almoçar e jantar todo dia, o direito de comer carne. Esse país que o senhor quebrou nós vamos reconstruí-lo (PODER360, 2022).

Nesse trecho ele ainda usa de uma figura de linguagem, a metáfora, para deixar ainda mais claro o que é que se promete. Quando ele fala sobre “recuperar o direito de ser feliz, o direito de sorrir” (PODER360, 2022), ele esclarece o que significa toda a mudança à qual ele se refere. Ele literalmente propõe o princípio da felicidade.

Esse é um discurso de caráter mais lógico, que busca sustentar os argumentos por meio de situações e fatos anteriores. O tom do discurso é menos inflamado, o que faz do *Pathos* dele – embora presente quando, por exemplo, busca a misericórdia da audiência – mais discreto.

4.6. Discurso de Bolsonaro às vésperas do segundo turno

O resultado da eleição presidencial foi adiado para o segundo turno, fazendo com que os candidatos continuassem na corrida com o sentimento de tudo ou nada. Bolsonaro saiu do primeiro turno com mais 6 milhões de votos de desvantagem

(UOL, 2022)¹⁴, o que fez com que ele precisasse ter uma campanha ainda mais efetiva para mudar esse resultado. Minas Gerais foi um dos estados onde ele não conseguiu um resultado favorável, e sendo uma das unidades da federação mais decisivas para a eleição — por ser o segundo com mais eleitores (AUGUSTO, 2022)¹⁵ e por historicamente dar a vitória a todos os presidentes eleitos nacionalmente — o candidato precisou dedicar bastante tempo de campanha no estado. Por conta disso, no dia 26 de outubro, a 5 dias do segundo turno, Bolsonaro escolheu a cidade de Uberlândia, no estado, para fazer um de seus últimos comícios.

O discurso, que teve nove minutos de duração, empenha-se em criticar Lula e o governo petista, lembrando sobretudo dos escândalos de corrupção em que estiveram envolvidos no passado (BOLSONARO, 2022)¹⁶. Em contraponto a isso, há também o engrandecimento de ações da gestão então comandada por Bolsonaro. Enfim, a pauta religiosa e os ideais morais também são abordados e reafirmados. A seguir é possível observar imagens desse momento:

Imagens 17, 18, 19 e 20 - Bolsonaro em comício no dia 26 de outubro em Uberlândia (MG)



¹⁴Disponível em: <https://noticias.uol.com.br/eleicoes/2022/analise/presidente-1-turno/resultado-da-eleicao-para-presidente-no-1-turno-em-todos-os-estados-em-votos-validos/?uf=sp> Acesso em: 07 de janeiro de 2023.

¹⁵ Disponível em: <https://www.metropoles.com/brasil/eleicoes-2022/quatro-estados-concentram-quase-metade-dos-eleitores-brasileiros> Acesso em: 23 de janeiro de 2023.

¹⁶ Disponível em: <https://www.facebook.com/jairmessias.bolsonaro/videos/1481545222352472> Acesso em: 20 de dezembro de 2022.



Fonte: Captura de tela do discurso de Bolsonaro transmitido via Facebook.

Nesse momento da campanha ambos os candidatos apresentavam altas taxas de rejeição e as bases de apoio, embora expressivas, sozinhas não conseguiam garantir a vitória. Esse cenário os direcionou para uma estratégia de não só provar que eram a melhor opção, mas também de que o outro era a pior. Dessa maneira, o movimento de tentar prejudicar a imagem do oponente, que já acontecia no primeiro turno, foi intensificado no segundo, trazendo maior utilização do gênero epidítico. Outros temas recorrentes na narrativa de cada um ainda se mantiveram, mas agora mais como auxiliares. Exemplos de investidas de Bolsonaro nesse sentido são: “Vamos cada vez mais deixar para trás aquele governo de esquerda do PT que deixou um rastro no nosso Brasil” (BOLSONARO, 2022). E também:

O Brasil é uma grande nação, será maior ainda nos próximos anos. Tenho certeza que esse povo bem saberá diferenciar o que foi no passado aquele ladrão de nove dedos com o que hoje é o nosso governo (BOLSONARO, 2022).

Nesse trecho, ele usa da metonímia quando se refere a Lula como “ladrão de nove dedos” (BOLSONARO, 2022). Essa troca de nomes serve para acelerar o sentido sobre a imagem do oponente que ele quer passar, sem que precise de grandes explicações. Esse artifício funciona porque há uma proximidade entre os termos que faz com que a audiência entenda a quem ele se refere. No caso, nove dedos porque Lula não tem o dedo mínimo devido a um acidente, ocorrido quando ainda era trabalhador metalúrgico, e ladrão por conta das diversas acusações de corrupção que ele recebeu.

Houve um esforço grande para deixar vivos na memória das pessoas esses escândalos de corrupção do governo PT e a prisão de Lula. Apesar disso, pouco se falou das acusações de forma concreta, assim, o discurso forense não é tão forte

nesse caso porque há muito empenho em atribuir a imagem de ladrão a ele, mas pouco se falou de acusações específicas. O gênero deliberativo também não é dominante nesse discurso, mas aparece com a promessa de um cenário melhor para a aprovação das pautas daquele grupo, já que foi eleito um Congresso favorável e que trabalharia em conjunto com Bolsonaro. Além disso, há também promessas práticas como, por exemplo, o aumento de salários.

Sobre os meios de persuasão, o *Ethos* segue o que já vinha sendo feito nos outros discursos, que é buscar credibilidade a partir dos feitos de seu governo. Porém, esse caso tem um adicional que é se colocar como oposto daquilo que ele condena no adversário, como podemos ver a seguir: “Alguns falam que eu falo palavrão, falo palavrão sim, mas não sou um ladrão. E ninguém tá procurando aqui um presidente pra se casar” (BOLSONARO, 2022). E ainda: “Que orgulho dizer, três anos e dez meses de Presidência da República sem corrupção. Há poucos anos, toda semana tínhamos escândalos de corrupção pelo Brasil. No nosso governo isso acabou [...]” (BOLSONARO, 2022).

Já o *Pathos* tenta fazer com que o público tenha um sentimento de reprovação com relação a Lula e, em contrapartida, de admiração em relação a Bolsonaro e seu governo. Toca ainda na questão religiosa e em pautas que são importantes para esse público, sempre colocando o PT como oposição a tudo isso, a fim de potencializar esses sentimentos. Assim como pode-se ver a seguir:

E o último assunto, com toda certeza, mais importante do que tudo aquilo que falei até o momento é o nosso futuro, o nosso ponto final lá na frente, a vida que devemos ter aqui para atingirmos a vida eterna. Nós defendemos a família brasileira, diferentemente do PT, nós não queremos a legalização das drogas, diferentemente do PT, nós defendemos a vida desde a sua concepção (BOLSONARO, 2022).

Com relação ao *Logos*, Bolsonaro segue uma argumentação parecida com a de seus outros discursos, ou seja, traz os méritos de seu governo. Mas dessa vez ele busca mostrar que seu governo foi melhor do que o de Lula, assim, ele traz alguns exemplos:

Temos hoje uma das gasolinas mais baratas do mundo, dizer que quando nós votamos a diminuição de impostos dos combustíveis no Senado, toda bancada do PT votou contra a redução dos preços dos combustíveis. Temos o maior projeto social da história do Brasil, lá trás o PT pagava em média R\$190,00 para os mais pobres, nós pagamos no mínimo R\$600,00 para os mais pobres (BOLSONARO, 2022).

4.7. Discurso de Lula às vésperas do segundo turno

Lula, apesar de sair vitorioso do primeiro turno, também sabia que o segundo turno não estava garantido e que precisava melhorar o seu desempenho. Ele perdeu nos estados do Rio de Janeiro e São Paulo, importantes por serem respectivamente o primeiro e o terceiro maior colégio eleitoral do país (AUGUSTO, 2022)¹⁷. Assim, no dia 29 de outubro, último dia da campanha eleitoral, ele fez uma caminhada na Avenida Paulista e antes disso fez uma declaração de 14 minutos para jornalistas (LULA, 2022)¹⁸.

O principal foco desse discurso é expor a desinformação deliberada promovida por seu oponente e criticar o que Lula chama de “fábrica de mentiras”. Ele critica reiteradamente ações desse viés, argumenta o quanto é difícil lidar com isso e traz situações onde, de acordo com ele, Bolsonaro teria mentido. Além disso, ele também julga outros aspectos do ex-presidente e de sua gestão, como relações internacionais e economia. Juntamente a isso, ele trata de sempre lembrar positivamente do seu próprio governo nesses mesmos tópicos de modo a fazer um comparativo direto. Há ainda acenos de valorização do povo e também do trabalho dos jornalistas que estão presentes. A seguir, imagens desse discurso:

Imagens 21, 22, 23 e 24 - Lula em coletiva de imprensa no dia 29 de outubro em São Paulo (SP)



¹⁷Disponível em:

<https://www.metropoles.com/brasil/eleicoes-2022/quatro-estados-concentram-quase-metade-dos-eleitores-brasileiros> Acesso em: 23 de janeiro de 2023.

¹⁸ Disponível em: <https://www.facebook.com/Lula/videos/484434133702298> Acesso em: 08 de janeiro de 2023.



Fonte: Captura de tela do discurso de Lula transmitido via Facebook em 2022.

A sua campanha seguiu a mesma estratégia de Bolsonaro: focar em prejudicar a imagem do oponente, mostrando que o candidato do PL seria a pior opção. Nesse caso, o discurso epidéutico aparece com o candidato tentando mostrar Bolsonaro como mentiroso e de difícil relacionamento. *Fake news* e o isolamento internacional do Brasil são demasiadamente abordados, como pode-se ver adiante: “Eu, nos meus 77 anos, eu nunca tinha visto uma fábrica de produzir mentira, maldade, inverdade como o presidente que governa esse país” (LULA, 2022). Ele manifesta também:

Mesmo com um bloqueio de quase 60 anos de Cuba, os cubanos ainda se mexem mais do que o Brasil, porque o presidente Bolsonaro não tem relação internacional e ainda faz questão de brigar com os vizinhos, faz questão de brigar com a Argentina, faz questão de brigar com o Uruguai, faz questão de brigar com a Bolívia, faz questão de brigar com a Venezuela, faz questão de brigar com o Equador, faz questão de brigar com o Chile, ou seja, faz questão de brigar com todo mundo (LULA, 2022)

Lula também usa de elementos do discurso forense para se defender de mentiras das quais ele se diz vítima, tal como a ideia de que acabaria com o MEI caso vencesse a eleição. Sobre isso ele diz:

O MEI foi criado por mim quando era presidente da República, a Lei Geral da Micro e Pequena Empresa foi criada por mim, o SIMPLES foi criado, ou seja, então não tem nenhuma explicação. Eles estão na rede social dizendo que eu quero acabar com o MEI (LULA, 2022)

Nesta ocasião, ele busca se apoiar em argumentos que logicamente comprovariam uma mentira. Além disso, demonstra, ainda, nesse momento e em outros, se sentir injustiçado por esse tipo de ação da campanha de Bolsonaro.

Mesmo não tão preponderante, o gênero deliberativo aparece explicitamente quando Lula aconselha o voto nele e quando apresenta projeções positivas para o futuro, caso a vitória se concretize:

Eu acho que se Deus ajudar e vocês jornalistas brasileiros votarem no 13, eu posso ser o presidente a partir de amanhã à noite. E aí nós vamos fazer esse país voltar à normalidade. Nós vamos tentar reconstruir tudo aquilo que nós tínhamos feito e que estava dando certo e que estava crescendo e que a América do Sul estava se fortalecendo e que a América Latina estava se fortalecendo e que a nossa relação multilateral estava extraordinariamente bem tida com a Europa, com a China, com a Índia, com a Rússia (LULA, 2022).

Algo que é importante de frisar aqui é justamente o público para o qual o discurso está sendo feito, no caso, os jornalistas. Aristóteles apresenta: “[...] é este último elemento, ou seja, o ouvinte, aquele que determina a finalidade e o objeto do discurso” (ARISTÓTELES, 2019, p. 46)”. A partir disso, é possível notar certas adaptações nessa mensagem de Lula, a começar pelo assunto principal. Quando ele dá tanto destaque à questão das *Fake News* para atacar o seu oponente, ele toca em um tema especialmente sensível para os jornalistas, que trabalham cotidianamente para combater isso e que muitas vezes têm seus trabalhos subjulgados por esse fenômeno. Assim ele busca estabelecer uma identificação com esses ouvintes.

O *Pathos* desse discurso não está muito presente, mas dá alguns indícios por conta dessa busca por identificação possibilitar certa empatia do público com o orador. No que concerne ao *Ethos*, segue a mesma linha que se viu até aqui: a experiência e as realizações como presidente da República. Esse passado serve também como fonte para a construção do *Logos*, oferecendo dados para reforçar os argumentos usados. Um exemplo é: “Esse país que eu peguei na 13ª economia do mundo, levamos para a 7ª ou 6ª economia do mundo, esse país votou a 13ª economia [...]” (LULA, 2022). Ainda sobre o *Logos*, buscando a demonstração, que é um meio de persuasão importante, ele também exemplifica situações onde Bolsonaro teria mentido, como abaixo:

[...] ontem ele disse que tinha criado 16 milhões de empregos, eu disse para ele que ele estava mentindo, porque ele tinha mudado a sistemática de emprego. O desemprego e emprego eram medidos no Brasil, pela uma instituição chamada CAGED, do Ministério do Trabalho, em que você contabilizava o trabalhador que era contratado, o trabalhador que era demitido e o saldo era a quantidade de emprego que você gerava nesse

país. Isso foi assim historicamente. Eles mudaram as regras e colocaram o MEI como se fosse um trabalhador registrado em carteira profissional para mentir emprego. E eu disse que eles estavam errados, que eles não podiam colocar o MEI como, sabe, essa relação entre capital e trabalho, entre empregado e empregador, porque não existe (LULA, 2022).

Outra questão a se destacar é uma demonstração de respeito com seus apoiadores quando, em alguns momentos, Lula diz ter pressa porque não pode deixá-los esperando a passeata que aconteceria após esse encontro com a imprensa. Nessa mesma linha, o discurso é finalizado com um agradecimento à imprensa pelo trabalho e um reconhecimento por todo o esforço durante a campanha eleitoral. Com isso, ele além de criar uma conexão com o auditório, tenta, mais uma vez, mostrar uma distinção em relação a Bolsonaro, que abertamente crítica o trabalho da imprensa.

4.8. Análise geral dos discursos

O que pode-se perceber após passar por cada um desses discursos é que a escolha dos valores de ambos está muito bem definida. Bolsonaro adere à questão religiosa, a defesa dos costumes e da moral e o direito à propriedade privada. Já as pautas de Lula são mais ligadas ao social, ao trabalho, combate à fome e à diminuição das desigualdades. Esses são valores com os quais eles têm maior aproximação e também acreditam que contemplam boa parte da sociedade. Bolsonaro, por exemplo, lembra algumas vezes que a população brasileira é majoritariamente cristã; Lula, por sua vez, que a classe de trabalhadores também representa a maior parcela. Essa discussão sobre os valores e os princípios que representam a sociedade brasileira corresponde ao “espaço de discussão” apresentado por Charaudeau (2011). A partir disso, eles partem para criar o “espaço de persuasão” – conceito também apresentado pelo autor francês – que são esses comícios.

Na apresentação desses valores, destaca-se a limitação de pautas dos dois candidatos. Os temas citados acima, junto com poucos outros assuntos referentes a críticas ao oponente foram exaustivamente repetidos nos eventos realizados. Algumas vezes até com notável similaridade na apresentação. Alguns exemplos a seguir:

Tabela 4 – Trechos comparativos dos discursos de Lula.

Discurso 1 de Lula	“Esse país tem que ser respeitado pela China, pelos Estados Unidos, pela Alemanha, pela França, pela Argentina, pelo México. Esse país não pode ter um presidente como esse que ninguém quer recebê-lo e que ninguém quer vir aqui” (PODER360, 2022).
Discurso 2 de Lula	“O Brasil tá precisando de um presidente da República que volta a conversar com o mundo, que volta a conversar com a América do Sul, com a América Latina, com a África, com a Europa, com os EUA, com a China” (PODER360, 2022).
Discurso 3 de Lula	“Ou seja, nós estamos totalmente isolados, totalmente isolados, e uma das coisas que eu quero fazer assim que ganharmos as eleições é tentar fazer uma viagem para restabelecer a relação do Brasil com nossa querida América do Sul, com os Estados Unidos, com a União Europeia, com a China (...)” (LULA, 2022).

Fonte: Elaborada pela autora com base nos vídeos dos discursos de Lula durante a campanha eleitoral.

Tabela 5 – Trechos comparativos dos discursos de Bolsonaro.

Discurso 1 de Bolsonaro	“E eu agradeço a Deus pela minha segunda vida, em ter dado a missão de ser o chefe executivo dessa nação. Fácil não é. Se fosse, não teria dado para um de nós. O Brasil estava à beira de um colapso, com problemas éticos, morais e econômicos. E marchava assim, a passos largos para o socialismo” (BOLSONARO, 2022).
Discurso 2 de Bolsonaro	“Com a graça de Deus, que me deu uma segunda vida, e pela missão também que me deu de comandar o nosso país, nós atingiremos juntos o nosso objetivo”. “Vocês sabem a beira do abismo que o Brasil se encontrava há poucos anos, atolado em corrupção e desmando” (CNN BRASIL, 2022).
Discurso 3 de Bolsonaro	“Obrigado a Deus pela minha segunda vida e pela missão de ser o presidente de ser república”. “O Brasil é uma grande nação. Será maior ainda nos próximos anos, tenho certeza que esse povo bem saberá diferenciar o que foi no passado aquele ladrão de nove dedos porque hoje é o nosso governo” (BOLSONARO, 2022).

Fonte: Elaborada pela autora com base nos vídeos dos discursos de Bolsonaro durante a campanha eleitoral.

Essa repetição e moderação das pautas discutidas servem para fixar na memória do povo uma identidade de narrativa. É também o que Pierre Charaudeau (2011) chama de singularização, processo que evita a multiplicação de ideias, para que a audiência não perca de vista aquelas consideradas principais. Outro ponto que chama a atenção nos discursos é a superficialidade das discussões, visto que não há um aprofundamento no entendimento dos temas. Isso acontece por serem dirigidos a grande massa popular, tendo a necessidade de se comunicar com diversos níveis de instrução. Sobre isso, Aristóteles diz:

Acrescentamos que diante de certos auditórios nem mesmo a posse da ciência mais precisa facilitará tornar convincente o que dizemos, pois a argumentação baseada no conhecimento implica em instrução, e há pessoas que não se pode instruir¹⁹. Neste caso, é necessário que utilizemos, a título de nossos modos de persuasão e argumentos, noções que todos possuem, como observamos nos *Tópicos* ao tratar do modo de dirigir-se a um auditório popular (ARISTÓTELES, 2019, p. 39).

Outro fator interessante de se pensar é sobre a reprodução desses discursos. Embora tenha se visto como o local e o público presente foram relevantes para a estruturação desses pronunciamentos, percebe-se que esses não eram fatores limitantes. O que foi dito nesses eventos serviu a um público muito maior do que o que estava presente fisicamente, uma vez que outras pessoas também puderam assistir posteriormente. Isso é explicado deste modo:

Actualmente, a Retórica é também, e sem sombra de dúvidas, uma Retórica Mediatizada, isto é, uma técnica da persuasão que não se limita à oratória nem ao orador frente ao seu auditório mas que engloba a persuasão realizada (e potenciada) por intermédio dos Media (MATEUS, 2018, p. 158).

Dessa forma, vídeos com a íntegra ou parte das declarações circulavam na internet, seja por ação da mídia, de internautas amadores ou mesmo dos próprios candidatos que postavam em suas redes sociais. Isso significa que muito provavelmente eles já elaboram as falas pensando nessa divulgação posterior, o que dificultaria uma maior personalização, justificando também o caráter genérico desses discursos.

Sobre o *Ethos* de ambos é notório que a credibilidade deles já é bem estabelecida no meio dos grupos que os apoiam. Isso é admissível porque a posição

¹⁹ Talvez seja mais adequado pensar que há pessoas que não tiveram acesso a certo nível de instrução, o que não quer dizer que não possam ser instruídas.

de presidente da República projeta a imagem do titular de forma efetiva, assim a experiência já é comprovada, restando apenas argumentar se essa experiência foi boa ou não, o que eles fazem em todos os discursos. Além disso, eles também recorrem muito ao *Pathos*, sempre buscando despertar algo na audiência, seja indignação, nostalgia, esperança ou outro sentimento.

É perceptível que os dois conhecem bem suas audiências, posto que para além dos valores escolhidos, eles sabem o que os engaja. Ou seja, eles sabem qual postura é esperada que tenham, quais brincadeiras fazer ou não e outros. Em contrapartida, parecem ter certa dificuldade de equilibrar isso com a tentativa de conquistar novos públicos, principalmente por essa ação às vezes representar uma contradição.

Agora, especificamente sobre Bolsonaro, o que sobressai em suas manifestações é o uso e a produção deliberada de informações falsas. Isso pode ser usado como instrumento persuasivo porque “a renovação da retórica ocorre a partir de meados do séc. XX assente numa razão argumentativa que defende, não a verdade, mas uma razoabilidade plausível” (MATEUS, 2018, p. 157). A questão é que, ao que parece, o público de Bolsonaro tem uma alta flexibilidade com o limite da razoabilidade, ou seja, são capazes de aceitar, sem contestar, quase qualquer tipo de argumento. Essa aceitação faz com que o argumento falacioso tenha o mesmo valor de um argumento verdadeiro, afinal de contas, isso não o impediu de ser um dos principais concorrentes nas eleições de 2022.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Trabalhar com um tema como este, que é um alicerce para a comunicação e que já contou com a contribuição de muitos autores renomados, representa um desafio imenso. As possibilidades de referencial são inúmeras e, por isso, escolhas verdadeiramente difíceis são impostas. Entretanto, buscar a fonte que a maior parte dos outros autores fazem referência – Aristóteles – e juntá-la com ideias contemporâneas sobre retórica aparenta ser uma decisão positiva.

A partir disso, foi possível chegar de maneira exitosa aos objetivos estabelecidos no início desta pesquisa. O primeiro deles, que era relacionar os principais elementos retóricos com os discursos dos candidatos Lula e Bolsonaro nas eleições presidenciais de 2022, verificou-se com a exposição desses elementos

dentro dos discursos escolhidos. Dessa forma, pode-se afirmar que em todos os discursos é possível identificar mais de um dos conceitos estruturantes da retórica como gêneros persuasivos, meios de persuasão ou ferramentas para discursos persuasivos.

O segundo objetivo diz respeito às semelhanças nos discursos dos dois concorrentes. Sobre isso, foi possível apontar uma proximidade principalmente na forma desses discursos. A repetição de ideias de forma simplificada e a divulgação posterior desses discursos são exemplos claros disso. Já o uso dos recursos de persuasão é bastante variável, sendo que em alguns momentos eles adotam estratégias parecidas e em outros divergem.

Por fim, o entendimento do contexto de cada situação, e como isso influenciava esses discursos, é expresso com a apresentação do cenário de cada discurso antes da análise concreta. Nesse contexto, foi possível perceber, por exemplo, uma mudança de estratégia persuasiva de um turno para outro, com a troca do público ou, ainda, a depender do motivo pelo qual o discurso foi provocado.

Com base na execução desses objetivos é possível responder às questões levantadas previamente. Assim, pode-se concluir que os elementos retóricos usados por esses candidatos são múltiplos, demonstrando a complexidade desses discursos. Sobre isso, é preciso diferenciar a questão de profundidade de pautas e discussão da elaboração do argumento em si. Isso nos leva à conclusão de que, mesmo que um assunto seja tratado de maneira superficial, não quer dizer que o esforço para torná-lo aceito também o será.

Seguindo então com os elementos persuasivos usados, pode-se destacar os gêneros retóricos – deliberativo, epidítico e forense – pela forma dinâmica como são usados. Pensando de maneira simplificada, o objetivo de um discurso de campanha é persuadir o eleitor a realizar uma ação, votar no orador. Assim sendo, bastaria dispor dos conhecimentos do gênero deliberativo. Contudo, esses gêneros são combinados em um mesmo discurso e, às vezes, até fundidos em partes que empregam características de mais de um deles. Dessa forma, os discursos deles conseguem atender diversos objetivos de uma só vez.

Os meios de persuasão *Pathos* e *Logos* também são altamente explorados. O *Pathos* torna-se uma ferramenta importante para eles justamente na missão de manter os apoiadores comprometidos. Ao abordar as paixões desses eleitores, eles os aproximam e atizam um engajamento mais enfático. No que se refere ao *Logos*, é

evidente que eles buscam trazer algum sentido para os argumentos que apresentam. O que se percebe é que, às vezes, essa noção de sentido não é necessariamente exata, mas apenas suficiente para o interlocutor. Algo que é constantemente usado por eles para a demonstração desses argumentos é o uso de exemplos, o que reforça ainda mais a sensação de lógica dessas declarações.

Outro elemento retórico proeminente nesses discursos são as falácias que, de maneira equivocada, ajudam a organizar e validar os raciocínios difundidos. Em um cenário onde as *fake news* estão no centro do debate público como um problema grave a ser resolvido, isso demonstra um visível descomprometimento com essa questão social.

Os efeitos desse conjunto de elementos retóricos, junto com diversos outros fatores do contexto social e político, são bastante claros quando se olha para a sociedade brasileira atualmente. O fato de os outros candidatos à Presidência da República em 2022 não conseguirem consolidar candidaturas competitivas, demonstra a força persuasiva desses candidatos. Além disso, o incentivo à animosidade dos apoiadores, as escolhas de aplicação desses elementos e as ideologias defendidas provocam o cenário de polarização em que o Brasil se encontra.

Por fim, vale destacar que, sem dúvidas, essa pesquisa não esgota a retórica em todas as suas possibilidades, mas, como proposto inicialmente, apresenta os principais conceitos dessa arte. Apoiado nisso, é evidente que a retórica se modificou muito no decorrer do tempo, se adequando às necessidades e aos meios de comunicação da sociedade contemporânea. Dessa forma, manteve-se relevante e os seus principais conceitos úteis e eficazes ainda hoje.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ARISTÓTELES. **Retórica**. 1ª edição, São Paulo: Edipro, 2019.

AUGUSTO, Otávio. **Quatro estados concentram quase metade dos eleitores brasileiros**. Metrópoles, 2022. Disponível em: <https://www.metropoles.com/brasil/eleicoes-2022/quatro-estados-concentram-quase-metade-dos-eleitores-brasileiros> Acesso em: 23 de janeiro de 2023.

Band Jornalismo. **Confira o discurso completo de Lula logo após deixar a prisão**. Band Jornalismo, 2019. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=UTBKCWQLmxY> Acesso em: 25 de janeiro de 2022.

BELLO, André. **Origem, causas e consequências da polarização política, explica André Bello**. Poder360, 2019. Disponível em: <https://www.poder360.com.br/opiniao/origem-causas-e-consequencias-da-polarizacao-politica-explica-andre-bello/> Acesso em: 25 de janeiro de 2022.

BOLSONARO. **Juiz de Fora / Minas Gerais (16/08/2022) Parte 1**. Facebook, 16 de agosto de 2022. Disponível em: https://www.facebook.com/watch/live/?ref=watch_permalink&v=771748224153989 Acesso em: 20 de dezembro de 2022.

BOLSONARO. **Uberlândia / Minas Gerais (26/10/22)**. Facebook, 26 de outubro de 2022. Disponível em: <https://www.facebook.com/jairmessias.bolsonaro/videos/1481545222352472> Acesso em: 20 de dezembro de 2022.

CARVALHO, Maytê. **Persuasão: Como usar a retórica e a comunicação persuasiva na sua vida pessoal e profissional**. São Paulo: Buzz, 2020.

CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso Político**. 2ª edição, São Paulo: Contexto, 2011.

CITELLI, Adilson. **Linguagem e Persuasão**. 15ª edição, São Paulo: Ática, 2002.

CNN BRASIL. **Assista à íntegra do discurso de Bolsonaro no 7 de Setembro, em Brasília**. YouTube, 07 de setembro de 2022. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=oGF1oD0EGAU> Acesso em: 15 de dezembro de 2022.

D'ALMEIDA, Thiago; LOPES, Alexandre. **Petista que matou bolsonarista no litoral de SP está 'muito arrependido', diz delegado**. G1, 2022. Disponível em: <https://g1.globo.com/sp/santos-regiao/noticia/2022/10/06/petista-que-matou-bolsonarista-no-litoral-de-sp-esta-muito-arrependido-diz-delegado.ghtml> Acesso em: 25 de janeiro de 2022.

FIORIN, J. L. **Figuras de Retórica**. São Paulo: Contexto, 2014.

JUNIOR, L.N.A. **Conjecturas para uma Retórica do Design [Gráfico]**. Tese (Doutorado em Design) - Departamento de Artes & Design da PUC-Rio. Rio de Janeiro, 2009. Disponível em: <https://www.maxwell.vrac.puc-rio.br/colecao.php?strSecao=resultado&nrSeq=13975@1> Acesso em: 10 de janeiro de 2023.

JUNQUEIRA, Caio. **Guarda municipal é morto em Foz do Iguaçu durante festa de aniversário com tema sobre o PT**. CNN Brasil, 2022. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/politica/guarda-municipal-e-morto-em-foz-do-iguacu-durante-festa-de-aniversario-com-tema-sobre-o-pt/> Acesso em: 25 de janeiro de 2022.

LIRA, Ravele. **Polarização Política e suas implicações nas eleições presidenciais**. Politize, 2022. Disponível em: <https://www.politize.com.br/polarizacao-politica-implicacoes/> Acesso em: 25 de janeiro de 2022.

LULA. **Lula e Fernando Haddad conversam com a imprensa em São Paulo**. Facebook, 2022. Disponível em: <https://www.facebook.com/Lula/videos/484434133702298> Acesso em: 08 de janeiro de 2023.

MATEUS, Samuel. **Introdução à Retórica no séc. XXI**. Covilhã: LabCom.IFP, 2018.
PINTO, C. R.J. **Elementos para uma análise de discurso político**. Barbarói, 78-109. Abril, 2009. Disponível em: <https://online.unisc.br/seer/index.php/barbaroi/article/view/821>

MEDEIROS, Alexsandro. **Democracia Deliberativa**. Sabedoria Política, 2014. Disponível em: <https://www.sabedoriapolitica.com.br/ciber-democracia/democracia-deliberativa/>

NETTO, Paulo. **Lula se livra de processos, mas teve só 3 absolvições**. Poder360, 2022. Disponível em: <https://www.poder360.com.br/justica/lula-se-livra-de-processos-mas-teve-so-3-absolvi-coes/>

Poder360, **Lula faz 1º discurso de campanha oficial de 2022**. YouTube, 16 de agosto de 2022. Disponível: <https://www.youtube.com/watch?v=AHRKOGFZs0k> Acesso em: 13 de dezembro de 2022.

Poder360, **Discurso de Lula sobre o 7 de Setembro**. YouTube, 07 de setembro de 2022. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=2WOOvaWGz04> Acesso em: 13 de dezembro de 2022.

PORTO, Douglas. **Percentual de indecisos em 6% é nível historicamente baixo, dizem analistas**. CNN Brasil, 2022. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/politica/analise-indecisos-representam-atualmente-6-do-eleitorado-aponta-ipeec/> Acesso em: 26 de janeiro de 2023.

REIMAN, Tonya. **A arte da persuasão: Potencialize sua comunicação com o domínio da linguagem corporal**. São Paulo: Texto Editores, 2010.

SABÓIA, Gabriel. **Relembre declarações com ofensas às mulheres feitas pelo presidente e a família Bolsonaro.** O Globo, 2023. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/politica/relembre-declaracoes-com-ofensas-as-mulheres-feitas-pelo-presidente-a-familia-bolsonaro-25423642> Acesso em: 25/01/2022.

SCHMAELTER, Matheus. **Falácia.** Infoescola. Disponível em: <https://www.infoescola.com/filosofia/falacia/> Acesso em: 30 mar 2022.

Tribunal Superior Eleitoral. **Calendário Eleitoral.** Tribunal Superior Eleitoral, 2022. Disponível em: <https://www.tse.jus.br/eleicoes/calendario-eleitoral/calendario-eleitoral> Acesso em: 20 de dezembro de 2022.

Tribunal Superior Eleitoral. **Eleições 2022: mulheres são a maioria do eleitorado brasileiro.** 2022. Tribunal Superior Eleitoral, 2022. Disponível em: <https://www.tse.jus.br/comunicacao/noticias/2022/Julho/eleicoes-2022-mulheres-sao-a-maioria-do-eleitorado-brasileiro> Acesso em: 04 de janeiro de 2023.

UOL. **Resultado da eleição para presidente no 1º turno.** Uol, 2022. Disponível em: <https://noticias.uol.com.br/eleicoes/2022/analise/presidente-1-turno/resultado-da-eleicao-para-presidente-no-1-turno-em-todos-os-estados-em-votos-validos/?uf=sp> Acesso em: 07 de janeiro de 2023.