



AS FIGURAS DE RETÓRICA COMO DISPOSITIVO ARGUMENTATIVO NO PRONUNCIAMENTO DE POSSE DO PRESIDENTE LUIZ INÁCIO LULA DA SILVA

Eduardo Pantaleão de Moraes
Universidade Estadual de Alagoas (UNEAL/BRASIL)
E-mail:eduardo.pantaleao@uneal.edu.br

Leandro Vieira dos Santos
Universidade Estadual de Alagoas (UNEAL/BRASIL)
E-mail:leandro.santos.2021@alunos.uneal.edu.br

José Nildo Barbosa de Melo Junior
Instituto Federal de Alagoas (IFAL/BRASIL)
E-mail:nildo.barbosa@ifal.edu.br

Resumo: Este artigo centra-se na análise de figuras de retórica como Dispositivo argumentativo que justifica o emprego de estratégias argumentativas utilizadas por Luiz Inácio Lula da Silva, Presidente da República, eleito em 2022, em seu pronunciamento de posse, na Esplanada dos Ministérios. A pesquisa fundamenta-se em estudos sobre a Retórica Argumentativa, o gênero discursivo Pronunciamento e o discurso político na mídia. Metodologicamente, realizou-se uma pesquisa de abordagem qualitativa, de natureza aplicada e, segundo os objetivos, de caráter descritivo e explicativo, visto que não só observa, identifica, registra e analisa o Dispositivo argumentativo que contribui para potencializar a persuasão no gênero Pronunciamento, mas também explica como e por que tal mecanismo linguístico atua na argumentação do presidente eleito. A relevância do trabalho deu-se por analisar, à luz da Retórica argumentativa, de forma descritivo-interpretativa, um pronunciamento de extrema significação para o contexto sociopolítico brasileiro. Os resultados mostraram que as figuras de retórica embasaram a argumentação do referido pronunciamento, contribuindo para um maior poder de persuasão no discurso do presidente.

Palavras-chave: Contexto sociopolítico brasileiro. Discurso presidencial. Dispositivos argumentativos. Figuras de retórica. Gênero Pronunciamento. Retórica.

Abstract— This article focuses on the analysis of figures of rhetoric as argumentative device that justifies the use of argumentative strategies used by Luiz Inácio Lula da Silva, President of the Republic, elected in 2022, in his inauguration speech, at the Esplanada dos Ministérios. The research is based on studies about Argumentative Rhetoric, the discursive genre Pronouncement and political discourse in the media. Methodologically, research was carried out with a qualitative approach, of applied nature and, according to the objectives, of a descriptive and explicative nature, since not only observes, identifies, records and analyzes the argumentative device that contributes to enhancing persuasion in the Pronouncement genre, but also explains how and why such linguistic mechanism acts in the argumentation of the president-elect. The relevance of the work was due to analyzing, in the light of Argumentative Rhetoric, in a descriptive-interpretative way, a pronouncement of extreme significance for the Brazilian sociopolitical context. The results showed that the figures of rhetoric supported the argumentation of the pronouncement, contributing to greater persuasive power in the president's speech.

Keywords: Brazilian sociopolitical context. Presidential discourse. Argumentative devices. Figures of rhetoric. Genre Pronouncement. Rhetoric.

INTRODUÇÃO

Este estudo é o resultado de uma pesquisa de Iniciação Científica, financiada pela Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de Alagoas (FAPEAL), entre os anos de 2023-2024, no Cursos de Letras, da Universidade Estadual de Alagoas, *Campus IV*. A proposta que originou o referido estudo foi motivada pelo cenário político-midiático conturbado no Brasil, revelado no governo Bolsonaro, período marcado pelo aumento da inflação, abandono das relações internacionais e humanitárias, pela depreciação das instituições públicas, por escândalos de corrupção e pelo descrédito na Ciência, em pleno contexto pandêmico da Covid-19.

Diante do exposto, analisar o pronunciamento de posse do presidente Lula, após a derrota eleitoral do ex-presidente Bolsonaro, mostrou ser um importante meio de compreender os mecanismos argumentativos do pronunciamento de Lula, considerando o espectro sociopolítico brasileiro. Em sua primeira aparição pública, na Esplanada dos Ministérios, o presidente eleito utilizou-se de uma argumentação baseada nas Figuras de retórica, com o objetivo de ampliar a carga persuasiva de suas ideias no gênero discursivo Pronunciamento.

No que diz respeito às motivações temáticas presentes em sua fala, aparecem questões humanitárias urgentes, contrapondo o cenário e os discursos engendrados no governo anterior,

marcados por violência, fome, intolerância, preconceito contra as maiorias minorizadas e acentuadas desigualdades sociais. Por essa razão, o objetivo geral deste trabalho é analisar o funcionamento de figuras de retórica como principal Dispositivo argumentativo presente no discurso de posse do presidente Luiz Inácio Lula da Silva, no dia 1º de janeiro de 2023.

O discurso político traz, em sua construção, a identidade política daquele que o profere. Notadamente, é uma comunicação que prima por estratégias argumentativas capazes de alcançar a maior adesão possível do público-ouvinte, telespectador ou internauta, construindo uma imagem (*ethos* presidencial).

A relevância deste estudo deu-se, inicialmente, por haver poucos estudos que se debruçaram a investigar o referido pronunciamento, e em seguida, por construir um aporte teórico-metodológico que possibilitou compreender e analisar o funcionamento argumentativo de um dos principais eventos políticos da atualidade. Tal relevância ganha projeção devido aos acontecimentos políticos e históricos, percebidos nos últimos anos no Brasil, sobretudo, após o já reconhecido golpe político de 2016.

A arquitetura teórica da pesquisa alicerçou-se nos estudos da Retórica argumentativa, a partir de Aristóteles (2005), Mateus (2018), Meyer (2007), Morais (2019), Perelman e Olbrechts-Tyteca (1996), Reboul (2005) e outros, em consonância com a perspectiva dos estudos em gêneros discursivos, trazendo apontamentos teóricos sobre o gênero discursivo Pronunciamento. Nesse contexto, a Retórica aparece como “a arte de persuadir pelo discurso” (Reboul, 2005, p. XVI), por meio da qual orador e auditório social, em múltiplos espaços sociais, acionam argumentos e negociam suas diferenças.

Nesta proposta, o interesse pelo tema, dentro do contexto político-midiático, associado à Retórica argumentativa, buscou gerar novos conhecimentos, por meio da análise do funcionamento argumentativo do gênero Pronunciamento. Assim, o estudo revisita o conceito de Dispositivos argumentativos – conceito recente nos estudos retórico-argumentativos, proposto por Morais (2019) – e contribui para ampliar o desenvolvimento dos estudos retóricos atuais, ao investigar o discurso político presidencial e refletir sobre os sentidos mobilizados pelas figuras de retórica em tal discurso.

RETÓRICA ARGUMENTATIVA NO DISCURSO MIDIÁTICO

Os estudos retóricos vêm ganhando projeção, dada a plasticidade de suas categorias analíticas e o seu olhar sobre o funcionamento do discurso, possibilitando reconhecer uma comunicação retórica

como convincente e persuasiva. Conforme aponta Mateus (2018, p. 23), “Como toda a comunicação, a Retórica é um campo de possibilidades. A persuasão, ao pressupor um sujeito livre, passível de aceitar ser convencido, possibilita a discussão dessas possibilidades orientada para uma efetiva tomada de decisão”.

Atualmente, o discurso midiático amplia o funcionamento argumentativo dos discursos orais ou escritos e cria um efeito dinâmico e veloz na propagação das informações nos meios digitais. Desse modo, a presença do discurso midiático, em suas diversas faces, projeta uma realidade tecnológica a partir da qual os desejos de consumo e a construção de imagens pessoais nas mídias criam “o fascínio contemporâneo pelo que é bem realizado tecnologicamente” (Fidalgo, 2010, p. 10).

Logo, a massificação dos meios de informação digitais diminui o número de pessoas interagindo de forma presencial, aumenta o contingente de internautas, reúne pessoas em torno de um mesmo assunto e de assuntos semelhantes, permite ampliar os diálogos relativos às informações transmitidas na rede e ainda possibilita que haja uma interação entre os internautas. Para Sodré (2002, p. 70), há uma diminuição do público presencial e um aumento do público a distância, pois, “com o predomínio da comunicação midiática, os auditórios encontram-se em regressão”. Endossando essa assertiva,

Na retórica presencial, o orador era um indivíduo a quem o saber e a experiência emprestavam autoridade e credibilidade na apresentação dos argumentos. Hoje, temos, no local de quem fala e quer ser persuasivo, não tanto indivíduos, mas entidades coletivas, de natureza política, cultural, social ou empresarial. (Fidalgo, 2010, p. 10).

No discurso midiático, a manifestação da linguagem persuasiva “consiste em abandonar os nossos pensamentos à inferência de outrem e fornecer-lhe os meios de os alcançar para que a comunicação seja eficaz” (Meyer, 2007, p. 84). Desse modo, a Retórica possibilita os meios de persuasão que se imprimem nos telespectadores, efetivando uma comunicação a partir de um discurso que torna possível ao outro refletir sobre pontos ainda desconhecidos ou pouco conhecidos. Outrossim,

Podemos acrescentar, que resulta da Retórica o enaltecimento do provável e do plausível contra os absolutos, a necessidade ou os universais, contra o imutável e a unidade. A Retórica é, pois, o campo da diversidade e da discussão provável dos assuntos humanos. Da pluralidade e do direito à diferença. (Mateus, 2018, p. 24).

Isso permite conjecturar que os discursos defendidos como verdades absolutas podem ser questionáveis e questionados quando se observam as realidades sociais por que circundam tais

discursos, assim como importa verificar a veracidade dos argumentos mobilizados para persuadir o auditório. Com efeito, a Retórica é lugar das crenças sustentadas pelo domínio argumentativo, por meio do qual os Dispositivos argumentativos, de que o orador lança mão para construir seus discursos, e passa a ser um campo de batalha pela adesão das mentes.

Consoante Perelman e Olbrechts-Tyteca(1996, p. 304), “toda argumentação visa a uma mudança no pensamento dos ouvintes, trata-se de modificar as próprias teses às quais aderem ou simplesmente a intensidade dessa adesão, medida pelas consequências posteriores que ela tende a produzir na ação”. Por isso, o ato da argumentação ganha destaque no jornalismo midiático-televisivo, pois, ao argumentar, o repórter tende a mudar o estado de espírito do telespectador, gerando um sentimento de confiança, de revolta, de medo, de justiça, entre outros sentimentos.

Para Aristóteles (2005, p. 33), a Retórica “é a faculdade de ver teoricamente o que, em cada caso, pode ser capaz de gerar persuasão”. Essa definição implica um reconhecimento de que os argumentos já constituem a argumentação em discursos orais e/ou escritos e se revestem dessa característica persuasiva para alcançar a adesão do auditório no ambiente jurídico, político e em tantos outros espaços sociais, nos quais seja necessário utilizar o viés persuasivo. A argumentação é, por assim dizer, um meio por que o orador pode se colocar numa posição discursiva de estrategista da linguagem, podendo influenciar o seu auditório (ouvinte ou leitor) a mover-se ante os argumentos formulados em determinadas situações.

Como declara Mateus (2018, p. 15), a retórica, “simultaneamente, é também uma técnica e uma prática que nos ensina a tornar aquilo que dizemos mais decisivo e categórico”. Por isso, é fundamental entender que a Retórica não se limita a uma análise daquilo que pode ou não produzir um efeito de argumentação na linguagem, porque, ao investigar os mecanismos argumentativos que tornam o discurso persuasivo, a situação e o contexto discursivo também devem ser evidenciados no processo interpretativo. É relevante interpretar o contexto de produção dos discursos, de modo a compreender os sentidos que dialogam com o contexto e a circunscrição temporal de cada discurso em circulação.

Nessa perspectiva, a função persuasiva configura o caráter mais poderoso de todas as funções argumentativas, pois se entende que, para ganhar uma causa, independentemente de sua natureza, o orador busca a persuasão do auditório. Para tanto, mobiliza fatos, acontecimentos, dados e outros Dispositivos argumentativos possíveis. O propósito maior é levar o público a aderir às suas posições ou às suas ideias, acionando argumentos que gerem influência sobre as mentes do auditório, movendo-o a atender às expectativas do orador. Consoante Grácio (2010, p. 13):

Uma das formas mais generalizadas de abordar a argumentação consiste em inseri-la na problemática da influência através do discurso, ou seja, em explicá-la através dos seus *efeitos persuasivos*: argumentamos *para* persuadir. Esta visão instrumental e funcional, que define a argumentação a partir de uma finalidade, é o primeiro passo para dela fazermos uma abordagem *técnica*, em termos de *meios para*.

O alcance do potencial argumentativo nos discursos está sujeito a uma confluência entre orador e auditório. Esse alcance do potencial argumentativo está situado no entrelaçamento do orador com seu propósito, do discurso com sua materialidade linguística e do auditório com suas expectativas, produzindo uma triangulação inerente ao propósito de estabelecer um acordo capaz de provocar um efeito de persuasão ou de convencimento no auditório.

Para Rocha (2022, p. 52), “a proximidade do orador com o auditório contribui para a obtenção da adesão”. É por meio desse viés interativo que a argumentação se realiza, a partir dos Dispositivos argumentativos de que o orador lança mão com o intuito de elaborar seus discursos. Conforme Meyer (2008, p. 1), “o primeiro objetivo é convencer outra pessoa, ou seja, fazê-la mudar de opinião ou, pelo menos, tentar. Podendo até dizer que essa mudança de opinião constitui o único sinal patente da eficácia de uma argumentação”.

OS DISPOSITIVOS ARGUMENTATIVOS

De acordo com Moraes (2019), Dispositivo argumentativo é “todo mecanismo linguístico que serve de gatilho para a efetivação, sustentação e o fortalecimento do argumento, fazendo com que este seja aquele elemento linguístico que propiciará a persuasão” (Moraes, 2019, p. 52). Entre esses importantes recursos retóricos na instauração do ato de argumentar, aparecem as figuras de Retórica, os argumentos baseados em pressupostos jurídicos (provas e testemunhos, por exemplo), as descrições de ambientes, os exemplos, as citações de autoridades, o uso de repetições enfáticas, o domínio de uma das faces de *ethos* ou mesmo a ênfase na transição de um *ethos* para o outro, a metalinguagem, as formas verbais que servem de marcadores de afetividade no tratamento para com o outro, as formas de imperativo, a estabilização de um lugar argumentativo, as enumerações de ações negativas ou positivas dos acusados ou defendidos, as construções de enunciados de assentimento ou de desassentimento, os trocadilhos de palavras, o apelo ao sentimentalismo, as comparações com elementos contextuais e as perguntas retóricas.

No que se refere ao Dispositivo argumentativo deste estudo, verificou-se que as figuras de retórica aparecem como um mecanismo argumentativo recorrente no pronunciamento de posse do

presidente Luiz Inácio Lula da Silva e têm o poder de comover, emocionar, chocar, isto é, de despertar sentimentos que podem facilitar o processo de adesão às mentes do auditório. Observou-se o modo como esse dispositivo conduziu a produção de efeitos de persuasão e de convencimento no público, tanto presencialmente quanto a distância, por meio das redes midiáticas de televisão, internet e rádio.

AS FIGURAS DE RETÓRICA

As figuras de retórica são um recurso argumentativo bastante utilizados no meio político, jurídico, religioso e em instâncias discursivas, sobretudo, por ser um Dispositivo argumentativo utilizado com o objetivo de criar um impacto perante o público (auditório), despertando paixões. Elas servem de estratégia para levar beleza, emoção, mas principalmente para fornecer uma carga de persuasão ou de convencimento maior ao texto, permitindo o despertar de sentimentos no auditório social, seja por meio da comparação, metáfora, ironia, antítese, paradoxo, repetição, seja por outras figuras, cada qual com suas especificidades retóricas.

Para Reboul (2005, p. 113), “a expressão figuras de retórica não é pleonasma, pois existem figuras não retóricas, que são poéticas, humorísticas ou simplesmente de palavras. A figura só é de retórica quando desempenha papel persuasivo”. Nesse tocante, o fato de serem ou não retóricas perpassa pelo crivo do orador, pois este pode lançar mão de figuras puramente para embelezar seu discurso, mas pode também enfatizar um sentido pretendido para desempenhar a função persuasiva da retórica.

As figuras de retórica são importantes recursos para prender a atenção do receptor naqueles argumentos articulados pelo discurso. As figuras, ou translações, como as definem certos autores, cumprem a função de redefinir um determinado campo de informação, criando efeitos novos e que sejam de atrair a atenção do receptor. São expressões figurativas que conseguem quebrar a significação própria e esperada daquele campo de palavras. (Citelli, 2002, p. 19)

A capacidade de prender a atenção do auditório está associada diretamente com o efeito de persuasão por trás de cada figura de retórica, pois, nos discursos orais e escritos, o potencial argumentativo e a plasticidade das figuras oferecem possibilidades de criar efeitos de persuasão em diferentes auditórios, trazendo à tona discursos criativos e fortemente carregados de efeitos de persuasão e de convencimento. Enquanto recurso linguístico, o uso das figuras atravessa os conhecimentos prévios (de mundo, linguístico e compartilhado) adquirido ao longo da vida dos oradores e do auditório social, já que atribuir sentido ao discurso permeado por figuras de retórica

supõe determinações linguísticas e contextuais que o orador e o público-espectador precisam mobilizar para associar a figura ao objeto referenciado.

Segundo Fiorin (2014, p. 10) “as figuras são operações enunciativas para intensificar o sentido de algum elemento do discurso”. Dessa maneira, ao utilizar uma figura como parte da construção do discurso, ela tanto pode desempenhar uma função estilística, sem comprometimento com o efeito retórico, como pode exercer a função de Dispositivo argumentativo no discurso. Ao assumir o *status* de Dispositivo argumentativo, as figuras de retórica fortalecem a argumentação, tornam o discurso mais atraente, cativam as mentes e despertam sentimentos de ordem positiva ou negativa, a depender da intenção do orador, o que se analisará no gênero discursivo Pronunciamento.

O PRONUNCIAMENTO ENQUANTO GÊNERO DO DISCURSO

Com fundamento nas condições de comunicação e estratégias de formulação, o gênero Pronunciamento, especificamente o discurso de posse, situa-se na esfera política, é um discurso oficial, de planejamento anterior à produção, conceptualmente escrito, mas compulsoriamente falado. Sua tipologia é predominantemente argumentativa, mas se imbrica à tipologia expositiva, dada a sua natureza dinâmica. Conforme Morais (2019, p. 99), “os pronunciamentos ocupam lugares específicos, pois estão agrupados na tipologia do argumentar, dadas as especificidades discursivas onde ocorrem”.

O pronunciamento de posse, notadamente o do presidente Lula, após ele receber a faixa presidencial no Palácio do Planalto, ocupa um lugar de prestígio em meio a outros pronunciamentos da esfera política, pois se comprometeu em pronunciar temas de ordem social, política, econômica, ambiental, ideológica, humanitária, de relevância potencial à nação, ao bem-estar social e à manutenção da democracia brasileira. Seu potencial argumentativo instaura-se pela capacidade linguística do orador (Lula) para sustentar seus posicionamentos, refutar ideias e negociar tomadas de posição (Dolz; Schneuwly, 2004).

No que concerne à questão terminológica que envolve o estudo de gêneros, utiliza-se o termo *gêneros discursivos* por duas razões: por um lado, por ser uma escolha teórico-metodológica de utilização de determinados conceitos e categorias de análise no gênero Pronunciamento político; por outro, estabelece uma relação coerente com os estudos retórico-argumentativos, que reconhecem o texto como discurso. Nesse sentido, os gêneros discursivos são “formas culturais e cognitivas de ação social corporificadas de modo particular na linguagem [...]” (Marcuschi, 2008, p.18) e devem ser vistos

numa relação sinonímica com as práticas sociais, que abrangem atividades discursivas, interacionais, pragmáticas, linguísticas, literárias, entre outras.

O diálogo entre conceitos relativos aos dois campos teóricos aqui referenciados, o da Retórica e o dos gêneros discursivos, permite imbricar a noção de persuasão ao gênero Pronunciamento. A partir dessa breve reflexão, vê-se a abertura de possibilidades de utilização dessas concepções teóricas, por intermédio das quais se investigam as marcas de persuasão num gênero de cunho político-midiático, especificando, entre outros elementos, os aspectos políticos, sociais, ideológicos e culturais interpelados pelos sujeitos nos discursos.

O DISCURSO POLÍTICO MIDIATIZADO E A INFLUÊNCIA DA GEOPOLÍTICA

Para chegar a uma resposta definitiva acerca do que é o discurso político, convém antes compreender que é o discurso produzido por agente do Poder Legislativo e Executivo, que representa um povo (nação) nas instâncias municipais, estaduais e federais. Portanto, é o discurso proferido por esses sujeitos no exercício de seu poder e está situado nas instâncias da ação política e cidadã. De acordo com Charaudeau (2011, p. 18), “a instância política, que é delegada e assume a realização da ação política; e a instância cidadã, que está na origem da escolha dos representantes do poder”.

Quanto ao discurso político midiático e seu impacto social, é possível afirmar que nunca esteve tão presente na vida das pessoas, pois o acesso à informação propicia não só a exposição dos discursos, mas também a produção de diversos sentidos. Segundo Passetti e Arcine (2014, p. 97), “o discurso político tem sido objeto de diversas pesquisas, principalmente na conjuntura contemporânea, em que a mídia veio influenciando a política, fazendo com que esta adquirisse novas modalidades”.

Além de outros fatores, a relação de poder político na comunicação deve primar por uma linguagem contextualizada e representativa do modo de vida social por parte do *ethos* político de um porta-voz, já que quem representa o povo deve ser dotado de uma força enunciativa de ordem moral, validando uma imagem pública por meio da utilização de uma linguagem situada no meio político. Nesse sentido, a escolha das palavras não pode ser aleatória e, muito menos, descontextualizada.

Notadamente, com o advento crescente da midiática das informações, o poder de persuasão em massa é exponencial, pois o alcance argumentativo atinge com mais facilidade e rapidez o auditório social – ouvintes, telespectadores, internautas e outros perfis de auditório. Acerca da função básica da mídia, observam-se algumas características básicas do sistema midiático, que atendem ao propósito de divulgação das informações, quais sejam:

Primeiramente, evidenciar a capacidade de fixar sentidos e ideologias, interferindo na formação da opinião pública e em linhas predominantes do imaginário social. Em segundo lugar, demonstra desembaraço na apropriação de diferentes léxicos para tentar colocar dentro de si todos os léxicos, a serviço de suas conveniências particulares. (Moraes, 2013, p. 18).

Associando esses apontamentos de Moraes (2013) aos discursos políticos, jornalísticos e publicitários, por exemplo, é possível propor estudos com vistas à argumentação, por tais discursos serem palco de investidas persuasivas de oradores, sobretudo, no meio digital, com o propósito de não só alcançar as massas, mas também buscar persuadi-las, levando-as a acreditar que os discursos contemplam suas necessidades, cativando suas crenças e aceitações ou propondo novas formas de enxergar a realidade social sob a ótica do orador, ampliando o maior número possível de seguidores. Daí a função da mídia: se, por um lado, no meio jornalístico (televisivo, radiofônico ou digital), cabe a função informativa; por outro, nas mídias sociais de internet, como em *podcasts*, *reels* e *stories* (*Meta platforms*¹), compete a divulgação do que se reconhece como relevante, com fins de ampliar o número de seguidores.

No mundo globalizado, sob a influência da Geopolítica, os discursos produzidos por lideranças tornam-se mais fortes sob os holofotes das mídias, principalmente aqueles discursos transitáveis na internet, uma vez que influenciam pensamentos, encorajam atitudes e atribuem valor a marcas, a pessoas e suas ações. Semelhantemente, o discurso político gera ou modifica crenças, fortalece laços políticos, mas também ressignifica conflitos entre partidos e sujeitos de diferentes posicionamentos ideológicos, pois a mídia “tem hoje o poder de configurar mentalidades e, portanto, [tem o poder de configurar] o apoio necessário à consolidação do projeto de qualquer liderança internacional” (Steinberger, 2005, p. 24).

Compreende-se por mídia a gênese dos canais de comunicação, desde os de menor alcance aos de maior audiência e mais utilizados pelo público-espectador, numa circunscrição temporal em que as pessoas sentem cada vez mais a necessidade de ter acesso a informações pela TV, pelo rádio, pela internet ou pelas redes. Logo, isso torna o conceito de mídia diverso e dinâmico na contemporaneidade, pelo caráter amplo de sua designação no campo da linguagem ou da comunicação, por exemplo.

ASPECTOS METODOLÓGICOS E ANÁLISE DO CORPUS

¹Conglomerado estadunidense de tecnologia e mídia social, com sede em Menlo Park, Califórnia.

No tocante à metodologia adotada, realizou-se uma pesquisa de abordagem qualitativa, visando compreender, descrever e explicar os mecanismos argumentativos que compõem o discurso de posse do presidente Lula. A pesquisa é de natureza aplicada, pois o olhar lançado sobre o objeto de análise amplia o conhecimento científico na área dos estudos retóricos, ao investigar o funcionamento argumentativo do pronunciamento de posse de Lula (Flick, 2009; Paiva, 2019).

Segundo os objetivos, o estudo apresenta caráter descritivo e explicativo, visto que não só observa, identifica, registra e analisa o Dispositivo argumentativo que contribui para potencializar a persuasão no gênero Pronunciamento, mas também explica como e por que tal mecanismo linguístico atua na argumentação do presidente eleito, por meio da interpretação viabilizada pelos métodos qualitativos (Gil, 2008; Severino, 2007). Conforme Gil (2008), a pesquisa explicativa busca identificar os fatores que determinam ou contribuem para a ocorrência dos fenômenos sociais; é o tipo de pesquisa que mais aprofunda o conhecimento da realidade, porque explica a razão, o porquê desses fenômenos.

Para a análise descritivo-interpretativa, foi necessário seguir etapas que conferiram ao estudo a sistematização e o controle requeridos no plano científico. Nesse sentido, a realização da pesquisa contemplou o seguinte percurso: a) catalogação do *corpus* da pesquisa num banco de dados; b) transcrição integral do pronunciamento de posse; c) escolha da fundamentação teórica mais adequada para o estudo; d) leitura e fichamento da literatura existente acerca da Retórica argumentativa; e) apreciação, identificação e registro do Dispositivo argumentativo do *corpus* (Figuras de retórica); f) formação da amostragem com fragmentos do pronunciamento de posse do presidente para análise; g) análise e interpretação dos dados; e h) produção de dois relatórios (parcial e final) com os resultados da pesquisa.

Na pesquisa que originou este texto, a análise e a interpretação dos dados é feita de maneira linear/sequencial, contemplando todo o *corpus*. Para este artigo, fez-se um recorte do *corpus* analisado, contemplando alguns fragmentos do discurso de posse.

ANÁLISE DOS FRAGMENTOS DO *CORPUS*

A análise que segue é a parte inicial do pronunciamento de posse do presidente Luiz Inácio Lula da Silva, proferido na Esplanada dos Ministérios, no dia 1º de janeiro de 2023. Na referida data, Lula e Geraldo José Rodrigues Alckmin Filho foram empossados e tornaram-se, respectivamente, o 39º presidente do Brasil e 26º vice-presidente do Brasil.

Em um discurso histórico, acompanhado em tempo real por todo o mundo, pelas maiores agências de comunicação e por inúmeras plataformas de internet, Lula escreveu seu nome nos anais da história como o primeiro presidente eleito três vezes no Brasil. Em seu pronunciamento relembrou momentos marcantes de sua vida, entre os quais, estão: o período quando esteve preso no estado do Paraná, na sede da Polícia Federal; o seu primeiro pronunciamento de posse presidencial em 2003; e o cenário político conturbado durante o governo Bolsonaro, nos anos de 2019 a 2022, período marcado pelo crescimento da pobreza, ingerência no combate à pandemia de Covid-19, declaração de ódio a vários grupos sociais, descaso às normas ambientais, às instituições públicas, divulgação de *fake news*, escândalos internacionais e muitos problemas divulgados nos meios de comunicação, os quais depreciaram o cenário político, econômico e social do Brasil.

Nas primeiras linhas do pronunciamento de Lula, identifica-se a figura *gradação*, que “consiste em dispor as palavras na ordem crescente de extensão ou importância” (Reboul, 2005, p. 129). Assim, por ocasião da disposição sequencial, o fragmento (1) descreve o cenário de violência política sofrida pelo povo brasileiro e pelas adversidades temporais por que passaram os apoiadores de Lula durante a campanha eleitoral, como aparece em destaque:

- (1) Minha gratidão a vocês *que enfrentaram a violência política antes, durante e depois da campanha eleitoral, que ocuparam as redes sociais e que tomaram as ruas, debaixo de sol e chuva, nem que fosse para conquistar um único e precioso voto.* (Fonte: *corpus* da pesquisa).

Nessa passagem do discurso, o efeito de persuasão mantém a ênfase no protagonismo e na coragem de todas as pessoas que combateram a violência política e demonstraram apoio e solidariedade em todos os momentos da campanha presidencial. O orador desperta as paixões do auditório social a quem se dirige, ao evidenciar as ações dos seus eleitores no período de campanha, por meio da figura de retórica *gradação*, e agradecer a todas essas pessoas tais ações.

No fragmento (2) a seguir, a figura *metáfora* aumenta a intensidade do sentido, torna-o mais tônico e prova seu forte valor argumentativo (Fiorin, 2014). Ricoeur (2000) declara que a metáfora é um empréstimo semântico, que o sentido emprestado se opõe ao sentido próprio de certas palavras, com o fito de preencher um vazio semântico, levando a palavra emprestada a ocupar o lugar da palavra própria.

- (2) Que tiveram a coragem de *vestir a nossa camisa* e, ao mesmo tempo, *agitar a bandeira do Brasil* quando uma minoria violenta e antidemocrática tentava censurar nossas cores e se

apropriar do verde e amarelo, que pertence a todo o povo brasileiro. (Fonte: *corpus* da pesquisa).

Ao emprestar sentido às expressões *vestir a nossa camisa* e *agitar a bandeira do Brasil*, o orador ressaltou a coragem das pessoas que enfrentaram a violência e a antidemocracia. Ao dizer que as pessoas vestiram a camisa e agitaram a bandeira, o orador amplifica o sentido dos termos e realiza uma comparação metafórica para dizer que as pessoas assumiram o risco de combater posicionamentos radicais, violentos e antidemocráticos, aderiram à causa, acreditaram nas propostas de Lula, no sentido de se oporem aos discursos preconceituosos e autocráticos e lutarem pela democracia.

Na sequência, mais uma vez, Lula recorre à figura *gradação*, produzindo um efeito de persuasão ao elencar, numa ordem de importância, o esforço das pessoas que, utilizando-se de variados meios de transportes, deslocaram-se de vários lugares do Brasil para estarem reunidos na Esplanada dos Ministérios. Assim, a sequência ordenada gera o efeito de persuasão, pois a gradação “amplifica o enunciado, numa intensificação crescente, com palavras ou grupos de palavras de significado relacionado” (Fiorin, 2014, p. 147), como pode ser observado no fragmento (3):

- (3) A vocês que vieram *de todos os cantos deste país, de perto ou de muito longe, de avião, de ônibus, de carro ou na boleia de caminhão, de moto, bicicleta e até mesmo a pé*, numa verdadeira caravana da esperança para esta festa da democracia.
Mas quero me dirigir também aos que optaram por outros candidatos. Vou governar para os 215 milhões de brasileiros e brasileiras, e não apenas para quem votou em mim. (Fonte: *corpus* da pesquisa).

No fragmento (4) a seguir, aparece mais uma sequência metafórica, pois, ao proferir as expressões *passado de divisão e intolerância* e *país em permanente pé-de-guerra*, o orador designa uma coisa com o nome de outra que tem com ela uma relação de semelhança (Reboul, 2005), havendo um efeito metaforizado por meio de uma comparação indireta com o governo anterior, que teve a gestão marcada pela violência em suas múltiplas realizações, pelo desrespeito à pluralidade de ideias e pela intolerância de todos os tipos. A tonicidade de sentido da expressão *nosso luminoso futuro em comum*, que recobrirá o passado de divisão, atraso e intolerância, os conflitos e a desarmonia entre as famílias, reforça um possível efeito persuasivo pela construção de um discurso que nomeia um futuro de esperança, união, progresso, harmonia e respeito para todos, o que se depreende no fragmento (4):

- (4) Vou governar para todos e todas, *olhando para o nosso luminoso futuro em comum, e não pelo retrovisor de um passado de divisão e intolerância. A ninguém interessa um país em permanente pé de guerra, ou uma família vivendo em desarmonia.* (Fonte: *corpus* da pesquisa).

O fragmento (5) traz o paralelismo pelo emprego dos segmentos *pelo discurso de ódio e pela disseminação de tantas mentiras*, coordenados quanto ao sentido e à forma, como construções simétricas que se inserem no campo do que não é aceitável numa sociedade democrática, que prima pelo respeito ao outro e à diversidade e pela verdade. Consoante Fiorin (2014, p. 139), “A função do paralelismo é mostrar que os significados transmitidos pelas construções paralelas são simétricos. Dessa forma, intensifica-se o sentido veiculado por elas.”, o que se verifica em:

- (5) É hora de rearmos os laços com amigos e familiares, rompidos *pelo discurso de ódio e pela disseminação de tantas mentiras*. [pois] O povo brasileiro rejeita a violência de uma pequena minoria radicalizada que se recusa a viver num regime democrático. (Fonte: *corpus* da pesquisa).

Ademais, o ponto simples fratura a conexão entre as duas construções oracionais, por meio da supressão do conector *pois*, que justifica a razão para um movimento de conciliação entre amigos e familiares, bem como evidencia o assíndeto. De acordo com Reboul (2005, p. 126), “O assíndeto é uma elipse que suprime os termos conectivos, tanto cronológicos (antes, depois) quanto lógicos (porém, pois, portanto). O assíndeto é ao mesmo tempo expressivo [...] e pedagógico, pois deixa por conta do auditório o trabalho de restabelecer o elo que falta [...]”. Logo, o efeito retórico é capaz de produzir um efeito de confiabilidade ao discurso, já que Lula convoca os eleitores a reatar os laços fraternos, a combater o ódio, influenciando o auditório (público) a participar como agentes de seu discurso e da reconstrução de um país de regime democrático.

A seguir, no fragmento (6), o efeito de persuasão é construído à medida que o presidente Lula, estrategicamente, realiza uma *gradação* “[...] em que se amplifica o enunciado, numa intensificação crescente, com palavras ou grupo de palavras de significado relacionado (Fiorin, 2014, p. 147). Ao dispor as palavras *ódio*, *fake news*, *armas* e *bombas* na ordem crescente de extensão ou importância (Reboul, 2005), o orador (Lula) constrói, junto ao povo brasileiro, a imagem daquele que chegou para combater e desfazer todo o ódio, as notícias falsas e as violências simbólicas e não simbólicas, construídos ao longo dos quatro anos do governo Bolsonaro.

- (6) *Chega de ódio, fake news, armas e bombas*. Nosso povo quer paz para trabalhar, estudar, cuidar da família e ser feliz. (Fonte: *corpus* da pesquisa).

Como se interpretou no fragmento (6) anterior, a gradação com figura de retórica delineou um encadeamento semântico de elementos negativos (*ódio*, *fake news*, *armas* e *bombas*), “[...] uma

sequência de significados dispostos numa ordem ascendente, em que o posterior diz mais que o anterior” (Fiorin, 2014, p. 147). Além disso, o paralelismo explicita a simetria de significados que se revelam na passagem *Nosso povo quer paz para trabalhar, estudar, cuidar da família e ser feliz* e centraliza as reais necessidades do povo brasileiro, assegurados como direitos e garantias sociais inalienáveis para o bem-estar social.

Posteriormente, no fragmento (7), Lula tende a persuadir seu auditório ao construir uma elipse, omitindo o sintagma verbal *somos*. Essa figura de retórica é “[...] a omissão de um elemento linguístico que pode ser recuperado pelo contexto” (Fiorin, 2014, p.164). Com essa estratégia, ele permite ao seu auditório social participar do processo de construção do discurso (Fiorin, 2014) e do sentido do pronunciamento em seus imaginários, bem como propõe que cada um se enxergue como parte integrante da nação brasileira. Apesar da omissão do termo *somos* em *Somos um único país, [somos] um único povo, [somos] uma grande nação*, o efeito de persuasão permanece em evidência e traz o sentido de união, de nação valorosa, de força, resistência e resiliência, o que se vê no fragmento (7) seguinte:

- (7) A disputa eleitoral acabou. *Repito o que disse no meu pronunciamento após a vitória em 30 de outubro, sobre a necessidade de unir o nosso país. Não existem dois Brasis. Somos um único país, um único povo, uma grande nação. Somos todos brasileiros e brasileiras, e compartilhamos uma mesma virtude: nós não desistimos nunca.*(Fonte: corpus da pesquisa).

Aproximando-se do fechamento desta análise, no fragmento (8), há a imbricação perfeita entre duas figuras de retórica de extrema relevância, a *epanalepse* e a *metáfora retórica*, dando tonicidade ao sentido dos termos *flores, uma por uma, pétala por pétala e primavera*, pois o orador os repete e intensifica o sentido dessas palavras, vinculadas ao caráter forte, à resiliência e à sensibilidade do povo brasileiro diante dos problemas sociais e ambientais enfrentados. Ao metaforizar, Lula ressignifica o sentido dos termos *replantio e primavera*, por meio dos segmentos *é sempre tempo de replantio* e *E a primavera chegou*, e enfatiza que, embora tenham destruído a esperança e a dignidade do povo, retirando direitos básicos, como a alimentação, esse povo resistiu, e, a partir daquele momento, ganha espaço um novo contexto social e político, com a sua chegada à presidência.

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. [...]. O que estabelece uma compatibilidade entre os dois sentidos é uma similaridade, ou seja, a existência de traços comuns a ambos. (Fiorin, 2014, p. 34).

No fragmento (8), a similaridade está em associar *arrancar todas as flores* a destruir a esperança do povo e o bem-estar social. Já a *epanalepse* é “a repetição pura e simples” (Reboul, 2005, p. 127), para enfatizar as expressões repetidas *uma por uma, pétala por pétala* e parte do segmento *e que a primavera há de chegar. E a primavera chegou*, mostrando a relevância dos sentidos ressaltados, neste caso, a persistência e a coragem do povo para se reerguer após uma grande tragédia, um cenário sociopolítico conturbado. Logo, a *epanalepse* e a *metáfora* causam impacto no auditório e consolidam um efeito de persuasão ao construir a personalidade forte, resistente e guerreira do povo brasileiro, o que pode ser visto em:

- (8) *Ainda que nos arranquem todas as flores, uma por uma, pétala por pétala, nós sabemos que é sempre tempo de replantio, e que a primavera há de chegar. E a primavera chegou. Hoje, a alegria toma posse do Brasil, de braços dados com a esperança.* (Fonte: corpus da pesquisa).

Por fim, ainda no fragmento (8), evidencia-se a figura de retórica *prosopopeia* ou *personificação*, pois, ao dizer que a alegria toma posse do Brasil há um alargamento do alcance semântico de termos designativos de entes abstratos, *alegria* e *esperança*, pela atribuição de traços próprios do ser humano (Fiorin, 2014). Assim, Lula produz um efeito de persuasão ao enfatizar tais termos e atribuir seu discurso a oradores fictícios (Reboul, 2005). Nesse caso, os oradores fictícios são a alegria e a esperança, personificadas na figura do presidente do Brasil e do povo brasileiro, denotando ainda os sentimentos do povo e de Lula ao retornar ao posto de chefe de Estado.

CONCLUSÃO

Durante a realização deste trabalho, buscou-se analisar o funcionamento das figuras de retórica enquanto Dispositivo argumentativo no pronunciamento de posse do Presidente Luiz Inácio Lula da Silva, proferido no dia 1º de janeiro de 2023, na Esplanada dos Ministérios. Compreende-se que o Pronunciamento de posse presidencial é um gênero discursivo relevante, pois estabelece um acordo entre o chefe de Estado e a nação, assim como promove os votos, as intenções e o cuidado do presidente para com os eleitores.

Os teóricos recrutados para dialogar com o tema e as análises permitiram uma discussão esclarecedora, por meio da qual foi possível verificar o poder persuasivo das figuras de retórica e discorrer sobre o funcionamento argumentativo do gênero Pronunciamento de posse presidencial, a partir do Dispositivo argumentativo investigado. Nesse tocante, o diálogo entre a teoria retórica e o

discurso político, tipificado no gênero Pronunciamento, ressalta a importância dos estudos retóricos, dispostos a explicar de que maneira a teoria se efetivou no referido gênero de cunho político, destacando as figuras de retórica como um meio de produzir e intensificar sentidos previamente organizados no discurso, possibilitando que os efeitos retóricos fossem identificados em sua totalidade.

A análise mostrou que, de fato, as figuras de retórica assumiram lugar de prestígio no pronunciamento de Lula, pois, além de conferirem valor estético ao discurso, também imprimiram o valor argumentativo capaz de influenciar as mentes a aderirem às ideias expostas pelo presidente eleito. Diante desse caráter argumentativo identificado, a análise comprovou, a partir das especificidades de cada figura de retórica e dos sentidos mobilizados no discurso, o modo como cada uma delas intensificou a mensagem transmitida pelo orador, constatando que, realmente, foram utilizadas com a finalidade de exercer força argumentativa sobre o discurso e persuadir o público, sendo, por essa razão, figura de retórica.

As figuras de retórica identificadas na análise foram registradas da seguinte maneira: *gradação*, *metáfora*, *paralelismo*, *assíndeto*, *elipse*, *epanalepse* e *prosopopeia*. A análise revelou que a utilização desse Dispositivo argumentativo cumpriu a função persuasiva destinada ao pronunciamento de posse presidencial, sobretudo, por haver a necessidade de o presidente comunicar-se à nação por meio de um discurso extremamente emotivo, capaz de motivar os brasileiros na crença em dias melhores, na luta por mais qualidade de vida e no combate à pobreza, à violência de todos os tipos, à intolerância de gênero, étnico-racial e religiosa, tão marcadas no governo Bolsonaro.

O pronunciamento do presidente Luiz Inácio Lula da Silva estabeleceu um tratado de paz, de esperança e de tolerância, e um pacto de que lutaria pelo Brasil e pelo povo brasileiro, na tentativa de reconstruir a dignidade do povo e o país. Por intermédio de um discurso emotivo e, ao mesmo tempo, racional, baseado em dados, Lula reescreve seu nome nos anais da história, como uma das personalidades mais influentes do mundo.

REFERÊNCIAS

Aristóteles. (2005). *Arte Retórica e Arte Poética* (17. ed.). Rio de Janeiro: Ediouro.

Charaudeau, P. (2011). *Discurso Político*. São Paulo: Contexto.

Citelli, A. (2002). *Linguagem e Persuasão* (15. ed.). São Paulo: Ática.

- Dolz, J., & Schneuwly, B. (2004). Gêneros e progressão em expressão oral e escrita: elementos para reflexões sobre uma experiência suíça (francófona). In Dolz, J., & Schneuwly, B. (org.), *Gêneros orais e escritos na escola*. Campinas, SP: Mercado de Letras.
- Fidalgo, A. (2010). Da retórica às indústrias da persuasão. In Ferreira, I., & Gonçalves, G. (org.), *Retórica e Mediatização: As Indústrias da Persuasão* (pp. 5-25). Covilhã: LabCom.
- Fiorin, J. L. (2014). *Figuras de retórica*. São Paulo: Contexto.
- Flick, U. (2009). *Introdução à pesquisa qualitativa* (3. ed.). Porto Alegre: Artmed; Bookman.
- Grácio, R. A. (2010). *A interação argumentativa* (1. ed.). Grácio, Coimbra.
- GIL, A. C. (2008). *Métodos e técnicas de pesquisa social* (6. ed.). São Paulo: Atlas.
- Marcuschi, L. A. (2008). *Produção textual, análise de gêneros e compreensão*. São Paulo: Parábola.
- Mateus, S. (2018). *Introdução à retórica no séc. XXI*. Covilhã: LabCom.IFP.
- Meyer, M. (2007). *A retórica*. São Paulo: Ática.
- Meyer, B. (2008). *A arte de argumentar: com exercícios corrigidos*. São Paulo: Martins Fontes.
- Moraes, D. (2013). Sistema midiático, mercantilização cultural e poder mundial. In Moraes, D. (org.), *Mídia, poder e contrapoder: da concentração monopólica à democratização da informação*. Rio de Janeiro: FAPERJ; Boitempo.
- Morais, E. P. (2019). *O macroethos racional e o afetivo na argumentação do julgamento do impeachment da ex-presidente Dilma Rousseff*. Campinas, SP: Pontes.
- Paiva, V. L. M. O. (2019). *Manual de pesquisa em estudos linguísticos* (1. ed.). São Paulo: Parábola.
- Passetti, M. C. C., & Arcine, R. F. (2014). *Ethos e antiethos no quadro cênico do discurso político eleitoral*. In Tasso, I., Silva, E. (org.), *Língua(gens) em discurso: a formação dos objetos* (pp. 97-118). Campinas, SP: Pontes.
- Perelman, C., & Olbrechts-Tyteca, L. (1996). *Tratado de Argumentação: a nova retórica*. São Paulo: Martins Fontes.
- Reboul, O. (2005). *Introdução à retórica*. São Paulo: Martins Fontes.
- Ricoeur, P. (2000). *A metáfora viva*. São Paulo: Loyola.
- Rocha, M. S. (2022). *A retórica no discurso religioso: oradores protestantes e o sermão oral*. Campinas, SP: Pontes.
- Severino, A. J. (2007). *Metodologia do trabalho científico* (23. ed. rev. e atual.). São Paulo: Cortez.

Sodré, M. (2002). *Antropológica do espelho: uma teoria da comunicação linear e em rede*. Petrópolis, RJ: Vozes.

Steinberger, M. B. (2005). *Discursos geopolíticos da mídia: Jornalismo e imaginário internacional na América Latina*. São Paulo: Fapesp; Educ; Cortez.