



Palavras, poderes e paixões: as emoções na Retórica e na Análise do Discurso

Luzmara Curcino
Universidade Federal de São Carlos
E-mail: luzmara_curcino@ufscar.br

Carlos Felix Piovezani Filho
Universidade Federal de São Carlos
E-mail: cpiovezani@ufscar.br

Resumo: O artigo expõe o modo como as emoções foram (ou não) contempladas no interior da Retórica e da Análise do discurso. Para contemplar a primeira, examinamos I) as condições de emergência de duas tradições retóricas na Antiguidade, II) algumas passagens de tratados clássicos, principalmente, a *Retórica*, de Aristóteles, e III) certos trechos do compêndio luso-brasileiro oitocentista *Lições elementares de eloquência nacional*, de Francisco Freire de Carvalho. Já para tratar da AD, abordamos I) a escassa presença das emoções como objeto de interesse de boa parte dos estudos linguísticos contemporâneos, II) os desenvolvimentos por que passou a Análise do discurso francesa e III) a forma como ela pode e deve conceber e analisar as emoções, por meio de aportes da História das sensibilidades. Fundamentamos o exame desse material na própria Análise do discurso e em postulados da História das ideias linguísticas. É com base nessa fundamentação que avançamos a tese de que diferentes discursos sobre as relações entre as emoções e os usos da língua condicionam a presença ou não dos afetos como fenômeno pelo qual se interessaram esses dois campos dos estudos da linguagem.

Palavras-chave: Discurso. Emoções. Retórica. Análise do discurso.

Abstract: The article explores how emotions have (or have not) been considered within Rhetoric and Discourse Analysis. To contemplate the emotion, we examined I) the conditions of emergence of two rhetorical traditions in Antiquity, II) some passages from classical treatises, mainly Aristotle's Rhetoric, and III) certain passages from the nineteenth-century Portuguese-Brazilian compendium *Lições elementares de eloquência nacional*, by Francisco Freire de Carvalho. As for AD, we addressed I) the scant presence of emotions as an object of interest in most contemporary linguistic studies, II) the developments that French discourse analysis has undergone and III) how it can and should conceive and analyse emotions, using contributions from the history of sensibilities. We base our examination of this material on discourse analysis itself and on postulates from the history of linguistic ideas. It is on this basis that we advance the thesis that different discourses on the relationship between emotions and the uses of language condition the presence or absence of affections as a phenomenon in which these two fields of language studies are interested.

Keywords: *Discourse. Emotions. Rhetoric. Discourse analysis.*

INTRODUÇÃO

A consideração ou não das emoções em nossas práticas de linguagem decorre da produção de diferentes discursos sobre as relações entre os sentimentos, a fala e a escuta humanas¹. Há uma longa história de distintas coisas ditas a respeito dessas relações entre nossas palavras e nossas paixões. Mais do que isso: as afirmações e os debates sobre os afetos de linguagem são antiquíssimos, constantes e diversos na história das ideias linguísticas.

Podemos encontrar essa produção metalinguística em diferentes instituições, em diversos campos do conhecimento e em variados gêneros do discurso, em tempos e espaços distintos. Nessa longa história, o número e as combinações das paixões se alteraram consideravelmente, mas, em que pesem importantes variações e nuances, há certa constância no que se diz a seu respeito: elas são ora mais ou menos condenadas como doenças ou vícios e são ainda ora mais ora menos compreendidas, quando não exaltadas, como propriedade fundamental de nossa condição. No polo extremo do primeiro caso, as paixões desviam e dilaceram os seres humanos, enquanto, na extremidade do segundo, elas constituem essencialmente o que somos e talvez até carreguem consigo o melhor da humanidade.

Nosso propósito aqui consiste em expor o modo como as emoções foram (ou não) contempladas no interior da Retórica e da Análise do discurso (AD). Consideramos a primeira por meio de um exame I) das condições de emergência de duas tradições retóricas na Antiguidade, II) de algumas passagens de tratados clássicos, principalmente, a Retórica, de Aristóteles, e III) de certos trechos do compêndio luso-brasileiro oitocentista *Lições elementares de eloquência nacional*, de Francisco Freire de Carvalho. Já para o tratamento consagrado à AD, optamos por abordar i) a escassa

¹Foge de nosso propósito estabelecer aqui as diferenças entre “paixões”, “afetos”, “sentimentos” e “emoções”. Para tanto, leitoras e leitores podem conferir Fiorin (2024).

presença das emoções como objeto de interesse de boa parte dos estudos linguísticos contemporâneos, ii) os desenvolvimentos por que passou a Análise do discurso francesa e iii) a forma como ela pode e deve conceber e analisar as emoções, por meio de aportes vindos da História das sensibilidades. Fundamentamos o exame desse material em postulados da própria Análise do discurso e em princípios gerais da História das ideias linguísticas. É com base nessa fundamentação que avançamos a tese de que diferentes discursos sobre as relações entre as emoções e os usos da língua condicionam a presença ou não dos afetos como pelo que se interessam esses dois campos dos estudos da linguagem.

NO PRINCÍPIO, ERA A MÚSICA... E, DEPOIS, A RETÓRICA

Os gregos antigos acreditavam que a poesia tinha o poder de emocionar seus ouvintes. Há registros que indicam a razão dessa crença: os versos teriam uma origem divina e os próprios poetas cantavam esse poder emotivo da elocução. O narrador homérico afirma que todos os que estavam em torno de Aquiles choraram, ao ouvi-lo falar da morte de Pátroclo. Alguns desses poetas antigos, “como Orfeu e Empédocles eram considerados seres supra-humanos que dispunham de poderes excepcionais e misteriosos em vários domínios”. Outros tantos poetas recebiam “sua inspiração das musas, cujos poderes mágicos eram transferidos para os poemas que elas inspiravam” (Romilly, 2019, p. 23). De Homero a Píndaro, passando por Hesíodo, esse encanto da poesia sobre sua audiência, que lhe desperta a calma ou a ira, a piedade ou a indignação, passou a ser cada vez mais atribuído às misteriosas, mas, humanas, performances dos poetas e cada vez menos à sua proveniência dos deuses². No bojo dessa mudança da esfera divina para a humana, ocorreria ainda outra passagem.

A emergência das primeiras análises da fala humana parecem datar do século VI a.C. No chamado mundo “ocidental”, a passagem de uma concepção global da fala poderosa dos poetas e de outros “mestres da verdade”, como oráculos e soberanos, que já faziam o que diziam no próprio dizer, para uma que torna possível a “análise” dessa fala, está atestada a partir desse período na Grécia antiga. Inicialmente, se trata de alguns registros mais ou menos esporádicos dessa segmentação, mas “as fontes se multiplicam no século seguinte, de modo que não podemos duvidar de que certa forma de análise da fala começou bem antes que Platão e Aristóteles o fizessem no século IV a. C.”. Sua motivação respondia a necessidades práticas, incidia sobre o desempenho poético e se fundamentava na ideia de que essa fala era uma “construção” humana.

Pouco antes do período clássico, “vimos aparecer uma disciplina que é o longínquo ancestral de todas as ciências da linguagem, a *mousiké*, o estudo da fala poética (da fala *cantada*), desse antigo dom

²Para mais informações sobre essas passagens de uma visão predominantemente teocêntrica para uma predominantemente antropocêntrica e vários de suas consequências, ver: Romilly (2019, p. 24) e Desbordes (1989, p. 154).

das musas”. Com sua emergência, se deu o início da classificação dos sons elementares de nossa fala “em vogais, semivogais e consoantes, a partir de critérios acústicos e articulatórios”, assim como se estabeleceram a determinação das “famílias de sons, geradas pela proximidade articulatória (labiais, dentais...)” e o estudo das “propriedades da sílaba (duração, acento...)” (Desbordes, 1989, p. 156; grifos da autora). Nessa fonética *avant la lettre*, seus precursores distinguem a melodia, o ritmo e outros aspectos da fala poética. Esse conhecimento prosódico atendia a uma busca pelo aumento da eficácia patética nas declamações dos poetas. O trabalho com os elementos da altura, da dinâmica e da qualidade de voz concorria para ampliar a pregnância, as paixões e os prazeres da poesia. Disso deriva a definição que lhe dava Górgias:

Considero e defino toda a poesia como um discurso sob medida. Sobrevêm, naqueles que a escutam, o tremor que habita o medo, a piedade que abunda em lágrimas, o luto que se compraz na dor, e a alma experimenta, diante das alegrias e dos reveses que advêm de ações e corpos estranhos, por intermédio dos discursos, uma paixão que lhe é própria. (Górgias, 2005, parágrafo 9, p. 297).

Além de reconhecer o poder de emocionar da poesia, o sofista vai reivindicá-lo para a prosa poética de que deveriam se valer os oradores que visavam a persuadir seus ouvintes. Essa misteriosa potência da palavra pública de encantar sua audiência não mais provinha de uma inspiração divina: “Se Górgias partia da poesia inspirada e da magia, para sua retórica ele não concedia nenhum espaço à inspiração. A arte do discurso não é somente mágica. Ela é técnica e, mais do que isso, é científica” (Romilly, 2019, p. 50 e 74). No pensamento de Górgias, há o germen da ideia de que esses encantos que os discursos promovem podem ser ensinados e aprendidos. Em que pese o fato de o ensino sofístico só ter alcançado jovens da aristocracia grega, começa ali a surgir o pensamento de que qualquer um pode falar bem e persuadir públicos diversos de qualquer coisa, em quaisquer circunstâncias, se tiver instrução e acesso às técnicas oratórias e aos recursos retóricos. Com seu emprego, os discursos podem diminuir ou eliminar dores e sofrimentos, por um lado, e suscitar ou intensificar aflições, medos e angústias, por outro: “assim como tal droga faz sair do corpo um tal humor, e que umas fazem cessar a doença, outras a vida, assim também, dentre os discursos, alguns afligem, outros encantam, fazem medo, inflamam os ouvintes, e alguns, por efeito de alguma má persuasão, drogam a alma e a enfeitiçam” (Górgias, 2005, parágrafo 14, p. 299-300).

Para essa retórica gorgiana, os membros de um auditório são persuadidos com a sedução de sua alma, ornamentos de linguagem e sugestões que despertam afetos. A seu lado, outra tradição se formava a partir do início do século V a. C. Ela postulava que a persuasão é, antes, uma demonstração ao cérebro, porque o convencimento dos ouvintes se opera principalmente por meio de raciocínios lógicos. O “argumento de Córax” ilustra bem essa tradição. Nele, há tanto o princípio da antítonia, segundo o qual tudo o que pode ser feito por um discurso pode ser desfeito por outro, quanto o recurso

lógico de enfraquecer o argumento mais forte do adversário: “Se o ódio que eu nutria pela vítima torna prováveis as suspeitas que recaem sobre mim, é ainda mais provável que eu, pensando nessa acusação que me inculparia, não tenha cometido crime algum contra ela”(Aristóteles, 2005, Livro II, cap. 24, 1402a, p. 233). Aqui, a paixão do ódio é mencionada, mas não usada ou suscitada. A retórica de Aristóteles não vai ignorar as emoções fornecidas pelo discurso, mas o fará se distanciando de Górgias e se aproximando de Córax.

O estagirita postula para a retórica a condição de uma efetiva *técnica*, por meio da qual se pode discutir correta e precisamente qualquer tese. Nisto consiste a utilidade retórica: considerando que a verdade e a justiça são “por natureza mais fortes do que seus contrários”, precisamos ser capazes “de argumentar persuasivamente sobre coisas contrárias; não para fazer uma e outra coisa – pois não se deve persuadir o que é imoral – mas para que não nos escape o real estado da questão e para que, sempre que alguém argumentar contra a justiça, nós próprios estejamos habilitados a refutar os seus argumentos”(Aristóteles, 2005, I, 1, 1355a, p. 93-94). Para fins tão nobres, a técnica retórica aristotélica não conta com os poderes mágicos de atração e de sedução do discurso. Com base na razão, podemos mobilizar técnicas para empregar a linguagem e construir “as provas de persuasão fornecidas pelo discurso”. Elas “são de três espécies: umas residem no caráter moral do orador; outras, no modo como se dispõe o ouvinte; e outras, no próprio discurso, pelo que este demonstra ou parece demonstrar”(Aristóteles, 2005, I, 2, 1356a, p. 96). A persuasão é obtida com a conjunção entre a imagem que o orador faz de si mesmo, as paixões que suscita em sua audiência e a argumentação racional, preferencialmente dedutiva. Nos termos consagrados pela tradição retórica, aqui se trata do encontro entre o *ethos*, o *pathos* e o *logos*.

Essa conjunção não deve ser entendida como perfeito equilíbrio entre esses três tipos de provas. Não há produção de linguagem humana que não compreenda uma imagem de si de quem fala pelo que diz e, sobretudo, por seus modos de dizer, estados emocionais e inclinações afetivas do falante e dos ouvintes e ainda informação e/ou argumentação. Mas, no pensamento retórico de Aristóteles, o *ethos* e o *pathos* estão subordinados à argumentação demonstrativa. O primeiro livro da *Retórica* condena a excessiva atenção dispensada às emoções nos tratados de oratória, “porque o ataque verbal, a compaixão, a ira e outras paixões da alma semelhantes a estas não afetam o assunto, mas sim o juiz”(Aristóteles, 2005, I, 1, 1354a, p. 90); sustenta que “está errado perverter o juiz incitando-o à ira, ao ódio ou à compaixão”; postula que “somos persuadidos sobretudo quando entendemos que algo está demonstrado”(Aristóteles, 2005, I, 1, 1354b, p. 93); e trata amplamente do *logos* ao longo de toda sua extensão. Já o segundo livro aborda as emoções e, em seguida, os caracteres do orador, mas também versa extensa e intensivamente sobre a demonstração racional, suas diferentes vias e seus diversos componentes. Se o objetivo da maioria das obras anteriores de retórica era o de promover o encantamento dos ouvintes, lhes suscitando paixões, Aristóteles, por sua vez, toca na dimensão afetiva

da linguagem, capaz de alterar nossos julgamentos, muito mais por meio de comentários, digamos, racionais e teóricos do que mediante recomendações sobre o modo como elas poderiam ser provocadas no auditório:

Os factos não se apresentam sob o mesmo prisma a quem ama e a quem odeia, nem são iguais para o homem que está indignado ou para o calmo, mas, ou são completamente diferentes ou diferem segundo critérios de grandeza. Por um lado, quem ama acha que o juízo que deve formular sobre quem é julgado é de não culpabilidade ou de pouca culpabilidade; por outro, quem odeia acha o contrário. [...] As emoções são as causas que fazem alterar os seres humanos e introduzem mudanças nos seus juízos, na medida em que elas comportam dor e prazer: tais são a ira, a compaixão, o medo e outras semelhantes, assim como as suas contrárias. Mas convém distinguir em cada uma delas três aspectos. Explico-me: em relação à ira, por exemplo, convém distinguir em que estado de espírito se acham os irascíveis, contra quem costumam irritar-se e em que circunstâncias. (Aristóteles, 2005, II, 1, 1377b e 1378a, p. 159-161).

Metodicamente, Aristóteles examina cada uma das paixões de que trata no segundo livro de sua obra (a ira e a calma, a amizade e a inimizade, o temor e a confiança, a vergonha e a desvergonha, a amabilidade, a piedade, a indignação, a inveja e a emulação), indicando suas causas e o que elas causam, a quem elas acometem e quem as suscita, as ocasiões em que elas ocorrem e a variação em suas gradações. Suas considerações sobre a ira se encerram nestes termos: “E com isto, falamos, simultaneamente, das pessoas contra quem se sente ira, em que estados de espírito e por que motivos” (Aristóteles, 2005, II, 2, 1380a, p. 166). O pressuposto aristotélico é o de que, conhecendo esses dados, aos quais se chega pela reflexão e análise racionais, o orador estará em condições de provocar as paixões adequadas em seu auditório: “É evidente que o orador deve dispor, por meio do discurso, os seus ouvintes de maneira que se sintam na disposição de se converterem à ira, representando os seus adversários culpados daquilo que a provoca e como sujeitos dotados de um caráter capaz de a excitar”(Aristóteles, 2005, II, 2, 1380a, p. 166).

Justamente porque Aristóteles busca ordenar esses emblemas da desordem e da agitação dos julgamentos e identificar uma lógica nas paixões, não encontraremos em sua *Retórica* recomendações para que o orador as experimente e, assim, possa melhor suscitá-las em seu público. Em contrapartida, não estarão ausentes da reflexão aristotélica as considerações sobre aspectos antropológicos e sociais das emoções que modificam suas gradações. Não estamos igualmente passíveis às paixões diante da proximidade ou da distância espacial e cronológica dos fatores e sujeitos que as provocam: tememos os males “próximos e prestes a acontecer; os males demasiado distantes não nos metem medo. Com efeito, toda a gente sabe que vai morrer, mas, como a morte não está próxima, ninguém se preocupa com isso”(Aristóteles, 2005, II, 5, 1382a, p. 174). Há ainda certa consonância entre as distâncias e as velocidades na produção das paixões e de seus ardores. Todo prazer e toda dor serão mais intensamente experimentados quanto menos estiverem previstos, porque bens e males não esperados, que nos

chegam rapidamente, são respectivamente mais prazerosos e mais dolorosos do que aqueles já antevistos e/ou que nos vão acontecendo aos poucos.

AS EMOÇÕES E AS RELAÇÕES SOCIAIS NA RETÓRICA ARISTOTÉLICA

No pensamento de Aristóteles, a relação entre os afetos e as relações sociais é abordada com base no fato de que os primeiros são suscitados e modificados pelas últimas. Se toda sociedade tem mecanismos de controle das emoções de seus membros, boa parte desses mecanismos funciona de acordo com o princípio de que não amamos nem odiamos o outro independentemente de nossas e das suas funções, de nossos e dos seus lugares sociais. Uma das causas da ira reside no desejo acompanhado de dor, porque não satisfeito:

Os seres humanos encolerizam-se quando sentem tristeza, pois quem sente amargura é porque deseja alguma coisa. Ora, se algum obstáculo se opuser ao seu desejo, quer diretamente, como por exemplo, quando alguém o impede de beber, quer indiretamente, em ambos os casos o resultado é nitidamente o mesmo. O ser humano encoleriza-se, se alguém se opuser à sua ação ou se alguém não colaborar com ele, ou se, de alguma forma, alguém o perturbar quando está em tal estado. Eis a razão pela qual os enfermos, os pobres, os que estão em guerra, os amantes e os que têm sede e, em geral, os que desejam ardentemente alguma coisa e não a satisfazem são iracundos e facilmente irritáveis, sobretudo contra aqueles que menosprezam a sua situação. (Aristóteles, 2005, II, 2, 1379a, p. 163).

Uma vez mais a gradação é algo fundamental na consideração aristotélica das paixões. A ira não é igualmente intensa contra quem não colabora com a realização de nossos desejos, contra quem a perturba e contra quem se lhe opõe. De modo análogo, ela aumenta, quando quem o faz é um amigo ou alguém que já favorecemos. Além disso, nas ocasiões em que os irados são frágeis ou inferiores, sua ira será menor do que a sentida pelos que são ou se imaginam superiores. Quando a satisfação de seus desejos está ameaçada ou suspensa, a ira dos inferiores pode estar acompanhada do incômodo com a indiferença ou o menosprezo de sua difícil situação, ao passo que a cólera dos superiores compreenderia não só a frustração do desejo, mas também a indignação com a desconsideração do inferior e a revolta diante da ação ou da inação de um inferior, que lhe deveria respeito, subordinação e prestatividade.

As paixões variam no tempo e no espaço e variam ainda em diferentes circunstâncias e conforme os distintos lugares sociais. Mas, pelo próprio fato de que no pensamento aristotélico essa variação não se modifica em condições históricas diversas, constatamos que sua concepção não corresponde ao modo como funciona essa mesma e distinta ideia no interior da História das sensibilidades. Nesta última, nossas sensações e sentimentos são produtos modificáveis de processos históricos e de relações sociais variadas e variáveis. Em que pese essa diferença fundamental, podemos

considerar que Aristóteles aponta a seu modo para a condição social das paixões: os indivíduos não as sentem independentemente de suas pertencas e identificações com lugares institucionais e com posições sociais. Em sua Retórica, identificamos um discurso que materializa a ideia de que é possível e necessário conhecer bem e logicamente o funcionamento das paixões para que possamos melhor mobilizá-las nas tentativas de conduzir um conjunto de ouvintes a aderir a certos pontos de vista e a agir em determinadas direções.

A tradição retórica latina vai compartilhar de alguns desses princípios aristotélicos, mas também vai lhe demarcar importantes diferenças. Com base nas provas técnicas do *logos*, do *ethos* e do *pathos*, os retores de Roma projetaram à sua maneira um modelo ideal das funções do orador: *docere*, *delectare* e *movere*. Cícero postula que a excelência oratória compreende o cumprimento dessas três tarefas:

Portanto, será eloquente aquele que no tribunal e nas causas civis falar de tal modo que consiga dar provas do que diz, ser agradável e emocionar seus ouvintes. Dar provas do que diz é uma condição necessária para o orador convencer seu público, mas mostrar-se agradável é fundamental para a obtenção de seu consentimento e emocioná-lo é um imperativo para persuadi-lo. De fato, entre essas três funções, é a emoção suscitada nos ouvintes a mais poderosa para que saíamos vitoriosos das causas que disputamos. Há para o desempenho de cada uma dessas tarefas do orador um estilo próprio de linguagem: um estilo preciso para provar algo, um estilo ameno para agradar ao público e um estilo veemente para comovê-lo, porque é somente aqui que reside toda a potência do orador. (Cícero, 2008, cap. XXI, 69, p. 25).

Identificamos nessas recomendações uma hierarquia entre essas funções. A capacidade de bem argumentar é indispensável ao convencimento nos desempenhos oratórios dos gêneros judiciário e deliberativo, mas não basta para persuadir os ouvintes. Para isso, é preciso ainda se mostrar agradável de modo a torná-los benevolentes e, principalmente, conseguir tocar seus corações. Sem a disposição patética favorável do auditório, condição necessária para a adesão afetiva a certa posição, as demonstrações ao cérebro, produzidas pelo raciocínio lógico, e as imagens positivas de si, derivadas da devida construção de um *ethos*, seriam insuficientes para a eficácia discursiva. Diferentemente do que vimos em Aristóteles, na perspectiva de Cícero, a emoção gerada nos ouvintes é o que há de mais poderoso para a conquista de vitórias em disputas oratórias; emocionar o público condição necessária para persuadi-lo. Além disso, não instruímos, agradamos e comovemos os interlocutores com o mesmo estilo de linguagem. Para o *docere*, o orador deve empregar principalmente um estilo simples e preciso; já para o *delectare*, um estilo leve e ameno; e, finalmente, para o *movere*, um estilo grave e veemente. É no desempenho dessa mais decisiva tarefa, a de comover os ouvintes, que se situa o ápice do potencial do orador. Aqui, o plano dos afetos é constitutivo da linguagem e essa dimensão patêmica é absolutamente crucial para a persuasão.

Outro nome incontornável da retórica da Roma antiga subscreve várias das ideias aristotélicas sobre as paixões, mas também estabelece uma importante diferença em relação a Aristóteles. Em sua *Instituição oratória*, Quintiliano indica que nossas emoções não são as mesmas diante de pessoas de condições e posições distintas e que elas podem ser divididas entre as que, se ligando mais ao *ethos* do que ao *pathos*, são mais calmas e contínuas, por um lado, e as que, se ligando mais ao *pathos* do que ao *ethos*, são mais vivas e momentâneas, por outro. De modo semelhante ao que encontramos em Aristóteles, na *Instituição*, também está presente a opinião de que o sentimento é mais decisivo do que as provas para a persuasão: “Nada poderia dar mais força à fala do que o apelo aos sentimentos”(Quintiliano, 2003, VI, 2, 2, p. 23). A capacidade de suscitá-los nos juízes faz com que eles favoreçam uma ou outra causa, porque assim que “comecem a se deixar levar pela cólera, pela compaixão, pelo ódio ou pela piedade, eles tomam a causa como algo pessoal, (...) edeixam de buscar metodicamente a verdade”(Quintiliano, 2003, VI, 2, 6, p. 24). Esses juízes seriam tocados pelo fluxo das paixões e arrastados por essa sua torrente emotiva. Quintiliano diz ainda o seguinte: Depois disso, identificamos um último e singular aspecto. Segundo sua experiência e a própria natureza das relações humanas, o retor romano apresenta este postulado:

O essencial, ao menos, segundo meu ponto de vista, é que, para melhor emocionar o outro, é preciso de que estejamos nós mesmos emocionados. Porque seria muito ridículo, se nos contentássemos em simular o ressentimento, a cólera e a indignação, tentando somente acomodar nossas frases e expressões fisionômicas a esses estados de alma, e não ao que de fato sentimos em nossas almas. Como poderíamos explicar que pessoas aflitas, sobretudo por golpes de dor que acabam de lhes ser desferidos, se mostrem muito mais desvoltas na comunicação livre e confiantes de seus sentimentos, ou que pessoas sem instrução, quando tomadas pela cólera, falem com muita desenvoltura, se não fosse pelo fato de que falam tomadas por uma forte emoção e por sentimentos profundamente verdadeiros. (...) Alguém se afligiria, ao me ouvir, se eu não estivesse sentindo a aflição que a minha fala pretende fazer o outro experimentar? Alguém vai se indignar, se aquele que pretende incitar a cólera não sente nada que seja parecido com ela? O juiz vai derramar alguma lágrima, se o advogado tiver os olhos secos? É impossível; porque somente o fogo pode incendiar.(Quintiliano, 2003, VI, 2, 28, p. 30-31).

Quintiliano sustenta nessa passagem a ideia segundo a qual para emocionar seu auditório o orador deve estar emocionado, ou, mais precisamente: para emocionar o outro de forma mais eficaz é preciso estar também tomado pela emoção. Ora mais ora menos modificada, essa ideia reaparecerá em compêndios de retórica produzidos em tempos e espaços bastante distantes da Roma antiga. De fato, esse e outros princípios e noções que foram formulados e/ou sistematizados nos tratados de Aristóteles, Cícero e Quintiliano ressurgirão frequentemente, com maiores ou menores alterações, em obras modernas congêneres.

Não raras vezes, retores de tempos e de lugares distintos irão reiterar que não se deve incendiar os auditórios ou nem mesmo fazer predominar o *pathos* em quaisquer circunstâncias, de qualquer modo e em qualquer parte de um pronunciamento. Aristóteles afirma que o ponto privilegiado, se não, exclusivo, para o orador suscitar ou intensificar as disposições afetivas em seu auditório é o epílogo, também chamado não raras vezes de peroração. Sua recomendação é a seguinte: depois de tornar o público favorável à sua causa e desfavorável à do adversário e de amplificar ou minimizar a grandeza dos fatos, “convém provocar no ouvinte comportamentos emocionais. Estes são: a compaixão, a indignação, a ira, o ódio, a inveja, a rivalidade, o sentimento de discórdia. Isto é ajustado fazer aqui e não nos proêmios”(Aristóteles, 2005, III, 19, 1419b, p. 296). Cerca de vinte e quatro séculos mais tarde e do outro lado do Atlântico, um compêndio de retórica iria reiterar e desenvolver essa ideia dos retores antigos, segundo a qual o orador deve respeitar muitas restrições na experiência e no despertar das paixões. Eis as quatro advertências relacionadas por seu autor:

1º. O calor que se manifesta nas expressões deve ser sempre proporcionado ao assunto e às circunstâncias, porque não há coisa mais ridícula do que falar com veemência sobre um assunto de pequena importância, ou que por sua natureza demanda ser tratado com muito sossego e tranquilidade. Além de que o homem, que em tudo quanto diz mostra paixão e veemência, é contemplado como um espírito turbulento, que não merece consideração nem confiança; 2º. Nunca deve fingir-se uma comoção, que não se sente, porque um tal disfarce vem sempre a descobrir-se por meio da expressão pouco natural, a qual expõe o orador à zombaria. A grande regra é, pois, o seguir a natureza, sem empregar jamais um modo de dizer que não concorde com o próprio gênio. 3º. Ainda quando o assunto autorize a veemência, e com ela simpatize o próprio gênio do orador, e ainda que seu calor seja verdadeiro e não fingido, deverá evitar que sua impetuosidade chegue a excesso, porque se o orador perder o império sobre si mesmo, cessará também de o ter sobre os seus ouvintes. Cumpre igualmente que não entre em inflamar-se logo desde o princípio, antes, sim, que comece com moderação. 4º. Finalmente, em todo o gênero de discursos públicos, é regra essencial a observação do decoro prescrito pelas circunstâncias do tempo, do lugar e do caráter do orador, sem que a infração desta regra possa jamais ser desculpada pelo calor da eloquência. Por isso, a veemência, que parece bem a um homem que goza de reputação e de autoridade respeitável, pode parecer contrária à modéstia em um jovem orador, e o tom jovial e os gracejos, que se permitem em certos assuntos e em certas assembleias, são inteiramente fora de propósito em assuntos graves e diante de uma assembleia respeitável. (Freire de Carvalho, 1856, Cap. XXVII, Seção I “Assembleias populares”, Regra IV, parágrafo 8, p. 227-230).

A retórica e a oratória são campos não muito afeitos às mudanças. Certa pretensão universal em várias obras da tradição retórica e certa conservação de padrões oratórios concorrem para a vida longa e para a ampla extensão de princípios e noções que remontam à retórica antiga, a despeito das muitas e profundas modificações históricas e sociais e das adaptações e inflexões que essas transformações

constituíram. Constatamos essa relativa perenidade no compêndio de Francisco Freire de Carvalho, sob a forma da reprodução pouco alterada destas recomendações: i) não é em qualquer gênero do discurso que se podem desdobrar as emoções; ii) as circunstâncias do gênero das assembleias populares são suscetíveis ao estilo veemente e caloroso de fala; iii) mas, mesmo aí, o orador não deve exagerar na intensidade e na extensão desse recurso; iv) ele deve despertar no outro a emoção de que ele próprio está investido; v) o recrudescimento da paixão precisa de certos limites e de um crescendo emocional presente tanto no orador quanto nos ouvintes, para que não se torne impulsos e descontroles e para que as emoções possam se conciliar com a exposição racional de argumentos; e vi) é necessária uma conveniência entre assuntos e estilos de linguagem, entre certos tons, as faixas etárias e as condições sociais dos oradores e dos auditórios. Em suma, as emoções são fornecidas pelo discurso, desempenham papel fundamental na persuasão, mas não devem ser mobilizadas de qualquer modo e por quaisquer uns nem devem ser destinadas a quaisquer públicos em quaisquer ocasiões.

Esses e outros discursos que materializam a ideia de que as palavras provocam ou intensificam as emoções já tinham sido produzidos antes e fora do âmbito da retórica, foram particularmente constituídos no interior desta última e continuariam a ser construídos em outras esferas sociais e em outros campos do conhecimento. Isso não significa, porém, que as emoções foram sempre e indistintamente objeto de consideração e de investigação. De modo mais preciso, no universo dos estudos da linguagem, ao longo de sua emergência, consolidação e delimitação recíproca, entre o século V a.C. e o século I a.C., quando se distinguem a retórica, a dialética e a gramática, coube somente à primeira considerar e discutir detalhadamente as relações entre usos da língua e estados afetivos, entre sentimentos e suas funções persuasivas. No *trivium* medieval, que perpetuou essa tripartição, só a retórica, a *ars bene dicendi*, ou seja, a técnica do discurso eficaz, que persuade os ouvintes, os conduzindo a aderir à posição do orador e a agir conforme sua indicação, se interessou pelas paixões. Isso porque a gramática, a *ars recte dicendi*, estudava a linguagem para recomendar a correção linguística dos enunciados, enquanto a dialética, a *ars uere dicendi*, examinava a adequação entre os enunciados e as coisas e ideias do mundo para distinguir as verdades essenciais do que eram apenas contingências e aparências. Não há, portanto, espaço para as relações entre as emoções e a linguagem na gramática e na dialética.

Na modernidade, a retórica não desfrutaria de boa reputação. Separados ou conjugados, os princípios e valores do Iluminismo, do Romantismo e do positivismo contribuíram decisivamente para o declínio da *ars bene dicendi*. Por mais diversas que elas sejam entre si, as monarquias absolutistas, as revoluções burguesas e as tiranias fascistas causaram reduções, suspensões e eliminações de práticas e ideias retóricas. Em contrapartida, fatores históricos, sociais, políticos e culturais concorriam para o surgimento do germen e, mais tarde, para a consolidação das pesquisas diacrônicas e comparativas entre as línguas e dos estudos da gramática geral (Trabant, 2021, p. 45-67). No método histórico

comparativo, quando o objeto da linguística são as mudanças das formas linguísticas, e no estruturalismo, quando seu objeto passa a ser as unidades, as regras de combinação dessas unidades e as relações de identidade e diferença que elas estabelecem entre si no interior de um sistema linguístico, não há maiores razões e ensejos para o tratamento das relações entre nossas falas e nossos afetos. O mesmo ocorre no gerativismo, uma vez que seu interesse se concentra na investigação da estrutura profunda da competência linguística, que compreende as regras finitas da língua com as quais produzimos um número infinito de frases gramaticais. As exceções nesse quadro são raras.

AS EMOÇÕES NOS ESTUDOS CONTEMPORÂNEOS DA LINGUAGEM

Já a partir da segunda metade do século XX, motivadas por fatores epistemológicos, mas também históricos, sociais e políticos, emergem ou se consolidam várias tendências linguísticas que se consagram aos usos concretos da língua produzidos por falantes reais em situações efetivas de fala. É nesse cenário que se estabelecem estas áreas dos estudos linguísticos: sociolinguística, teorias da enunciação, análises da conversação e múltiplas abordagens interacionistas, pragmáticas e textuais. A fala, o texto e os enunciados se tornam objetos centrais desses campos da linguística. Também a noção de discurso passa a frequentar cada vez mais esses campos, sendo concebida como algo que extrapola as fronteiras da língua, que concerne elementos culturais, sociais ou cognitivos da significação e que remete a sequências linguísticas efetivamente ditas e produzidas em contextos específicos. Recrudescem aqui as ideias de que há fenômenos linguísticos que ultrapassam os limites da frase, de que tais fenômenos devem ser considerados em situações concretas de fala e de que a produção dos sentidos decorre de articulações intrínsecas entre o que é dito e os contextos sociais em que as coisas são ditas.

Esses aspectos haviam sido frequentemente descurados por abordagens estruturalistas, cuja preocupação fundamental, conforme dissemos, era a descrição das unidades fonológicas, morfológicas e sintáticas e de suas regras de combinação nos diversos sistemas linguísticos. Trata-se aqui da passagem de um enfoque que privilegiava elementos e aspectos estáveis das línguas para um que aborda principalmente elementos e aspectos instáveis dos usos linguísticos. Essa passagem compreende o surgimento da Nova retórica e da Análise do discurso. Inicialmente e mesmo em seus primeiros desenvolvimentos, esses dois campos dos estudos da linguagem não fizeram das emoções um objeto de seu interesse. Na Nova Retórica, as paixões foram subsumidas na noção de “valores”, ou seja, nas visões de mundo, nas crenças e nas ideias que elas compreendem e que seriam fundamentais na adesão de auditórios, diante da exposição de raciocínios, que não são nem necessários nem arbitrários. Seus desenvolvimentos a conduziram ao postulado de que as situações argumentativas são profundamente emocionais e emocionantes, que nessas situações os “valores” compreendem desejos, interesses e

afetos, que há uma condição inseparável entre razões e emoções nos discursos argumentativos e que, apesar de tudo isso, a Nova retórica teria passado ao largo das emoções e de seu papel na argumentação (Plantin, 2011).

Discursos sem afetos. Foi assim que a AD considerou em larga medida seu objeto. A despeito da consistência de seus postulados e noções fundamentais, tais como o de que as ideologias derivam das condições materiais de existência e se materializam privilegiadamente nos discursos e o de que o discurso determina o que se diz e produz os sentidos das coisas ditas, a Análise do discurso passou por aperfeiçoamentos decorrentes tanto de reconfigurações históricas e sociais quanto de reflexões teóricas e metodológicas conduzidas por Michel Pêcheux e seu grupo. Com esses desenvolvimentos, a discursividade foi abordada de maneira cada vez mais complexa e abrangente. Quando de sua emergência, as análises recaíam, principalmente, no que era dito e na identificação de distintas posições ideológicas que se materializavam nos enunciados. Mais tarde, por volta da metade da década de 1970, os analistas aprofundaram seus estudos sobre as relações entre o que era dito e as distintas maneiras de fazê-lo. Desde então, a AD sustenta que a diversidade nas formulações linguísticas dos enunciados produz variações tanto nas identificações ideológicas quanto nos efeitos de sentido produzidos no discurso. Finalmente, desde o início dos anos de 1980, os suportes materiais pelos quais os enunciados são transmitidos e ainda os espaços sociais de sua circulação passam a ser concebidos como elementos que participam da produção dos sentidos. As análises, então, consideram o que se diz, o modo de dizer e os espaços e meios por onde transitam as coisas ditas, para melhor indicar sua decisiva conjunção na construção dos sentidos dos enunciados. O exame dessas três dimensões do discurso se tornou cada vez mais necessário e produtivo e sua designação se consolidou no Brasil sob a forma desta tricotomia: *constituição, formulação e circulação* do discurso (Orlandi, 2001).

Na esteira desses avanços da AD, outros se processaram, tais como as noções de *memória discursiva* e *enunciado dividido*, concebidas por Jean-Jacques Courtine (2009), e as de *heterogeneidade mostrada* e *constitutiva* e de *modalização autonímica*, propostas por Jacqueline Authier-Revuz (2004); a intersecção entre *cena englobante*, *cena genérica* e *cenografia*, pensada por Dominique Maingueneau (2015); e a noção de *discurso digital*, desenvolvida por Cristiane Dias (2018). Esses desdobramentos se aprofundaram nos estudos do discurso realizados no Brasil, onde se consolidaram várias áreas dedicadas ao exame da discursividade. Mas os afetos não foram devidamente contemplados nas análises do discurso que se fundamentam em Bakhtin, Pêcheux e Foucault. Já nos trabalhos da Argumentação e da Semiótica, as emoções se tornaram já há algum tempo um objeto privilegiado de interesse.

As emoções não foram um objeto privilegiado pela Análise do discurso. De fato, as sensações, os sentimentos e as sensibilidades tiveram importância bastante reduzida no exame da discursividade até um período bem recente. Não raras vezes, parece ter ocorrido algo ainda mais intenso: a relação entre a ordem do discurso e as emoções “foi colocada à parte ou sob a égide das estruturas sintáticas ou

das contagens lexicais” (Courtine, 2016, p. 15), em benefício da identificação das filiações ideológicas dos enunciadores. Sua condição sensível era uma espécie de ponto cego. Há várias razões para a modificação que está se processando atualmente nesse quadro. Uma delas reside na tomada de consciência de que “assim que deixamos de considerar o discurso como texto e assim que nos preocupamos em compreender a realidade de seus efeitos sobre aqueles que o produzem e sobre aqueles que o recebem, as emoções que a fala suscita se impõem, sem que possamos calá-las” (Courtine, 2016, p. 18). Uma segunda razão consiste na pertinência e na produtividade de uma abordagem discursiva dos componentes afetivos das práticas e representações da linguagem humana: “O que produz os laços entre as emoções e o discurso é o caráter coletivo das emoções, a condição histórica de todas elas, as modalidades discursivas e a dimensão inconsciente que são, enfim, absolutamente constitutivas de sua existência” (Courtine, 2016, p. 29).

No bojo dessas duas razões, há ao menos mais uma. Essa terceira razão respeita aos avanços que a abordagem discursiva das emoções pode aportar ao tratamento que lhes é dispensado em parte dos estudos da argumentação. Estes últimos já indicaram corretamente a diferença entre as emoções declaradas no discurso e as emoções indicadas pelo discurso, entre discursos emocionados e discursos emocionantes. Além disso, já postularam acertadamente que a demonstração racional ao cérebro desacompanhada de alguma sedução patêmica da alma tende a ser insuficiente para a adesão de um público a certa posição discursiva e para fazê-lo agir conforme essa posição. Finalmente, já apontaram não apenas para o fato de que a afetividade na linguagem se inscreve nas formas e recursos dos níveis prosódico, lexical, sintático e estilístico, mas também para a necessidade de suspender a separação estanque entre razão e emoção, na medida em que ambas são constituídas conjuntamente pelas mesmas unidades e recursos da linguagem: “representação racional e emoção são produzidas pelas mesmas palavras, pelas mesmas construções e pelos mesmos argumentos” (Plantin, 2011, p. 5).

Mas esses estudos ainda pecam pelo exame de casos pontuais, ou seja, de textos específicos, a partir de um enfoque situacional. Analisam estados típicos e suas eventuais modificações em estados fásicos num texto ou numa interlocução: enquanto uma entrevista de emprego é estressante, uma conversa com amigos num restaurante é descontraída. Esses estados típicos podem se alterar com estes desdobramentos fásicos: “um acontecimento indutor 1) perturba um estado psíquico de base; 2) provoca uma excitação no sujeito; e 3) essa excitação é seguida por um abalo e por um retorno à média do estado típico”(Plantin, 2011, p. 126). Assim, essas análises tratam da calma ou da firmeza de um orador num pronunciamento e de suas eventuais oscilações emocionais, porém não consideram as sensações e os sentimentos que um grupo nutre por outro, que um segmento social tem ou não por um governo ou por um setor político. Esses e outros afetos estarão presentes nos discursos de seus enunciadores materializados em seus diversos textos, cujos enunciados serão formulados de modo mais ou menos singular.

Há reduções e distorções nessa concepção textual e em abordagens estritamente jurídicas de discursos que concentram, expressam e provocam grande carga afetiva, tal como o discurso de ódio. Essas reduções e distorções derivam da ausência de uma visada histórica, social e política desse fenômeno. Racismo, ódio de classe, machismo, homofobia e atrocidades afins não podem ser reduzidos a algo pontual e pessoal, porque são constituições históricas e sociais. Deformidades dessa natureza ocorrem quando se circunscreve o poder deletério desse discurso à produção particular de um ato injurioso de linguagem, se atribui às ofensas e ameaças a condição de um ato isolado e, finalmente, se reduz um tal ato à conduta específica de um indivíduo. A necessária precaução ante tais reduções e distorções e o devido enfoque a ser dispensado ao discurso de ódio não correspondem, evidentemente, à desoneração de responsabilidade do indivíduo e à sua anistia no plano jurídico.

ANÁLISE DO DISCURSO E HISTÓRIA DAS SENSIBILIDADES

É justamente com base na consideração desse papel fundamental que os estudos do discurso podem se encontrar com a História das sensibilidades. Por meio dessa articulação, aprendemos que as práticas e as representações de linguagem são atravessadas por afetos e que os sentimentos e as sensações de nossos cinco sentidos (a visão, o paladar, a audição, o tato e o olfato) se alteram com as variações do tempo, com as distribuições no espaço e com as partilhas e fragmentações sociais, enfim, com os consensos e conflitos que formam as sociedades. Nossos padrões sensoriais e nossos regimes de sensibilidade são se reduzem a algo biológico, psicológico e individual, nossas emoções não são imutáveis nem universais, pois se formam, se intensificam, refluem e se modificam no cerne de processos históricos e de estruturas sociais (Corbin; Courtine; Vigarello, 2020, p. 9-11).

As emoções têm uma história e são experimentadas em sociedade. Suas modificações no tempo e suas variações no espaço decorrem de partilhas materiais da sensibilidade gestadas por processos históricos e relações sociais. Na composição, no fortalecimento e nas alterações dessas partilhas, os discursos desempenham papel fundamental. Com efeito, os discursos jamais são completamente desafetados e estão no cerne da formação, das gradações e das alterações dos sentimentos e das paixões. Diante desses e de tantos outros desenvolvimentos historiográficos que examinam as emergências, as consolidações e as transformações das sensibilidades, as relações entre elas e a história, entre os afetos e a sociedade não mais deveriam estar ausentes dos estudos do discurso nem estar aí presentes de modo secundário e pouco produtivo. Isso porque os discursos expressam, tematizam e suscitam emoções, porque eles exprimem tanto as que são sentidas quanto as que são simuladas pelo falante, tratam daquelas identificadas ou atribuídas a outrem e ainda as provocam nos interlocutores. Mas, além da expressão, da tematização e da provocação dos afetos, discursos os constituem e são por eles constituídos.

Ao postular a existência de uma ordem do discurso, Foucault supõe que “em toda sociedade a produção do discurso é ao mesmo tempo controlada, selecionada, organizada e redistribuída por certo número de procedimentos que têm por função conjurar seus poderes e perigos, dominar seu acontecimento aleatório, esquivar sua pesada e temível materialidade” (Foucault, 2000, p. 8). Essa produção e seus produtos são marcados pela raridade, pois o discurso é um conjunto sempre finito de coisas distas. Ante essa condição rara do discurso, o filósofo afirma que sua análise implica a consideração das condições históricas de emergência de seus enunciados, em detrimento dos inúmeros outros que poderiam ter sido formulados em seu lugar. Essa consideração deve estar fundamentada na “crítica do documento” (Foucault, 1997, p. 7), que consiste em analisar as práticas de linguagem, não na direção para as quais elas apontam, mas na dimensão histórica e social que as constituem. Nessas produções, há relações de força e de sentido, mas há também sensações, sentimentos e sensibilidades. O que marca as lutas do discurso são as posições dos sujeitos. Tais posições discursivas não são jamais assumidas sem afeto.

Com frequência, os analistas de discurso reiteram a afirmação de que a AD se constituiu como um campo de saber mediante a “articulação de três regiões do conhecimento científico” (Pêcheux; Fuchs, 1997, p.163): o materialismo histórico, a linguística e a psicanálise. Desde Freud, esta última nos ensinou que há desejos e forças inconscientes, que fogem de nosso controle racional, atuando decisivamente em nossas mentes e em nossos corações. Já antes de nosso nascimento e ao longo de toda nossa vida, estamos imersos num caos de vontades e de emoções, que se vai pondo mais ou menos em ordem instável a partir de nossos encontros e confrontos com o mundo e com os seres que são objeto de nossos primeiros e grandes amores, mães, pais e afins. Da psicanálise para a Análise do discurso vieram ou se reforçaram o descentramento do sujeito, a “leitura sintomal”, a opacidade da linguagem e o “real da língua”, em boa medida em detrimento dos exames dos afetos. Estes últimos apenas recentemente passaram a se constituir como seu domínio de interesse. Não há nisso nenhum demérito. Todo campo do conhecimento precisa de critérios, focos e recortes para a constituição de seu objeto específico, que justifique sua emergência e consolidação. Sem que nesta avaliação resida alguma pretensão totalizante, como se à AD tudo coubesse, julgamos que a abordagem discursiva das emoções é pertinente e produtiva, conforme indicamos aqui.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Não há significação sem afeto nem afeto sem significação. Este enunciado materializa um discurso mais ou menos recente nas ciências da linguagem sobre as relações entre as emoções e a fala humana. Como uma espécie de ponto de chegada de uma longa e diversificada história de distintas coisas ditas a propósito desses laços entre nossas palavras e nossas paixões, esse discurso, que não mais separa de forma estanque e absoluta *logos*, *ethos* e *pathos*, ou seja, argumentações por meio de

raciocínios preferíveis, imagens dos enunciadores e afetos dos interlocutores e que os articula à construção dos sentidos, aportou nos últimos tempos em alguns dos atuais desdobramentos dos estudos discursivos. Desde então, as relações entre os discursos e as emoções foram e continuam a ser objeto de pesquisas, publicações e eventos³.

A dimensão afetiva é indissociável e constitutiva da linguagem humana. Não há atividade discursiva destituída de afetos. Além disso, as paixões são absolutamente decisivas nas produções de nossas falas e de nossas escutas e desempenham um papel fundamental na comoção, na identificação e na adesão dos sujeitos de uma sociedade às diversas e conflitantes pautas e posições. Com base nesses encontros e conquistas, podemos sustentar a ideia de que as comunidades discursivas se formam tanto pelo que dizem seus membros, a partir da constituição histórica de seus enunciados, pelos modos como eles formulam seus dizeres e pelos meios materiais e espaços sociais em que circulam, se conservam ou se esvaem as coisas ditas, quanto pelas sensações e afetos que compartilham entre si e que experimentam diversamente de outras comunidades. A “natureza” dessa formação compreende, evidentemente, graus distintos e combinações variadas em diferentes classes e grupos sociais.

Os discursos manifestam, mencionam e movem as emoções. Além disso, a discursividade é constituída de afetos e os constitui em suas enunciações e em seus enunciados, no que dizem e no que calam. De modo análogo ao que ocorre com outros sentidos e sensações, que estão ora mais ora menos articulados e que são irreduzíveis uns aos outros, entre as emoções e o discurso também existem relações fundamentais: os afetos são expressos, suscitados e reforçados ou abrandados pelos discursos, mas também são formados e transformados pelo que dizem os sujeitos de uma sociedade a seu respeito e a respeito de outros temas, por seus modos de dizer e pelas circulações diversas das coisas ditas.

Conhecemos bem o postulado da AD, segundo o qual o discurso constitui objetos, sentidos e sujeitos. A discursividade não se reduz a um ato individual de fala. É, antes, uma prática histórica e social que constrói os objetos de que fala e os sentidos e sujeitos do discurso. Não haveria razão para duvidar de que ela tem um papel constitutivo na formação e nas modificações dos afetos das classes, grupos e membros de uma sociedade. Em suma, o discurso é uma prática que constrói os objetos, os sentidos e os sujeitos, mas ele também produz os sentidos e os sentimentos de cada uma e de cada um de nós.

REFERÊNCIAS

Aristóteles (2005). *Retórica*. Coimbra, Imprensa Nacional / Casa da Moeda.

Authier-Revuz, J. (2004). Heterogeneidade mostrada e heterogeneidade constitutiva. In: *Entre a transparência e a opacidade*. Porto Alegre, EdPUCRS.

³ O Labor/UFSCar e Lire/UFSCar têm se dedicado ao exame dessas relações entre os discursos e as emoções. Conferir, por exemplo, Piovezani (2020); Curcino (2022); Piovezani; Curcino; Sargentini (2024). Além disso, as duas últimas edições do Colóquio Internacional de Análise do discurso (CIAD) foram consagradas a esse tema.

- Cícero. (2008). *L'orateur*. Paris, Les Belles Lettres.
- Corbin, A.; Courtine, J-J.; Vigarello, G. (Orgs.). (2020). *História das emoções: Da Antiguidade às Luzes* vol. 1. Petrópolis, Editora Vozes.
- Courtine, J-J. (2009). *Análise do discurso político*. São Carlos, EdUFSCar.
- Courtine, J-J. (2016). A era da ansiedade: discurso, história e emoções. In: *(In)subordinações contemporâneas: consensos e resistências nos discursos*. São Carlos, EdUFSCar, p. 15-29.
- Curcino, L. (2022). *Leitores orgulhosos, leitores envergonhados: as emoções em discursos sobre a leitura*. Álabe (Revista de la Red de Universidades Lectoras), v. 25, p. 1-14.
- Desbordes, F. (1989). Les idées sur le langage avant la constitution des disciplines spécifiques. In: *Histoire des idées linguistiques*. Vol. 1. Liège, Bruxelles, Pierre Mardaga.
- Dias, C. (2018). *Análise do discurso digital*. Campinas, Pontes.
- Fiorin, J. L. (2024). Paixões e apaixonados na linguagem. In: *O discurso e as emoções: medo, ódio, vergonha e outros afetos*. São Paulo: Parábola.
- Foucault, M. (1997). *A arqueologia do saber*. Rio de Janeiro, Forense Universitária.
- Foucault, M. (2000). *A ordem do discurso*. São Paulo, Loyola.
- Freire de Carvalho, F. (1856). *Lições elementares de eloquência nacional, para uso da mocidade de ambos os hemisférios, que fala o idioma português*. Lisboa, Tipografia Rollandiana.
- Górgias. (2005). Elogio de Helena. In: *O efeito sofístico*. São Paulo: Editora 34.
- Maingueneau, D. (2015). *Discurso e Análise do discurso*. São Paulo, Parábola.
- Orlandi, E. (2001). *Discurso e texto*. Campinas, Pontes.
- Pêcheux, M.; Fuchs, C. (1997). A propósito da Análise Automática do Discurso: atualização e perspectivas. In: *Por uma análise automática do discurso: uma introdução à obra de Michel Pêcheux*. Campinas, Editora da Unicamp.
- Plantin, C. (2011). *Les bonnes raisons des émotions*. Principes et méthode pour l'étude du discours émotionné. Berna, Peter Lang.
- Piovezani, C. (2020). *A voz do povo: uma longa história de discriminações*. Petrópolis, Vozes.
- Piovezani, C.; Curcino, L.; Sargentini, V. (Org.). (2024). *O discurso e as emoções: medo, ódio, vergonha e outros afetos*. São Paulo: Parábola.
- Quintiliano. (2003). *Intitucion oratoire*, Paris, Les Belles Lettres.
- Romilly, J. (2019). *Rhétorique et magie en Grèce ancienne*. Paris, Les Belles Lettres.
- Trabant, J. (2021). *A linguagem, objeto de conhecimento*. São Paulo, Parábola.



Retórica Emocional e Populismo Digital: a tríade aristotélica na comunicação de André Ventura

Lourenço Ferreira
Escola Superior de Educação de Coimbra
E-mail: gillsferreira1904@gmail.com

Resumo: Este artigo analisa as estratégias retóricas mobilizadas por André Ventura na rede social X durante os 30 dias que antecederam as eleições portuguesas de 2025, com base na tríade aristotélica *ethos*, *pathos* e *logos*. Através de uma análise qualitativa de 114 publicações, o estudo identifica padrões discursivos que articulam emoção, autoridade moral e simplificação argumentativa, características centrais do estilo populista digital. A revisão de literatura fundamenta-se na retórica clássica, nas teorias contemporâneas da emoção política e nos estudos sobre populismo e redes sociais. Os resultados confirmam a predominância do *pathos*, a construção de um *ethos* combativo e moralizado e o uso funcional de *logos* em articulação com os demais modos de persuasão. A análise revela uma retórica altamente performativa e emocional, orientada para maximizar o envolvimento digital e reforçar a identidade política dos seguidores. Conclui-se que a tríade aristotélica continua a oferecer um modelo analítico eficaz para compreender a retórica populista em ambientes digitais polarizados.

Palavras-chave: Comunicação Política. Redes Sociais. Ethos Discursivo. Emoções Políticas. Populismo Digital. Retórica Aristotélica.

INTRODUÇÃO

A crescente mediatização da política, aliada à consolidação das redes sociais como espaços centrais de produção e de circulação de discurso político, tem vindo a transformar profundamente os modos de interação entre líderes e cidadãos. Autores como Papacharissi (2015) e Tufekci (2017) destacam que estas plataformas digitais operam segundo lógicas de visibilidade algorítmica e emocional, através do favorecimento de mensagens simples, polarizadoras e afetivamente carregadas – características compatíveis com o estilo comunicacional do populismo. Neste novo ecossistema, a retórica política deixa de se basear em exclusivo na argumentação racional; integra, de forma estratégica, recursos emocionais e identitários que potenciam a mobilização e o envolvimento.

A retórica, enquanto arte de persuadir por meio do discurso, foi sistematizada por Aristóteles através da tríade *ethos*, *pathos* e *logos* – respetivamente, a credibilidade do orador, o apelo às emoções e a coerência lógica do discurso (Aristóteles, *Retórica*; 2005). No contexto contemporâneo, esta tríade mantém a sua relevância e tem sido alvo de atualizações por autores como Amossy (2005), que conceptualiza o *ethos* discursivo como uma construção estratégica da imagem do orador; Plantin (2011), que sublinha o papel da emoção como componente legítima da persuasão; e Ahmed (2004), que analisa as emoções como forças sociais e políticas que estruturam pertenças e antagonismos.

Em particular, o discurso populista – tal como proposto por Cas Mudde (2004) e desenvolvido por Stavrakakis (2014) – tende a combinar as três dimensões retóricas com elevada intensidade. O populismo constrói uma identidade moralizada do líder como representante autêntico do “povo verdadeiro”, utiliza emoções como a raiva, o medo ou o ressentimento para ativar clivagens simbólicas, e recorre muitas vezes a formas simplificativas de raciocínio, capazes de produzir verosimilhança mesmo quando carecem de rigor argumentativo.

É neste enquadramento que se insere o presente estudo, que tem como objetivo analisar a retórica populista de André Ventura, líder do partido Chega, durante a campanha para as eleições legislativas de maio de 2025. Com base num *corpus* de 114 publicações realizadas na rede social X, nos 30 dias que antecederam o ato eleitoral, o artigo propõe uma análise qualitativa orientada pela tríade aristotélica da persuasão. A investigação estrutura-se em torno de quatro hipóteses, que procuram explorar a predominância do *pathos* como eixo emocional, a construção de um *ethos* combativo e moralizado, a simplificação racional presente do *logos*, e a articulação sinérgica entre estas dimensões na criação de eficácia persuasiva.

Ao articular tradição retórica clássica e teoria política contemporânea, a análise visa contribuir para a compreensão dos modos de construção do discurso populista em ambientes digitais, assim como para o debate sobre os efeitos da emocionalização e da polarização na comunicação política atual.

REVISÃO DA LITERATURA

Retórica Clássica e a Atualidade da Tríade Persuasiva

A retórica, enquanto arte de persuadir por meio do discurso, tem origem na Grécia Antiga e encontra em Aristóteles uma das suas sistematizações mais influentes e duradouras. Na obra *Retórica*, Aristóteles define esta arte como a capacidade de “descobrir o possível meio de persuasão em cada caso particular” (2005), segundo a lógica de que a persuasão ocorre por três vias principais: o *ethos* (credibilidade do orador), o *pathos* (apelo às emoções) e o *logos* (uso da razão e da lógica).

O *ethos* diz respeito à imagem que o orador constrói de si mesmo enquanto sujeito digno de confiança, dotado de autoridade moral, coerência e competência. Esta construção não é dada *a priori*; resulta da performance discursiva e da receção por parte do público. A autora Amossy (2005) atualiza o conceito ao propor a noção de *ethos discursivo*: a credibilidade não é uma qualidade objetiva, mas uma construção argumentativa que depende da adequação à expectativa do auditório. Em contextos políticos polarizados, o *ethos* pode ser estrategicamente moldado como “outsider”, “vítima” ou “salvador”, como ocorre frequentemente em discursos populistas.

O *pathos*, por sua vez, refere-se à capacidade do discurso de despertar emoções específicas no público. Ao contrário da tradição cartesiana, que separa razão e emoção, Aristóteles reconhece que o sentimento interfere diretamente na forma como os argumentos são recebidos e julgados. Esta perspetiva é retomada e aprofundada por Christian Plantin (2002), que defende que a emoção não enfraquece o argumento, mas pode reforçá-lo e funcionar como um elemento essencial da lógica retórica. Para Sara Ahmed (2004), as emoções operam como *economias afetivas*, que circulam entre sujeitos e discursos, e contribuem para a construção de comunidades políticas através da identificação emocional.

O *logos*, entendido como o uso da razão no discurso, também não é concebido por Aristóteles de forma estritamente racionalista, mas sim como aquilo que “parece lógico” ou verosímil ao público-alvo. Em contextos de comunicação política digital, como salientam Wahlström et al. (2021), a racionalidade do argumento é muitas vezes estruturada por metáforas cognitivas que moldam inconscientemente o entendimento dos factos. Isto significa que o *logos* no discurso político raramente se limita a dados objetivos, mas incorpora esquemas simbólicos que fazem sentido dentro de determinadas visões morais do mundo.

A relevância contemporânea da tríada aristotélica é reconhecida por autores como Álvarez-Galeano et al. (2024), que alimentam a ideia de que a eficácia do discurso depende da sua capacidade de se ajustar ao auditório. A persuasão não ocorre apenas pela força da lógica, mas pela interação entre razão, emoção e *ethos* – ou seja, pela capacidade do orador ser percebido como credível, de despertar os sentimentos adequados e de oferecer argumentos que se alinhem com as crenças e valores do público.

No campo da comunicação política digital – marcado por alta competição simbólica, lógica algorítmica de amplificação emocional e personalização da mensagem – a retórica aristotélica adquire uma renovada pertinência. A construção da autoridade discursiva, a mobilização de afetos como o medo, a raiva ou o orgulho e a racionalização simplificada de problemas sociais são práticas recorrentes que podem ser analisadas à luz desta tríade (Álvarez-Galeano et al., 2024).

Emoção e Persuasão na Comunicação Política Contemporânea

Durante décadas, os estudos sobre comunicação política privilegiaram uma abordagem racionalista, centrada na informação, na deliberação e na argumentação lógica. No entanto, a crescente influência das emoções no comportamento político levou a uma revalorização teórica do seu papel na persuasão, especialmente em contextos mediáticos e digitais, onde o impacto emocional das mensagens pode ser decisivo para captar atenção, gerar identificação e mobilizar ações.

A emoção deixou de ser vista como um ruído que distorce a razão, para ser compreendida como parte constitutiva da própria racionalidade. Neste sentido, James Martin (2013) propõe a noção de *política das emoções*, segundo a qual as emoções não são simples reações subjetivas, mas dispositivos discursivos que organizam percepções, estruturam identidades e orientam decisões coletivas. Em vez de comprometer a deliberação democrática, a emoção pode intensificá-la, desde que canalizada discursivamente de forma significativa.

Sara Ahmed (2004), por sua vez, desenvolve a ideia de que as emoções funcionam como *economias afetivas*, num quadro em que a emoção é performativa – não apenas expressa um estado interior, mas constitui relações sociais e políticas. Assim, discursos que apelam ao medo, à indignação ou ao orgulho nacional não apenas refletem emoções já existentes, como contribuem ativamente para as construir e as sedimentar como parte de identidades coletivas.

Num outro estudo, Plantin (2011) argumenta que a emoção deve ser integrada à análise como um elemento persuasivo legítimo. Segundo o autor, os discursos políticos eficazes não isolam a emoção da razão, mas combinam ambos numa argumentação afetiva – o impacto emocional reforça o valor da verdade ou a justiça da mensagem. Essa concepção aproxima-se da própria visão aristotélica de *pathos* como forma de persuasão racionalmente orientada.

Por sua vez, Obradović et al. (2020) introduzem uma perspectiva ética à discussão: defendem que as emoções contêm juízos avaliativos sobre o mundo; que não são irracionais, mas que implicam crenças sobre o que é bom ou mau, desejável ou condenável. Nesse sentido, a emoção pode ser um fator de ligação entre a experiência subjetiva e os valores morais partilhados pela comunidade, de modo a tornar-se um recurso discursivo particularmente eficaz na política, onde a moralidade e a identidade se entrelaçam com frequência.

Na prática política contemporânea, sobretudo nos momentos de pautados pelo uso da retórica populista, a emoção é usada de forma estratégica para produzir efeitos de proximidade, de urgência ou de antagonismo. Emoções como o medo (*versus* imigração ou face à insegurança) a raiva (*versus* elites ou sistema), o ressentimento (*versus* minorias beneficiadas) ou o orgulho nacional (na identidade ou na histórica do país, de índole hiper-nacionalista) são recorrentes em discursos que procuram criar clivagens simbólicas entre o “nós” e os “outros”.

Redes Sociais, Populismo e Retórica Emocional

A emergência das redes sociais como arenas privilegiadas de debate público transformou profundamente os modos de produção, de circulação e de recepção do discurso político. Neste novo ecossistema comunicacional, marcado pela lógica da interatividade, da personalização e da amplificação algorítmica, a retórica emocional ganha um papel central na construção de visibilidade e na eficácia persuasiva. Ao mesmo tempo, o estilo populista encontra nas plataformas digitais um terreno fértil para a sua expansão discursiva – aproveita-se das *affordances* do meio para propagar mensagens simples, polarizadoras e afetivamente intensas.

Wahlström et al. (2021), ao analisar o populismo como um estilo político performativo, argumenta que a sua eficácia depende da dramatização constante da crise, da criação de um “povo puro” contra uma “elite corrupta” e da encenação emocional do confronto político. As redes sociais, com a sua lógica de atenção constante e de fragmentação do discurso, potenciam essa performance ao permitir que líderes populistas comuniquem diretamente com os seus seguidores, sem mediação crítica por parte da imprensa ou de instituições. Essa comunicação direta é muitas vezes marcada por registos emocionais intensos – indignação, revolta, orgulho – que apelam à identificação e à mobilização.

Neste contexto, as emoções tornam-se ativos comunicacionais, promovidos e amplificados pelos próprios algoritmos das plataformas. Papacharissi (2015) e Zeynep Tufekci (2017) observam que conteúdos que geram fortes reações emocionais (especialmente negativas) tendem a ter maior alcance devido à forma como os algoritmos privilegiam o *engagement* – a criação do incentivo estrutural para a produção de mensagens que despertem medo, raiva ou ressentimento, isto é, emoções amplamente exploradas por discursos populistas nas redes.

Além disso, o populismo digital tende a operar por meio de uma micro-retórica afetiva, como propõe Stavrakakis (2014), baseada em mensagens curtas, visuais e fortemente carregadas de significado simbólico. *Hashtags*, *emojis*, vídeos curtos e interjeições emocionais não são meros adornos, mas dispositivos retóricos que condensam narrativas complexas em formas de fácil partilha e memorização.

Por sua vez, Cas Mudde (2004) oferece uma das definições mais amplamente aceites do populismo contemporâneo, que concebe como uma ideologia de fino recorte (*thin-centred ideology*)

Revista Rhêtorikê vol.1 n° 11 (2025)

que divide a sociedade entre dois grupos homogêneos e irreconciliáveis: o “povo puro” e a “elite corrupta”. Esta dicotomia moral e simplificadora serve de base à retórica populista, que rejeita as mediações institucionais, promove soluções redutoras para problemas complexos e apela diretamente à emoção como instrumento de legitimação política. No contexto digital, esta lógica ideológica é particularmente eficaz: encontra nas redes sociais condições técnicas e culturais propícias à dramatização do conflito, à personalização da autoridade e à moralização das disputas. A retórica de André Ventura, neste enquadramento, reproduz de forma sistemática esta gramática populista, já que articula o apelo ao “povo que trabalha” com a denúncia de elites políticas, dos meios de comunicação e de grupos minoritários, num registo confrontacional e emocionalmente carregado que reforça o antagonismo simbólico constitutivo do populismo contemporâneo.

***Ethos* e construção da autoridade no espaço digital**

O *ethos*, entendido desde Aristóteles como a forma como o orador projeta a sua credibilidade e autoridade junto ao auditório, tem assumido novas configurações na era digital. Se na retórica clássica o *ethos* era muitas vezes percebido como uma qualidade moral estática do orador, os estudos contemporâneos mostram que ele é fundamentalmente discursivo, performativo e relacional. Ou seja, o *ethos* é construído no e pelo discurso e varia consoante os contextos, que dependem da interação entre orador, mensagem e público.

A teórica Ruth Amossy (2005) é uma das autoras que mais contribuiu para essa atualização conceptual ao propor a noção de *ethos discursivo*: além do carácter que o orador reclama em si, é também aquele que o público lhe atribui com base nos sinais discursivos que ele oferece. Trata-se, portanto, de uma negociação permanente entre a imagem que se quer construir e a forma como ela é recebida. No caso da comunicação política populista, essa construção tende a assentar numa imagem de autenticidade, de coragem e de proximidade com o “povo”, por oposição ao “sistema”.

A construção do *ethos* nas redes sociais implica uma gestão estratégica da autoimagem, muitas vezes ancorada em registos informais, linguagem direta, exposição da intimidade e dramatização de conflitos. Álvarez-Galeano et al. (2024) sublinham que a enunciação política contemporânea é atravessada por um cenário de fala em que o político atua como personagem diante de um público espectador. No contexto das redes sociais, esse desempenho é condicionado pelas normas da plataforma, mas também pelas expectativas do auditório, que exige coerência, emoção e identificação.

Neste ambiente, a retórica do populismo digital baseia-se frequentemente na construção de um *ethos* antissistémico e moralmente superior: o político aparece como vítima de perseguições, injustiçado pelos *media*, incompreendido pelas elites, mas legitimado pelo “povo verdadeiro”. Garsten (2011) descreve esta figura como o “homem comum com autoridade moral”, cuja força política advém

não da técnica ou do estatuto institucional, mas da capacidade de incorporar o ressentimento e a esperança dos seus seguidores.

A construção do *ethos* nas redes sociais também se relaciona com mecanismos de visibilidade e de reputação algorítmica. Como explica Van Dijck (2013), nas plataformas digitais, o capital simbólico de um indivíduo está intimamente ligado à sua performance medida em gostos, comentários, partilhas e seguidores. Assim, o *ethos* deixa de ser apenas discursivo para se tornar também quantificável e visível – gera um ciclo de validação emocional e social que reforça a autoridade do orador.

MÉTODOS E DADOS

Hipóteses

A presente investigação parte do pressuposto de que a comunicação política digital, especialmente em contextos populistas, se estrutura em grande medida por estratégias retóricas que articulam emoção, credibilidade e simplificação discursiva. Com base na revisão de literatura sobre retórica aristotélica, populismo digital e comunicação política emocional, foram formuladas quatro hipóteses centrais que orientam a análise quantitativa do *corpus* composto por publicações de André Ventura nas redes sociais durante os 30 dias que antecederam as eleições legislativas de 18 de maio de 2025.

A primeira hipótese (H1) sustenta que o discurso de Ventura é fortemente ancorado no *pathos*, com destaque para a mobilização de emoções como o medo, a raiva, o ressentimento e o orgulho nacional. Parte-se da premissa de que a eficácia comunicativa do populismo digital reside, em larga medida, na capacidade de gerar reações emocionais intensas e partilháveis, em prol do favorecimento tanto da identificação simbólica dos seguidores quanto da amplificação algorítmica das mensagens.

A segunda hipótese (H2) propõe que o *ethos* projetado por Ventura nas suas publicações é estrategicamente construído a partir de uma imagem de combatente antissistema, que se apresenta simultaneamente como voz do povo e vítima das elites políticas, mediáticas e judiciais. Esta imagem discursiva baseia-se na ideia de autenticidade, de coragem e de moralidade superior, e tende a reforçar a ligação simbólica com os seus apoiantes.

A terceira hipótese (H3) considera que o *logos* presente nas mensagens do candidato se caracteriza por uma lógica simplificadora, que recorre frequentemente a generalizações, analogias simplificadas e causalidades diretas. Ainda que o recurso à razão não seja inexistente, tende a ser subordinado à função emocional e simbólica da mensagem e a funcionar como um instrumento de legitimação da indignação e da urgência política.

Por fim, a quarta hipótese (H4) parte da ideia de que as três dimensões retóricas – *ethos*, *pathos* e *logos* – não operam de forma isolada, mas em articulação sinérgica, segundo uma lógica de reforço mútuo no processo de construção de sentido político. A emoção intensifica a credibilidade, a autoridade moral valida a indignação e a lógica simplificada oferece uma estrutura racional mínima que legitima o apelo afetivo.

Metodologia

Este estudo adota uma abordagem qualitativa e interpretativa, orientada pela análise retórica de conteúdos discursivos com base na tríade aristotélica *ethos*, *pathos* e *logos*. O objetivo principal é identificar e compreender os modos de persuasão utilizados por André Ventura nas suas publicações nas redes sociais durante o período imediatamente anterior às eleições legislativas de maio de 2025, com especial atenção à mobilização emocional e à construção da autoridade discursiva.

O *corpus* de análise é composto por um conjunto de publicações recolhidas da página oficial de Ventura na plataforma X, no intervalo compreendido entre 18 de abril e 17 de maio – ou seja, nos 30 dias que antecederam o ato eleitoral para as legislativas portuguesas. A seleção desse intervalo temporal justifica-se pela elevada intensidade comunicacional que caracteriza as campanhas eleitorais, período em que os candidatos tendem a intensificar as suas estratégias retóricas e a procurar maximizar o impacto das suas mensagens junto do eleitorado.

Foram incluídas todas as publicações textuais ou multimodais (texto acompanhado de imagem ou de vídeo) publicadas na página verificada de André Ventura, num total de 114 mensagens. As publicações foram extraídas manualmente e organizadas em formato documental para facilitar a leitura, a categorização e a análise. A inclusão de métricas de interação (número de gostos, de comentários, de partilhas e de visualizações) permitiu também observar o desempenho relativo de cada mensagem, embora não constitua a variável central do estudo.

A análise de conteúdo foi orientada por uma grelha de codificação inspirada na teoria da retórica aristotélica – a operacionalização de cada um dos três modos de persuasão, da seguinte forma:

1. *Ethos*: presença de estratégias discursivas que constroem ou reforçam a credibilidade do orador, como a autoafirmação como legítimo representante do povo, a denúncia de ataques pessoais ou institucionais, a referência à própria coragem, autenticidade ou sentido de missão.
2. *Pathos*: apelos explícitos ou implícitos à emoção, nomeadamente através de vocabulário afetivamente carregado, narrativas de injustiça, evocação de medo, raiva ou orgulho, dramatização de acontecimento ou utilização de linguagem sensacionalista.

3. *Logos*: presença de argumentos racionais, causais ou lógicos, que incluam a exposição de problemas com aparente base factual, uso de dados (mesmo que vagos), analogias explicativas ou sequências discursivas que sugerem uma racionalização da realidade.

A codificação foi realizada manualmente, com leitura intensiva e categorização de cada publicação de acordo com a predominância das dimensões retóricas em análise. Em alguns casos, verificou-se a coexistência de mais do que uma dimensão na mesma publicação, sendo nestes casos assinalada a articulação retórica predominante (ex.: *pathos* reforçando *ethos*; *logos* legitimando *pathos*). A análise privilegiou a identificação de padrões recorrentes, de marcas discursivas específicas e de estratégias retóricas que revelassem a lógica comunicacional subjacente ao estilo político de André Ventura nas redes sociais.

Esta metodologia permite, assim, articular a tradição clássica da análise retórica com os desafios contemporâneos da comunicação política digital, de modo a contribuir para uma compreensão mais profunda da forma como a linguagem emocional e persuasiva opera em contextos populistas e de alta polarização mediática.

Dados

O *corpus* empírico deste estudo inclui as 114 publicações realizadas por André Ventura na rede social X durante os 30 dias que antecederam as eleições portuguesas de 18 de maio de 2025. A recolha manual das publicações permitiu a compilação integral dos textos, com foco no teor discursivo das mensagens e nas estratégias de persuasão e de mobilização retórica utilizadas.

Do ponto de vista temático, identificou-se uma incidência reiterada de conteúdos centrados em imigração, segurança, corrupção e ataques dirigidos a adversários políticos (sobretudo PS e PSD), à comunicação social e a minorias étnicas – entre as quais se destaca, pela frequência e intensidade dos ataques, a comunidade cigana. As publicações com menções explícitas à imigração ou a “ilegais” correspondem a cerca de 21% do total, enquanto os ataques ao PS e ao PSD surgem em 47% das mensagens. As referências críticas à comunidade cigana ocorrem em 11 publicações (9,6%), muitas vezes associadas a narrativas de criminalidade ou de ameaça à ordem pública.

No plano emocional, verifica-se que 78% das publicações mobilizam expressões de valência negativa, como raiva, indignação, ressentimento ou medo. Este tom é reforçado tanto pela linguagem verbal (“vergonha!”, “bandidos!”, “acabou!”), como por recursos paralinguísticos – o uso sistemático de maiúsculas, pontuação enfática (como múltiplos pontos de exclamação), *emojis* (nomeadamente a bandeira de Portugal, corações e sirenes) e elementos visuais simbólicos (agressões, multidões, lágrimas, referências militares ou religiosas). Em contraste, apenas 14% das publicações apresentam um

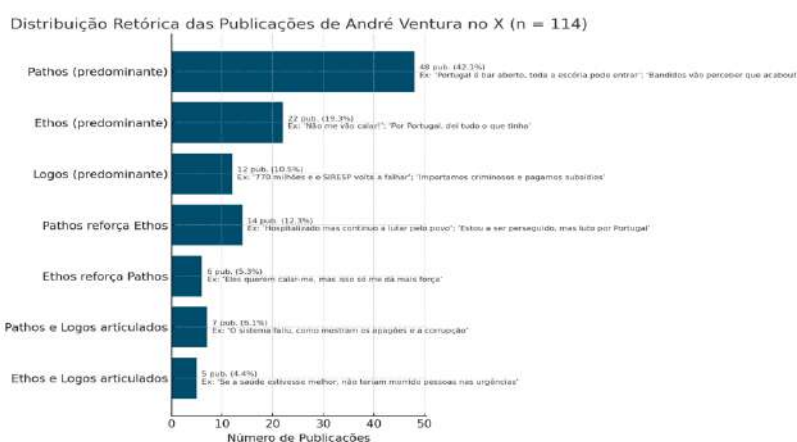
tom predominantemente positivo, como esperança, gratidão ou solidariedade; os restantes 8% assumem um registo informativo ou neutro. O *slogan* #SalvarPortugal, presente em cerca de 65% das publicações, revelou-se um marcador discursivo identitário central da campanha e funciona como uma âncora emocional e catalisador de partilhas.

A estratégia argumentativa das mensagens evidencia um uso recorrente de estratégias retóricas emocionais (*pathos*), como a indignação, a raiva e o medo, expressas sobretudo através da escolha terminológica ou da repetição exclamativa. Estas emoções são reforçadas pela construção de um *ethos* combativo e moralizante, em que o orador se posiciona como defensor do povo, vítima do sistema e único capaz de enfrentar os problemas reais. Em menor grau, observa-se também a presença de argumentos racionais ou pseudo-lógicos (*logos*), utilizados para dar credibilidade à denúncia ou justificar propostas simplificadas.

Este *corpus*, pelo seu volume, densidade retórica e homogeneidade de estilo, constitui um material empírico robusta para a análise das estratégias de persuasão emocional e simbólica utilizadas por André Ventura: permite observar de que forma *ethos*, *pathos* e *logos* são mobilizados na construção discursiva da sua identidade política e na ativação dos afetos dos seus seguidores.

Discussão e conclusão

Os dados obtidos neste estudo reforçam a importância de digital como uma prática persuasiva estruturada por estratégias retóricas articuladas em emoção, credibilidade e argumentação. A análise das 114 publicações de André Ventura na rede social X permite observar tendências discursivas coerentes com o estilo populista e testar as hipóteses formuladas com base na tríade aristotélica – *ethos*, *pathos* e *logos*.



Pathos domina e discorre 142%, surgindo isoladamente ou combinado com ethos-logos. Ethos reforça a imagem combativa e moralizada do candidato. Logos surge com menor frequência, geralmente simplificado ou como reforço emocional.

Figura 1

Nesse sentido, a Figura 1 apresenta a distribuição das publicações segundo os modos de persuasão identificados na grelha de codificação retórica. Como se observa, o *pathos* predomina claramente: 42,1% como único modo de persuasão, aos quais se acrescenta 23,7% em coexistência com outras dimensões retóricas. Assim, somando os registos em que reforça ou é reforçado por *ethos* (12,3% e 5,3%, respetivamente) e aqueles em que se articula com *logos* (6,1%), o *pathos* revela-se presente em mais de dois terços do *corpus* – 65,8% das publicações – e consolida-se como eixo emocional estruturante da comunicação de André Ventura no X. Entre os exemplos mais expressivos, destacam-se frases como “Portugal é bar aberto, toda a escória pode entrar” ou “Bandidos vão perceber que acabou!”, marcadas por uma retórica de indignação e de confrontação.

O *ethos* surge como estratégia dominante em 19,3% das publicações, frequentemente associado à autoimagem de coragem, de sacrifício e de resistência, como em “Não me vão calar!” ou “Por Portugal, dei tudo o que tinha”. Já o *logos*, com 10,5% de incidência predominante, aparece em publicações como “770 milhões e o SIRESP volta a falhar” ou “Importamos criminosos e pagamos subsídios”, onde se observa o uso de dados simplificados ou raciocínios causais diretos.

A articulação entre dimensões também se destaca: o *pathos* reforça o *ethos* em exemplos como “Hospitalizado mas continuo a lutar pelo povo” ou “Estou a ser perseguido, mas luto por Portugal”; o *ethos* intensifica o *pathos* em frases como “Eles querem calar-me, mas isso só me dá mais força”; e a combinação entre *pathos* e *logos* está patente em publicações como “O sistema faliu, como mostram os apagões e a corrupção.

Em menor grau, também se registam interações entre *ethos* e *logos*, como em “Se a saúde estivesse melhor, não teriam morrido pessoas nas urgências”. Este panorama confirma a existência de uma estratégia retórica deliberada, em que a emoção, a credibilidade e a simplificação racional se interligam para maximizar o impacto simbólico e político da mensagem.

Este padrão discursivo, sustentado empiricamente, permite validar as hipóteses propostas e refletir sobre a forma como a retórica emocional, a construção de autoridade e o uso estratégico da lógica contribuem para a eficácia persuasiva do discurso populista em ambientes digitais. Assim, atendendo a que 42,1% das publicações analisadas apresentam apelos emocionais negativos como recurso retórico predominante, com destaque para a raiva, o medo e a indignação, podemos *confirmar a H1: o discurso político de Ventura ancora-se fortemente na mobilização emocional, em especial durante o período de campanha*. Esta tendência é coerente com os contributos de James Martin (2013), que conceptualiza a política das emoções como ferramenta de ativação e de identificação, e com Sara Ahmed (2004), que sublinha o papel das emoções como forças circulantes que estruturam a pertença e a exclusão nos discursos políticos.

A análise permite igualmente *validar a H2: a construção de um ethos combativo e moralizado, como recurso retórico predominante, está presente em 19,3% das publicações, e ainda em várias*

publicações articuladas com o pathos (17,6%), em que a emoção reforça a imagem de Ventura como figura perseguida, corajosa e incorruptível. Esta construção retórica é descrita por Ruth Amossy (2003) como *ethos* discursivo, ou seja, a imagem da credibilidade descrita no próprio ato comunicativo. Em Ventura, essa credibilidade advém não de uma posição institucional, mas de uma postura moral – a do “homem do povo” que desafia as elites, resiste à pressão mediática e afirma o seu compromisso com a “verdade” e a “mudança”.

No que diz respeito aos momentos pautados pelo *logos*, a *H3 é confirmada: das 10,5% publicações que revelam um apelo lógico predominante, os argumentos tendem a ser simplificados, sustentados em generalizações, em analogias fáceis de memorizar ou em números isolados.* A presença do *logos* em publicações combinadas com *ethos* e *pathos* mostra que a racionalidade não está ausente, mas que funciona como uma justificação acessória ou legitimação do sentimento expresso, apoiada por argumento da génese supracitada. Este padrão confirma as observações de Stavrakakis (2014), que argumenta que as metáforas cognitivas estruturam raciocínio político dos líderes populistas, e de Obradović et al. (2020), para quem a persuasão se apoia tanto na verosimilhança quanto na lógica formal, simplificada e mais convincente do que contextualizada dos argumentos.

A *H4, que previa uma articulação sinérgica entre as três dimensões retóricas, também é confirmada: em diversas publicações (28,1%), observa-se a coexistência estratégica entre pathos, ethos e logos, combinados para maximizar o impacto da mensagem.* Em 12,3% dos casos, por exemplo, o *pathos* reforça o *ethos*, como quando Ventura se apresenta como vítima de agressões ou injustiças e reafirma a sua perseverança e compromisso com Portugal. Noutros casos, a indignação moral (*pathos*) é validada por dados ou exemplos aparentemente racionais (*logos*), ou a autoridade moral (*ethos*) legitima uma conclusão emocional. Estas articulações comprovam a atualidade da proposta aristotélica e alinham com autores como Plantin (2011) e Nussbaum (2001), que defendem que emoção e razão não são esferas opostas, mas partes independentes da argumentação persuasiva.

O gráfico de codificação retórica (ver Figura 1) permite visualizar estas tendências com clareza. O domínio do *pathos*, a presença significativa do *ethos* e o uso funcional do *logos* refletem uma retórica eficaz e adaptada às exigências do ambiente digital. A combinação de emoção intensa, simplificação argumentativa e construção identitária projeta uma imagem de liderança forte, alinhada com os padrões comunicacionais do populismo contemporâneo. Como apontam Tufekci (2017) e Papacharissi (2015), o estilo populista nas redes sociais favorece a dramatização, o antagonismo e a performance emocional – elementos amplamente presentes neste *corpus* –, que encontram nestas plataformas um espaço fértil para a sua viralização.

Assim, os dados empíricos sustentam a validade das quatro hipóteses formuladas. A retórica de André Ventura na rede social X é dominada por estratégias emocionais, suportada por uma imagem moralmente afirmativa e reforçada por uma racionalidade instrumental. Estes resultados reforçam a

pertinência de recuperar a tradição clássica da retórica para analisar a comunicação política digital, sobretudo em contextos marcados por polarização, simplificação e visibilidade algorítmica. O estudo atesta que ethos, pathos e logos não são apenas categorias teóricas, mas ferramentas analíticas eficazes para compreender a eficácia do discurso político contemporâneo.

REFERÊNCIAS

- Álvarez-Galeano, M., Sarmiento-Moscoso, D., Curay-Banegas, E., & Álvarez-Galeano, L. (2024). Retórica y discurso político como función argumentativa de la verdad en Aristóteles y Platón: Claves desde la oratoria griega. *Res Non Verba Revista Científica*, 14(1), 100–119. <https://doi.org/10.21855/resnonverba.v14i1.895>
- Aristóteles. (2005). *Retórica* (A. C. Amaral, Trad.). Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian. (Obra original escrita c. 330 a.C.)
- Amossy, R. (2005). 6. *The argumentative dimension of discourse* (pp. 87–98). <https://doi.org/10.1075/cvs.2.08amo> Cas Mudde. (2004). *The Populist Zeitgeist*.
- Christian Plantin. (2002). *Análise e Crítica do Discurso Argumentativo*. Revista Eletrônica de Estudos Integrados em Discurso e Argumentação.
- Garsten, B. (2011). The rhetoric revival in political theory. *Annual Review of Political Science*, 14, 159–180. <https://doi.org/10.1146/annurev.polisci.040108.104834>
- James Martin. (2013). *Politics & Rhetoric: a critical introduction*. Routledge.
- Obradović, S., Power, S. A., & Sheehy-Skeffington, J. (2020). Understanding the psychological appeal of populism. In *Current Opinion in Psychology* (Vol. 35, pp. 125–131). Elsevier B.V. <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2020.06.009>
- Papacharissi, Z. (2015). We Have Always Been Social. In *Social Media and Society* (Vol. 1, Issue 1). SAGE Publications Ltd. <https://doi.org/10.1177/2056305115581185>
- Sara Ahmed. (2004). *The Cultural Politics of Emotion* (Edinburgh University Press, Ed.).
- Stavrakakis, Y. (2014). The Return of “the People”: Populism and Anti-Populism in the Shadow of the European Crisis. *Constellations*, 21(4), 505–517. <https://doi.org/10.1111/1467-8675.12127>
- Van Dijck, J. (2013). Facebook and the engineering of connectivity: A multi-layered approach to social media platforms. *Convergence*, 19(2), 141–155. <https://doi.org/10.1177/1354856512457548>
- Wahlström, M., Törnberg, A., & Ekbrand, H. (2021). Dynamics of violent and dehumanizing rhetoric in far-right social media. *New Media and Society*, 23(11), 3290–3311. <https://doi.org/10.1177/1461444820952795>
- Zeynep Tufekci. (2017). *Do tabloids poison the well of social media? Explaining democratically dysfunctional news sharing*.



Caráter exordial de um gênero de discurso diplomático

Jonatas Henrique da Silva
Universidade Federal de Minas Gerais
E-mail: jonatashenrique.linguistica@gmail.com

Resumo: Este artigo tem a finalidade de analisar algumas funções argumentativas do gênero discursivo “pronunciamento de abertura em fóruns diplomáticos multilaterais”. Como estudo de caso, foi selecionada a intervenção de Antonio Guterres, atual Secretário-Geral das Nações Unidas (SGNU), proferida na abertura do Debate Geral da 78ª Assembleia Geral das Nações Unidas (AGNU), ocorrida nos dias de setembro de 2023. Os resultados mostram que a configuração da situação comunicativa e o papel institucional do orador conferem ao gênero em questão um caráter exordial, pois, para além da anterioridade cronológica da elocução, o pronunciamento teria como objetivo preparar cognitivamente, intersubjetivamente e emocionalmente o auditório, amplificando certos valores diretrizes da entidade.

Palavras-chave: Discurso diplomático. Argumentação. Gêneros discursivos. Exórdio.

Abstract: The purpose of this article is to analyze some of the argumentative functions of the discursive genre “opening speech in multilateral diplomatic forums”. As a case study, we selected the speech by Antonio Guterres, the current Secretary-General of the United Nations (SGNU), delivered at the opening of the General Debate of the 78th United Nations General Assembly (UNGA), which took place in September 2023. The results show that the configuration of the communicative situation and the institutional role of the speaker give the genre in question an exordial character, since, in addition to the chronological anteriority of the elocution, the speech would aim to prepare the audience cognitively, intersubjectively and emotionally, amplifying certain guiding values of the entity.

Keywords: *Diplomatic discourse. Argumentation. Discursive genres. Exordium.*

INTRODUÇÃO

A diplomacia é um conjunto de práticas, de instituições e de atores cuja história se confunde com a história das sociedades humanas. De maneira bem geral, trata-se de uma atividade pela qual povos diferentes interagem entre si por meios não violentos. O objetivo central de uma interação diplomática, em uma acepção contemporânea, é reunir representantes de Estados independentes — bem como organismos multilaterais, organizações internacionais não governamentais, empresas multinacionais ou transnacionais, movimentos sociais globais — para resolver conflitos e estabelecer parcerias mediante estratégias comunicativas de negociação (Nicholson, 1994; Bull, 2002). Essa seria uma acepção alargada do termo *diplomacia*.

Do advento dos Estados modernos, a partir do século XV, até o momento atual, foi-se forjando, paulatinamente, o que os estudiosos em Relações Internacionais denominam de *sociedade global* (Ramos, 2022). Trata-se de um fenômeno sócio-histórico de intensificação, complexificação e de institucionalização das interações entre os grupos humanos, para além das divisas geopolíticas, econômicas, sociais e culturais existentes, mas que, em muitos aspectos, ainda as tomam como referencial. No curso desse processo, a noção de diplomacia foi se refinando e, atualmente, é entendida como um aparato de gestão dessas relações por um corpo de representantes oficiais (Franchini Neto & Turner, 2021).

Considerando que, assim como as demais atividades humanas, a diplomacia também é atravessada por toda sorte de situações comunicativas e de discursos, é necessário que lancemos um olhar mais detido sobre as práticas discursivas que constituem essa dimensão da vida social, a fim de conhecermos seus traços distintivos, bem como suas aproximações com práticas discursivas outras.

Com base em tais premissas, apresento um gesto de análise de uma dessas práticas discursivas. Ele integra uma agenda de pesquisa de mestrado, atualmente em fase de desenvolvimento, que busca estabelecer uma ponte entre os estudos contemporâneos em Retórica e Argumentação — desenvolvidos no âmbito da Análise do Discurso — e os estudos sobre diplomacia. Mais especificamente, interessa-me entender o funcionamento dos discursos diplomáticos, dando destaque aos fenômenos argumentativos em intervenções de autoridades diplomáticas durante reuniões de organismos multilaterais. Em outros termos, o foco é compreender os mecanismos languageiros de persuasão e de influência ativados pelos sujeitos engajados em interações diplomáticas em uma escala global.

Para este artigo, proponho-me discutir a seguinte questão: De que modo as características do gênero “pronunciamento de abertura em fóruns diplomáticos multilaterais” elucidam as funções

argumentativas relacionadas ao caráter introdutório (exordial) da enunciação? Com esse problema em vista, meus objetivos com este trabalho são: a) descrever, de modo preliminar, alguns traços prototípicos do gênero “pronunciamento de abertura de um fórum diplomático multilateral”; b) evidenciar, mediante análise do *corpus*, o *caráter exordial* do gênero em questão.

Como objeto de análise, selecionei o pronunciamento de Antonio Guterres, Secretário Geral da ONU (SGNU), na abertura do Debate Geral da 78ª Assembleia Geral das Nações Unidas (AGNU). A fala ocorreu, no dia 19 de setembro de 2023, na sede mundial da entidade, em Nova York, Estados Unidos.

De acordo com Franchini Neto e Turner (2021, p. 7), embora esteja diretamente vinculada a uma infinidade de decisões que impactam, em maior ou menor medida, a vida cotidiana de todos, a diplomacia ainda é bastante desconhecida pela maioria das pessoas. Eles defendem que “[a] diplomacia é, ao fim e ao cabo, o exercício de uma função pública, em torno de políticas públicas e em prol da população. Para que possa ser mais bem compreendida, criticada e até aprimorada, é conveniente, assim, melhor conhecê-la” (*idem.*). Em que pese haver, no mundo da pesquisa científica, uma quantidade crescente de estudos que procurar investigar as especificidades dos discursos diplomáticos a partir de diferentes entradas disciplinares, é verdade também que há ainda muito para se conhecer acerca do objeto, especialmente se o lermos sob um prisma linguístico, discursivo e argumentativo.

O ponto de partida deste trabalho é o princípio da argumentatividade. Na esteira de Amossy (2018), entende-se que a argumentação é constitutiva de todo e qualquer discurso, na medida que todo sujeito, ao produzir um ato de linguagem, visa a convencer, seduzir, influenciar o outro. Tal movimento pode ser explícito (ou seja, os discursos podem ter uma orientação/*visée* argumentativa) ou não (os discursos teriam, neste caso, uma *dimensão* argumentativa).

Os discursos diplomáticos não são exceção a esse princípio, ainda mais porque são incluídos, ao menos até certo ponto, no campo mais geral do discurso político (Piris, Dagatti & Gonçalves-Segundo, 2022). Mirando a situação comunicativa em que se dá a enunciação de uma realização do gênero discursivo “pronunciamento de abertura em fóruns diplomáticos multilaterais”, é possível entender sob quais condições socioinstitucionais a argumentação diplomática é construída.

As sessões ordinárias da AGNU acontecem anualmente desde a fundação da ONU, em 1945. Normalmente começam no final de setembro e se estendem por muitos meses, em uma série de reuniões sobre temas da agenda internacional. O “Debate Geral”, que inicia os trabalhos de cada sessão anual, é uma reunião de cúpula em que um representante oficial de cada Estado-membro profere um pronunciamento para seus pares, traçando as diretrizes de política internacional de seu país. Antes dos Estado-membros se dirigem à Assembleia, cabe ao Secretário-Geral da ONU (SGNU) fazer uma intervenção oficial em nome da entidade.

Em uma leitura preliminar, percebe-se que a enunciação do pronunciamento configura uma espécie de “abertura da abertura”, isto é, de um encaixamento de aberturas. Disso provém a hipótese de que o gênero em questão — o pronunciamento do SGNU — funcionaria como uma espécie de *exórdio* em relações aos pronunciamentos dos chefes de Estado/governo subsequentes, que, por sua vez, funcionariam no seu conjunto como um grande exórdio da sessão anual da AGNU. Assim sendo, observaremos o quadro situacional do qual emerge o *corpus* analisado, cotejando-o com as características associadas à noção de exórdio, para, na sequência, avaliar, com base nos dados recolhidos na análise, se se confirma a hipótese de que o pronunciamento em questão possuiria, a partir dos elementos internos à sua enunciação, um “caráter exordial”.

Neste artigo, apoio-me, fundamentalmente, nas contribuições da Retórica Clássica (Aristóteles, 2011) e da “Nova Retórica” (Perelman & Olbrechts-Tyteca, 2005) sobre as funções do exórdio, e nas reflexões de Lima (2022a, 2022b) sobre gêneros discursivos.

Em relação aos procedimentos de análise, como se trata de um texto relativamente longo — sua elocução dura 29 minutos e 09 segundos —, selecionei dois excertos do pronunciamento, ambos sobre a temática das crises humanitárias. A escolha desse tópico se deve ao fato de que ele parece estar implicado em todo o discurso, apesar de ser apresentado explicitamente apenas nos fragmentos selecionados. A gravação do pronunciamento — originalmente proferido em inglês, francês e espanhol — está disponível no canal do Youtube da ONU Brasil. Embora saiba que a multimodalidade (a prosódia, a proxêmica etc.) também desempenha papel importante na argumentação, sobretudo no que tange à expressão das emoções e à projeção de imagens, o foco do trabalho será analisar os efeitos de sentido decorrentes da estrutura macrotextual em sua materialidade verbal. Optei pela análise do texto traduzido, pois adentrar nas especificidades de cada língua acionada pelo orador fugiria dos objetivos delimitados para este trabalho.

Finalmente, o artigo está estruturado da seguinte maneira: começo fazendo uma breve exposição sobre as características do exórdio; em seguida, apresento, de maneira sumária, alguns aspectos do gênero ao qual pertence o texto que constitui o *corpus*; adiante, passo à análise de excertos do texto; e, à guisa de conclusão, teço algumas considerações sobre os resultados e os possíveis desdobramentos do estudo.

FUNÇÕES ARGUMENTATIVAS DO EXÓRDIO

Em sua *Retórica*, Aristóteles sistematiza um conjunto de categorias que conformam o edifício da *téknē rhētoriké*, ou “arte retórica”. Nele, o filósofo de Estagira estabelece os quatro “cânones” do sistema retórico, que dizem respeito à *erga* (isto é, a “tarefas” ou “operações”) executadas pelo orador em seu empenho de erigir um discurso persuasivo. Sobre eles, Lima (2022b) afirma que

A retórica se organiza em um sistema, o qual mobiliza elementos cruciais a performance de um bom orador: *inventio* (*heurésis*), *dispositio* (*taxis*), *elocutio* (*lexis*) e *actio* (*hypocrisis*), além da memória, acrescentada pelos latinos. Esses elementos componentes do sistema retórico são “atos de uma estruturação progressiva” (Barthes, 1975, p. 49). Eles pressupõem um trabalho paulatino do orador, que pode seguir uma ordem, indo da primeira à última tarefa (*erga*), ou pode seguir em diferentes direções. O importante é que o sujeito passe por todas as etapas, que cumpra as tarefas (Lima, 2022b, pp. 149-150).

A autora destaca a indissociabilidade entre as tarefas e acrescenta, na esteira de Reboul (2004), que tal sistema serve, para além da função persuasiva definida por Aristóteles, uma função hermenêutica, heurística e pedagógica. Em outras palavras, seguir este passo a passo é útil não apenas como meio de produzir discursos capazes de influenciar os outros, mas também como meio de interpretar discursos de outrem, como meio de descoberta e como meio de ensino. Sobre tais funções, é importante salientar que elas também são solidárias entre si, dada a conexão entre produção e recepção de discursos, entre o ensino e a aprendizagem de saberes e habilidades retóricas.

Seguindo em frente, Lima define cada um dos cânones da seguinte maneira:

a *inventio* diz respeito ao momento do planejamento; a *dispositio* à ordenação dos argumentos em uma estrutura que segue os seguintes elementos: exórdio, narração, argumentos/provas e peroração; a *elocutio* é o momento de conferir o estilo conveniente; *actio* é a *mise en scène* e, por fim, a memória está relacionada à mnemotécnica (Lima, 2022b, p. 150).

Tomando essa definição básica como ponto de partida, damos um passo à frente, para entender, ainda que de maneira sumária, o papel desempenhado pela *dispositio* e, mais especificamente, pelo *exórdio* na construção deste “percurso argumentativo” ou “via argumentorum”, fazendo alusão à metáfora do caminho apontada por Lima (2022b).

Sobre as fases da *dispositio*, temos uma variedade de taxonomias no decurso da história da retórica e da argumentação. Porém, o esquema mais amplamente utilizado divide-se nas quatro etapas citadas acima por Lima: a) o exórdio (início ou abertura do discurso); b) a narração (narrativa e descrição dos acontecimentos em torno de um caso); c) a argumentação (apresentação de razões sustentadoras de um posicionamento); e d) a peroração (conclusão do discurso). A etapa da argumentação é subdividida em *confirmação* (apresentação de argumentos favoráveis a uma tese) e *refutação* (apresentação de contra-argumentos a teses contrárias).

De volta à Aristóteles, o autor admite que, a depender do gênero retórico (deliberativo, judicial ou epidítico) e das circunstâncias da interação, as funções ou mesmo o grau de importância das partes da *dispositio* podem variar (2011, p. 250-251). Por exemplo, para o Estagirita, em certas situações em que não haja controvérsia entre orador e auditório, o exórdio e a peroração podem ser suprimidos, para se ‘ir direto ao ponto’, por assim dizer. Ou seja, o exórdio é dispensável “quando o assunto é evidente

por si e pouco importante” (Aristóteles, 2011, p. 253). Sobre esse aspecto em particular, Gundersun (2009) defende que existem complicações importantes no esquema, pois,

[...] [h]á várias versões concorrentes dessa taxonomia geral e da terminologia a ser usada na própria taxonomia. [...] Em um determinado discurso, os elementos podem ser expandidos, contraídos, reorganizados ou até mesmo omitidos. As considerações estratégicas sempre prevalecerão sobre as formais (Gundersun, 2009, p. 292).¹

Ou seja, o que podemos deduzir da citação acima, ainda que preliminarmente, é que os componentes da *dispositio* possuem certa maleabilidade tanto em termos formais quanto funcionais, dependendo das condições concretas da situação comunicativa.

É na seção 14 do Livro III da *Retórica* que Aristóteles se detém em descrever as propriedades do exórdio.

Aristóteles começa afirmando que eles, de uma maneira geral, “pavimentam o caminho para o que vai se seguir” na enunciação, já que “oferecem uma indicação do assunto para que o ouvinte se inteire da questão abordada e para que sua mente não permaneça em suspense, uma vez que aquilo que é indefinido leva o espírito a dispersar-se” (Aristóteles, 2011, pp. 252-253). O exórdio seria, portanto, uma preparação cognitiva necessária para conduzir o auditório rumo aos objetivos preestabelecidos pelo orador. A prevenção do auditório quanto ao assunto e quanto ao percurso da argumentação tem a vantagem de contribuir para uma economia cognitiva, uma vez que, mediante a sinalização daquilo que é mais importante no discurso, reduz-se o esforço hermenêutico dos destinatários do discurso. Percebe-se, portanto, que se trata de uma função que incide sobre a dimensão do *logos*, pelo menos no que tange à organização e à progressão temática do discurso. Porém, como veremos adiante, as funções do exórdio também estão ligadas ao *ethos* e ao *pathos*.

Na visão do filósofo, os exórdios funcionam como recursos para que o orador crie, no e pelo próprio discurso, uma imagem positiva acerca do seu caráter. Ao dirigir-se ao auditório, o orador tem como meta

[...] conseguir dele [o auditório] sua benevolência ou provocar sua cólera, algumas vezes atrair sua atenção ou, ao contrário, fazê-lo distrair-se. [...] Todos esses meios [...] concorrem para a obtenção da receptividade do ouvinte, dando uma boa impressão do caráter do orador [...]. (Aristóteles, 2011, p. 254)

Vemos aqui uma incidência do *ethos*, isto é, da dimensão da projeção de imagens sobre os propósitos dos exórdios. Os latinos denominaram de *captatio benevolentiae* a essa primeira boa

¹No original, em inglês: “[...] [t]here are several competing versions of this overall taxonomy and of the terminology to be used within the taxonomy itself. This template is ideally suited for judicial speeches. Within any given speech elements might be expanded, contracted, rearranged, or even omitted. Strategic considerations will always trump formal ones.”

impressão sobre o orador que mira a conquista da boa vontade do ouvinte (MacDonald, 2017, p. 776), bem como estabelecer condições de credibilidade e de legitimidade da autoridade para si mesmo. Neste caso, temos uma *preparação intersubjetiva* do auditório. A pessoa que toma a palavra pode modular a atenção de maneiras distintas, focalizando-a para si mesma, para seus adversários, para o auditório, ou ainda, levando este último a distrair-se por meio de diferentes expedientes (apelo ao humor, digressões etc.). Em todo caso, as imagens projetadas — as de si e/ou as dos outros — geram efeitos de sentido variados, nem sempre esperados ou desejados. É possível que o auditório (ou uma parte dele) rejeite a figura do orador logo na saída da argumentação.

Outra propriedade do exórdio para o Estagirita é a de “dar o tom” do discurso, de modo análogo ao que as flautas fazem no prelúdio musical (*idem*). Esse “tom” diz respeito a uma *preparação emocional* do auditório, ao *pathos*, portanto. É sabido que Aristóteles deu às emoções um lugar de destaque em sua *Retórica*, dedicando-lhes uma seção inteira do tratado (o Livro II) à análise das principais implicações da expressão emocional do ponto vista de seus impactos para a argumentação. E, no que concerne particularmente ao exórdio, cabe ao orador suscitar emoções que deixem seus interlocutores “compassivos e amistosos” (Aristóteles, 2011, p. 255-256).

Esse trabalho preliminar sobre as emoções não atua a favor apenas da construção do caráter do orador. Ele está diretamente ligado à própria função listada, que consiste em avaliar positiva ou negativamente uma situação, um acontecimento, um indivíduo ou uma coletividade. Eis um processo presente, em maior ou menor medida, em todas as modalidades e fases da argumentação, mas que, na visão de Aristóteles, é mais evidente nos exórdios dos discursos epidícticos, tendo em vista que eles “são extraídos do louvor ou da glória” (Aristóteles, 2011, p. 252). Em outra passagem, o autor da *Retórica* afirma que

Nos exórdios do gênero epidíctico, deve-se fazer o ouvinte imaginar que o louvor o inclui, ou sua estirpe, ou sua profissão, ou uma coisa ou outra a ele relacionada. O que diz Sócrates na *Oração Fúnebre* é verdadeiro: “A dificuldade não está em louvar os atenienses em Atenas, mas Esparta.” (Aristóteles, 2011, p. 256)

Ora, sabemos que é próprio do gênero epidíctico amplificar valores compartilhados por um grupo, galvanizando convicções e fomentando certo senso de coesão entre as pessoas. Logo, tanto no ato de louvar quanto no de censurar, recorre-se à *doxa* como uma matriz de processos de identificação entre os interlocutores e de construção de identidades.

A última, mas não menos importante, função do exórdio seria a de aconselhar, isto é, incentivar alguém a fazer algo ou dissuadir alguém de fazê-lo (Aristóteles, 2011, pp. 252-253). Nesse sentido, poderíamos incluir a exortação, que é um chamado à ação. Mediante tal ato de linguagem, o orador

costuma apelar a promessas e a ameaças. Em todo caso, emoções são mobilizadas visando, em última análise, influenciar o auditório (Avram, 2006).

Antes de finalizarmos esta seção, duas observações.

Primeira: não digo que as funções acima destacadas, com exceção da primeira talvez, se manifestam exclusivamente no exórdio. O texto aristotélico não afirma nem sugere isso em nenhum momento. O que me parece mais lícito de se pensar, à luz das palavras de Aristóteles, é que o fato de a enunciação de um texto desempenhar no seu início tais funções concorre, ao fim e ao cabo, para *preparar*, para *instaurar*, para *inaugurar* a argumentação, envolvendo, seduzindo, condicionando, ou ainda “aquecendo” os participantes envolvidos na situação comunicativa para os próximos passos da trajetória argumentativa.

Segunda: é interessante notar que entre as partes da *dispositio* e as ações/tarefas (erga) da *inventio* há uma sinergia. Uma demonstração disso é que a tríade formada por *ethos*, *pathos* e *logos* — instâncias fundamentais da “invenção” — opera de modo articulado no exórdio. Isso vai além do que tradicionalmente foi preconizado pela retórica clássica posterior a Aristóteles, que associa cada parte da *dispositio* a uma das três provas retóricas (o exórdio ao *ethos*; a narração e a argumentação ao *logos*; e a peroração ao *pathos*). Todavia, creio que, embora se possa falar, para cada parte, de uma tendência maior ou menor a uma das três instâncias, em termos teóricos e metodológicos, não entendo que precisamos nos limitar a esse esquema.

Agora, dando um salto temporal, chegamos a algumas rápidas considerações feitas pelos teóricos da “Nova Retórica” sobre o papel do exórdio.

Em primeiro lugar, Perelman & Olbrechts-Tyteca (2005, p. 561) defendem que, ao contrário do que Aristóteles às vezes parece sugerir, o exórdio não seria uma parte menos útil do que as demais (especialmente a narração e a argumentação). A presença de uma introdução em um texto (seja ele oral ou escrito) não possui nada de fortuita ou protocolar. Pelo contrário, para que a argumentação seja eficaz, espera-se que todos os momentos da enunciação e todas as partes do enunciado final, o texto, atuem de maneira coordenada, mas também específica, em prol da adesão dos espíritos.

Em segundo lugar, os autores reafirmam que a necessidade (decorrente da funcionalidade) do exórdio decorre do fato de que ele “sempre será adaptado às circunstâncias do discurso, ao orador e ao auditório, ao assunto tratado, aos eventuais adversários” (Perelman & Olbrechts-Tyteca, 2005, p. 562). Nesse sentido, o grau de adaptabilidade determina o grau de utilidade do exórdio no conjunto da argumentação.

Tal maleabilidade do exórdio converge com o forte poder que o auditório exerce na *mise-en-scène* argumentativa no seu conjunto, isso segundo a visão de Perelman & Olbrechts-Tyteca. Diga-se de passagem, o auditório ocupa um lugar central no desenvolvimento teórico do *Tratado da Argumentação: A Nova Retórica*. Isso fica patente quando os autores declaram que

o exórdio é a parte do discurso que visa mais especificamente atuar sobre as disposições do auditório; é por isso que será objeto de nossa análise. Seu objetivo será conquistar o auditório, captar a benevolência, a atenção, o interesse. Fornecerá também certos elementos dos quais nascerão argumentos espontâneos tendo o discurso e o orador como objeto. (Perelman & Olbrechts-Tyteca, 2005, p. 561)

Dito de outra maneira, o exórdio é, na maioria das situações, indispensável justamente porque “[g]arante as condições prévias da argumentação” (*idem*). Uma dessas condições prévias é exatamente a adaptação do orador ao auditório. Seja quando há interlocução seja quando a enunciação é monologal, presenciamos invariavelmente a projeção de um auditório pelo orador. Neste caso, referimo-nos mais a uma instância de funcionamento da argumentação do que a seres empíricos, isto é, o auditório, assim como orador, são entidades engendradas no e pelo discurso.

Podemos depreender dessa leitura ao menos cinco funções argumentativas essenciais: a) informar o tema do discurso; b) projetar uma imagem de si favorável; c) suscitar emoções que induzam a persuasão; d) avaliar uma situação; e) aconselhar o auditório.

À guisa de conclusão desta seção, fica claro que o que define o exórdio essencialmente não é somente seu lugar de anterioridade dentro da macroestrutura do texto, mas sim as funções que ele desempenha: informação, apelo às imagens dos sujeitos, apelo emocional, avaliação, conselho. Outras tantas funções podem ser acrescentadas a essa lista. Elas se materializam em estratégias retóricas, em recursos linguísticos e discursivos, para conferir ao conjunto do texto eficácia argumentativa. Como todo texto é fruto da interação, fica claro também que é o movimento de adaptação do enunciador (o orador, o escritor etc.) em direção aos seus coenunciadores (os ouvintes, os leitores etc.) que definirá as feições não apenas do exórdio e da disposição, mas da totalidade de um texto.

NOTAS SOBRE O GÊNERO DISCURSIVO “PRONUNCIAMENTO DE ABERTURA EM FÓRUMS DIPLOMÁTICOS MULTILATERAIS”

Passemos a uma breve descrição do gênero discursivo “pronunciamento de abertura em fóruns diplomáticos multilaterais”. Para isso, algumas considerações gerais sobre a noção de gêneros. Lima (2022a, p. 177-180) apresenta uma série de passos para se empreender uma análise argumentativa dos discursos. E o primeiro passo consiste na caracterização do gênero discursivo, pois não temos acesso direto a discursos, mas sim a textos com propriedades relativamente regulares. O segundo passo, diretamente ligado ao primeiro, é avaliar o quadro enunciativo no qual emerge um texto. Isso significa identificar a situação comunicativa, os sujeitos envolvidos na enunciação, a identidade desses sujeitos, a natureza da enunciação (se monologal ou dialogal). Por fim, o(a) analista também deve se atentar às condições sócio-históricas da enunciação, aos eixos temáticos do texto, aos *topoi* e à incidência das provas retóricas no texto (imagens de si e do outro, emoções e recursos languageiros).

Lima defende que a análise de um gênero também deve ser considerada sob o “filtro da retórica”,

Na formulação de Aristóteles sobre os gêneros, os três critérios – (1) o ouvinte ao qual o locutor/orador se dirige, (2) o conteúdo e (3) o tempo que se tem em vista e seu fim – ainda hoje servem a reflexão sobre o assunto. O fim do discurso, em sua mirada através do filtro da retórica, e sempre um alocutário/auditório, cujo papel pode ser de espectador, de juiz ou de alguém que delibera. São três gêneros para três auditórios: deliberativo (decisivo/político), epidítico (demonstrativo) e judiciário (forense). Evidentemente, assim como os gêneros são infinitos, os tipos de auditórios também o são. (Lima, 2022b, p. 153)

Em seguida, a autora apresenta as definições gerais dos três gêneros retóricos legados pela tradição aristotélica. O gênero deliberativo “é orientado para a tomada de decisões sobre questões da cidade, aconselhando e desaconselhando, tendo em vista o futuro e a partir de valores relativos ao conveniente ou prejudicial” (Lima, 2022b, p. 153). O gênero epidítico, “desvalorizado em relação ao deliberativo e ao judiciário [pela retórica clássica], dirige-se ao espectador e orienta-se para o elogio e a censura”, falando “do belo e do feio, no aspecto da moralidade” (*idem*). O gênero deliberativo, por sua vez, “serve de acusação ou defesa e é orientado para que o auditório/tribunal vote sobre a tese do orador” (*idem*). Sobre o tempo visado, enquanto o deliberativo volta-se para o futuro, o epidítico olha para o presente e o judiciário, para o passado. No que compete aos valores balizadores da argumentação, os pares útil/nocivo, justo/injusto e nobre/vil são mais presentes no deliberativo, no judiciário e no epidítico, respectivamente.

Lima (2022b, p. 154-155) ressalta que, ao contrário de certa tendência histórica à subestimação de sua importância dentro no sistema retórico, o epidítico cumpre um papel muito importante na análise de discursos sociais, já que ele opera uma amplificação de valores compartilhados por uma comunidade discursiva.

Com base nesse quadro bem geral, chegamos ao gênero “pronunciamento de abertura em fórum diplomático multilateral”. Em um estudo sobre pronunciamentos governamentais no Debate Geral da AGNU, Piris & Dagatti (2021) sustentam que eles possuem duas características fundamentais: a projeção de imagens (de si e do outro) e o caráter eminentemente epidítico. Sobre ambas, os autores argumentam que

Esses discursos produzem imagens que funcionam como modelos a serem seguidos e também como antismodelos a serem rejeitados, por meio da construção de relações de aliança e antagonismo que se expressam por meio do que a retórica antiga conhece como gênero epidítico: discursos de elogio ou censura a uma pessoa, seus atos ou feitos atribuídos ao seu governo. Assim, parece-nos que o gênero epidítico é constitutivo do discurso do representante governamental na AGNU, pois o Debate Geral é o espaço para a expressão de elogios e/ou censuras de valores e posições

Em suma, os atos epidícticos de elogiar ou censurar estão alicerçados em modelos ou antimodelos, que, por sua vez, são imagens discursivas fundadas em determinados valores. No texto em questão, Piris & Dagatti se concentraram nos pronunciamentos dos Estados-membro da ONU. Porém, neste trabalho, estendemos essas considerações ao pronunciamento do Secretário Geral da ONU, com algumas diferenças.

Dentre elas, destaca-se o papel social do sujeito responsável pela enunciação: não é o representante de uma nação, mas sim o de um organismo multilateral (a ONU) que abre oficialmente as falas na AGNU. Assim sendo, ele fala em nome de uma entidade que se propõe falar em nome de *todas* nações. Ou seja, trata-se de um sujeito que tende a assumir, mais do que os demais oradores do Debate Geral, uma posição de universalidade mais marcado (um *ethos* cosmopolita). Pelo menos em teoria, em virtude do papel institucional assumido, a função daquele(a) que responde pela principal entidade diplomática do mundo contemporâneo é tentar construir um discurso que vá além dos inúmeros interesses particulares — e quase sempre conflitantes —, que constituem a sociedade global. Em outras palavras, a finalidade do pronunciamento do(a) SGNU adquire um sentido ligeiramente distinto dos enunciados pelos Estados-membros precisamente porque, em tese, serve para criar condições favoráveis para o sucesso da atividade diplomática, e levar adiante a celebração de acordos entre os diversos atores da cena internacional. Aliás, esse caráter preparatório da intervenção do SGNU converge com o que já foi dito a respeito das funções do exórdio.

Na próxima seção, examino o pronunciamento de Antonio Guterres, atual Secretário-Geral da ONU, na abertura do Debate Geral da 78ª AGNU (2023), para avaliar em que medida ele desempenha o papel de exórdio em relação ao próprio Debate Geral. Serão observadas marcas linguageiras que apontam para as funções do exórdio apresentadas na seção 1.

UM MOVIMENTO DE ANÁLISE

Como já foi dito, parto da hipótese de trabalho de que o gênero “pronunciamento de abertura em fórum diplomático multilateral”, embora possa ser lido como um texto independente, também pode

² No original, em espanhol: “Estos discursos producen imágenes que funcionan como modelos a seguir y también como antimodelos a rechazar, mediante la construcción de relaciones de alianza y antagonismo que se expresan a través de lo que la antigua retórica conoce como género epidíctico: discursos de alabanza o de censura a una persona, sus actos o hechos atribuidos a su gobierno. Así, nos parece que el género epidíctico es constitutivo del discurso del representante gubernamental en la AGNU, porque el debate general es el espacio para la expresión de alabanza y/o de censura a valores y posiciones políticas sobre los temas humanitarios, sociales, económicos y militares que interesan a las naciones [...]”.

ser lido como um “exórdio” de um corpo maior: o conjunto de pronunciamentos no Debate Geral da AGNU.

Comecemos pelo exórdio interno ao pronunciamento de Guterrez, que segue abaixo:

EXTRATO 1

Presidente da Assembleia Geral, Excelências, senhoras e senhores,
Há apenas nove dias, muitos dos desafios do mundo se fundiram em um terrível cenário infernal.
Milhares de pessoas em Derna, na Líbia, perderam suas vidas em uma enchente épica e sem precedentes.
Elas foram vítimas de múltiplas formas:

- Vítimas de anos de conflito.
 - Vítimas do caos climático.
 - Vítimas de líderes - próximos e distantes - que não conseguiram encontrar um caminho para a paz.
- O povo de Derna viveu e morreu no epicentro dessa indiferença - quando os céus liberaram 100 vezes a precipitação mensal em 24 horas... quando as represas se romperam após anos de guerra e negligência... quando tudo o que eles conheciam foi varrido do mapa.

Mesmo agora, enquanto falamos, corpos estão sendo levados para a costa do mesmo Mar Mediterrâneo onde bilionários tomam banho de sol em seus super iates.

Derna é um triste retrato da situação do nosso mundo - o dilúvio da desigualdade, da injustiça, da incapacidade de enfrentar os desafios ao nosso redor.

(Organização das Nações Unidas Brasil [ONU BRASIL], 2023)

De saída, o orador decidiu dar início à sua fala trazendo o relato de uma crise humanitária ocorrida em Derna, cidade litorânea da Líbia, que havia sido devastada por uma forte enchente, iniciada no dia 10 de setembro de 2023, às vésperas do Debate Geral daquele ano. Tal escolha reflete a necessidade de mostrar uma imagem de alto impacto sobre os problemas globais, apresentados pelo representante oficial da ONU. É grande a variedade de marcas dóxicas associadas às ideias de catástrofe: alusão ao inferno em “terrível cenário infernal”; alusões à morte em “milhares de pessoas [...] perderam suas vidas”; menções à “guerra”, etc.

Percebe-se que a introdução desempenha uma função emocional, pois tais expressões acima possuem um forte apelo afetivo. A um só tempo, podem ser vistas como a expressão da empatia, mas também da indignação do orador perante o flagelo humano ao qual se refere e ser interpretadas como uma crítica à apatia imputada a outrem. Com isso, o orador provavelmente pretende suscitar, dentre outras emoções, a vergonha nos alvos da crítica. O emprego da antítese que coloca em um mesmo plano os ‘corpos das vítimas’ e os ‘iates dos bilionários’ resume o tom de censura da passagem. Por meio desses recursos, o orador projeta uma imagem de si de um enunciador solidário, humanista, prudente e preocupado com as mazelas sofridas pelas vítimas. Ele projeta uma imagem do outro de indiferença, de negligência, de imprudência e de desumanidade. A ilustração como um todo serve como um antitempo da conduta dos atores internacionais, que é acionado no gesto de censura do orador em relação ao seu público.

O orador segue em sua crítica no fragmento seguinte:

EXTRATO 2

Excelências,

Em todo o mundo, antigas tensões se agravam enquanto surgem novos riscos.

O desarmamento nuclear está em um impasse, enquanto os países desenvolvem novas armas e fazem novas ameaças.

- Em todo o Sahel, uma série de golpes de Estado está desestabilizando ainda mais a região, enquanto o terrorismo ganha terreno.
- O Sudão está entrando em uma guerra civil em grande escala, milhões de pessoas fugiram e o país corre o risco de se dividir.
- No leste da República Democrática do Congo, milhões de pessoas estão desalojadas e a violência de gênero é uma terrível realidade diária.
- No Haiti, um país que sofreu séculos de exploração colonial está hoje dominado pela violência das gangues - e ainda aguarda apoio internacional.
- No Afeganistão, um número impressionante de 70% da população precisa de assistência humanitária e os direitos das mulheres e meninas estão sendo sistematicamente negados.
- Em Mianmar, a violência brutal, o agravamento da pobreza e a repressão estão acabando com as esperanças de um retorno à democracia.
- No Oriente Médio, a escalada da violência e o derramamento de sangue nos Territórios Ocupados Palestinos estão cobrando um preço terrível dos civis. Ações unilaterais estão intensificando-se e minando a possibilidade de uma solução de dois Estados - o único caminho para uma paz duradoura e segurança para palestinos e israelenses.
- A Síria continua em ruínas, enquanto a paz permanece remota.

Enquanto isso, os desastres naturais estão piorando o desastre do conflito causado pelo homem.

Diante dessas crises crescentes, o sistema humanitário global está à beira do colapso.

As necessidades estão aumentando. E o financiamento está se esgotando.

Nossas operações humanitárias estão sendo forçadas a fazer cortes massivos.

Mas se não alimentarmos os famintos, estaremos alimentando conflitos.

Peço a todos os países que se mobilizem e financiem integralmente o Apelo Humanitário Global.

(ONU BRASIL, 2023)

Aqui vemos que o orador agora se vale da enumeração de uma série de crises em diferentes países (Sudão, República Democrática do Congo, Haiti, Afeganistão, Mianmar, Síria) ou regiões (Sahel, Oriente Médio), todos sofrendo com golpes de Estado, guerras civis, crises humanitárias, violência etc. Esse expediente é empregado com o intuito de apresentar um conjunto de situações ameaçadoras aos valores, aos regimes e às instituições caros à ordem internacional representada pela ONU.

A principal emoção suscitada mediante esse quadro geral de ameaças à paz, à democracia, aos direitos humanos é o medo. Ele não está dito no enunciado, nem pode ser diretamente inferido por marcas textuais, mas pode ser inferido pelo contexto sócio-histórico da enunciação. A ideia de colapso geral de um sistema normalmente é vista como um efeito de um conjunto acumulado e disseminado de crises, em diferentes setores e territórios.

No final da passagem, o orador faz uma exortação para que os Estados-membros fortaleçam uma iniciativa institucional da ONU na área ajuda humanitária. Neste ponto, vemos uma transição da ameaça, tendo o medo como fio condutor, à incitação da ação política do auditório. Ainda que de uma

maneira sutil, a inserção da proposta está ancorada em uma defesa das práticas da ONU — a solicitação de apoio ao Apelo Humanitário Global—, e, por extensão, da crença de que a diplomacia multilateral é um instrumento eficaz para enfrentar problemas de alcance global. Quanto ao *ethos*, o orador sustenta na maior parte do tempo as mesmas projeções de imagem de si e do outro já citadas.

CONCLUSÕES

Recapitulando o caminho feito até aqui, é possível perceber que o orador procura alcançar uma série de objetivos argumentativos que são típicos dos exórdios: *preparar cognitivamente* o auditório, destacando os temas-chave de sua enunciação; *preparar intersubjetivamente* o auditório, tentando angariar sua confiança/benevolência mediante a projeção de imagens discursivas; e *preparar emocionalmente* o auditório, suscitando emoções que induzam a adesão a determinadas teses. Neste caso em participar, “preparação” aponta para a ideia de “direcionamento”, ou seja, de orientar os demais oradores (Estados-membros), de demonstrar um papel dirigente em relação não somente ao sentido geral do evento em si (o Debate Geral), mas sobretudo em relação aos rumos da ordem internacional. Tais características conferem ao pronunciamento do SGNU um caráter exordial. E isso não é ocorre apenas em virtude da *anterioridade cronológica* do pronunciamento de abertura, mas também em decorrência do lugar de *primazia* (de autoridade) reivindicado pelo orador, dado o seu papel institucional e o quadro situacional da enunciação.

Outro aspecto fundamental da argumentação deste *corpus* é que seu caráter exordial está em consonância com a dimensão epidítica de discursos diplomáticos como os que circulam em fóruns multilaterais como a AGNU. É sabido que é próprio de textos predominantemente epidíticos o jogo entre louvor e censura, a amplificação de determinados valores constitutivos da *doxa* diplomática contemporânea (multilateralismo, direitos humanos, paz, segurança etc.) e a ancoragem em modelos e/ou antimodelos, dentre outras estratégias argumentativas. Se é verdade que elas podem ser acionadas em qualquer “parte” da *dispositio* de um texto, parece ser verdade também que elas ganham uma funcionalidade especial quando o conjunto do texto cumpre o papel de exórdio.

Por fim, chegamos a duas conclusões.

A primeira delas é que, se considerarmos apenas a incidência das funções do exórdio elencadas por Aristóteles, a enunciação do pronunciamento em sua totalidade *talvez* pode ser entendida como um grande exórdio da situação comunicativa em que o pronunciamento está inserido (no caso, o Debate Geral da AGNU). Além de estabelecer a pauta da reunião (informar os assuntos centrais), o orador busca a benevolência do auditório, projetando imagens de si e do outro que estão ancoradas em um conjunto de emoções (empatia, indignação, preocupação, medo etc.). Estas últimas dão o tom da discussão em torno dos valores subjacentes à agenda internacional contemporânea.

A segunda conclusão refere-se à dimensão epidítica do discurso diplomático multilateral. O ato de censura instaura um discurso polêmico, pois opera uma dissociação entre orador e auditório em torno de uma determinada questão (a crise humanitária, como analisado nos fragmentos). Já o elogio busca reestabelecer uma conciliação, uma vez que promove uma associação entre ambas as instâncias (como visto no recurso à exortação, no extrato 2).

Vale ainda ressaltar que este gesto de leitura não esgota todas as questões. Uma análise comparativa dos pronunciamentos no Debate Geral – senão de todos, pelo menos de uma amostra deles – permitiria apreender com maior profundidade em que medida a fala do Secretário-Geral da ONU prepara ou não, influencia ou não, a fala dos chefes de Estado e/ou de governo na AGNU.

REFERÊNCIAS

Amossy, R. (2018). *A argumentação no discurso*. São Paulo: Contexto.

Aristóteles. (2018). *Retórica*. São Paulo: Edipro.

Avram, W. D. (2006). Exhortation. In: Sloane, T. O. (Ed.). *Encyclopedia of Rhetoric* (pp. 294-299). Oxford: Oxford University Press. The Midnight University.

Bull, H. (2002). *Sociedade Anárquica: um estudo da ordem na política mundial*. Brasília: Universidade de Brasília; Instituto de Pesquisa de Relações Internacionais. São Paulo: Imprensa Oficial do Estado de São Paulo.

Gunderson, E. (Ed.). (2009). *The Cambridge Companion to Ancient Rhetoric*. Cambridge: Cambridge University Press.

Franchini Neto, H.; Turner, I. B. G. F. (2021). *Um pouco de diplomacia*. São Paulo: Saraiva Educação.

Lima, H. M. R. de. (2022a). *Argumentação no discurso: problemáticas e perspectivas*. In Azevedo, I. C. M. de; Damasceno-Morais, R. (Org.). *Introdução à análise da argumentação* (pp. 163-192). Campinas, SP: Pontes Editores.

Lima, H. M. R. de. (2022b). Via argumentorum: notas sobre a importância da inventio (pp. 149-159). In Butieri, K. & Ferreira, L. A. (Org.). *Sistema Retórico: Inventio*. São Paulo: Blucher.

MacDonald, M. J. (Ed.). (2017). *The Oxford Handbook of Rhetorical Studies*. Oxford: Oxford University Press.

Nicholson, H. (1994). *La Diplomacia*. México: Fondo de Cultura Económica.

Organização das Nações Unidas Brasil. (2023). Abertura do Debate Geral da 78ª sessão da Assembleia Geral da ONU. Recuperado em 08 de julho, 2024 de <https://brasil.un.org/pt-br/246529-abertura-do-debate-geral-da-78%C2%AA-sess%C3%A3o-da-assembleia-geral-da-onu#:~:text=Discurso%20do%20secret%C3%A1rio%2Dgeral%20da,19%20de%20setembro%20de%202023>.

Perelman, C. & Olbrechts-Tyteca, L. (2005). *Tratado da Argumentação: A Nova Retórica*. São Paulo: Martins Fontes.

Piris, E. L. & Dagatti, M. (2021). El discurso político en la 74ª Asamblea General de las Naciones Unidas: el caso de los presidentes de Brasil y Argentina (pp. 251-282). In Carvalho, J. R., Leurquin, E., Azevedo, I. & Carneiro, M. *Agir de linguagem na escola e na universidade*. São Luís: EDUFMA.

Piris, E. L., Dagatti, M. & Gonçalves-Segundo, P. R. (Orgs.). (2022). *Sudamérica en su laberinto: análisis del discurso político sudamericano en la Asamblea General de las Naciones Unidas en 2019 y 2020*. São Paulo: FFLCH/USP.

Plantin, C. (2016). *Dictionnaire de l'argumentation*. Introduction aux études d'argumentation. Lyon: ENS Éditions.

Ramos, D. (2022). *Introdução às Relações Internacionais*. São Paulo: Contexto.

Reboul, O. (2004). *Introdução à retórica*. São Paulo: Martins Fontes.



A Retórica em miniatura: ethos e pathos de influenciadores de política na imagem de capa de vídeos no YouTube

Nilton Cesar Monastier Kleina
Universidade Federal do Paraná
E-mail: nckleina@gmail.com

Resumo: O YouTube transcendeu o papel de hospedagem de vídeos para virar um espaço complexo de produção cultural e até debate político. Nesse contexto, as imagens em miniatura que servem de "capa" desses conteúdos agem para atrair o público e construir discursos persuasivos. Este estudo investiga como essas ilustrações contribuem para a construção retórica em vídeos, analisando seu papel na articulação do ethos (caráter) e do pathos (apelo emocional), preceitos da Retórica Clássica. Foram selecionadas imagens em miniatura de oito canais de análise política com espectros ideológicos distintos, para compreender como elas reforçam estratégias persuasivas. A metodologia é a Retórica Visual, que identifica a construção argumentativa em estruturas simbólicas. Resultados indicam que as miniaturas são sínteses visuais do argumento dos vídeos, além de combinar elementos para reforçar a autoridade do criador e estimular reações, sendo componentes da arquitetura persuasiva do discurso.

Palavras-chave: Comunicação política. Retórica Visual. YouTube.

Abstract: YouTube has transcended its role as a video-hosting platform to become a complex space for cultural production and even political debate. In this context, video thumbnails that serve as visual "covers" attract audiences and construct persuasive discourses. This study investigates how these illustrations contribute to rhetorical construction in videos, analyzing their role in articulating ethos (character) and pathos (emotional appeal), principles of Classical Rhetoric. Thumbnails from 8 political analysis channels with distinct ideological spectrums were selected to understand how they reinforce

persuasive strategies. The methodology employed is Visual Rhetoric, which identifies argumentative construction within symbolic structures. The results indicate that thumbnails function as visual syntheses of video arguments while combining elements to enhance the creator's authority and stimulate reactions, making them components of the persuasive discourse architecture.

Keywords: *Political Communication. Visual Rhetoric. YouTube.*

INTRODUÇÃO

Ao abrir o YouTube, o espectador é bombardeado por informações. Uma série de elementos textuais e visuais tenta atrair a atenção e o clique, em meio a múltiplas possibilidades de conteúdo sobre temas variados, feitos de canais pessoais de pequeno porte até empresas de comunicação. Um desses recursos é a imagem em miniatura ou de capa, considerada até pelos próprios influenciadores digitais (Scaff, 2024) como uma das ferramentas mais poderosas de atração de público e uma das primeiras impressões que alguém tem ao se deparar com um vídeo (Poudel, Cakmak, Agarwal, 2024; Sagheer et al, 2024; Weismueller, Harrigan, 2021).

Para além do chamado ao clique, esse material gráfico também serve como uma força persuasiva, ajudando a transmitir uma mensagem em conjunto com outros recursos, como o título e o conteúdo em si. O presente estudo busca, a partir de vídeos postados por canais brasileiros de análise política, compreender como essas imagens em miniatura de vídeos do YouTube contribuem para a construção retórica de um discurso e descobrir se elas de fato auxiliam na construção do argumento.

A plataforma de vídeos é uma das mais poderosas no setor de entretenimento (Burgess, Green, 2018), ocupando de forma plena um espaço no ecossistema da comunicação digital, em um ambiente variado com base em matrizes culturais (Dijck, 2013). De um serviço para hospedagem de cliques virais e caseiros, ele passa a abrigar conteúdos cada vez mais complexos (Alloca, 2018), transformando criadores de conteúdo em uma categoria de celebridades (Stokel-Walker, 2019). Ao mesmo tempo, o YouTube se torna um ambiente relevante politicamente, inclusive em cenários eleitorais, recebendo atenção especial no Brasil a partir da disputa presidencial de 2018 (Reis, Zanetti, Frizzera, 2020).

Aporte teórico deste estudo, a Retórica pode ser considerada "uma atividade eminentemente comunicativa pela qual influenciemos os outros" (Mateus, 2018, p. 15), com o objetivo de moldar a perspectiva de pessoas sobre um assunto via articulação de argumentos. Parte dessa alteração ou reforço de um ponto de vista é feito a partir de elementos da imagem do próprio orador e no estabelecimento de sentimentos a serem compartilhados pelo público (Meyer, 2007).

O papel das imagens thumbnails foi avaliado com base em dois elementos da Retórica Clássica: o *ethos*, que envolve a construção da imagem de si e traços de caráter do responsável pelo conteúdo (Amossy, 2011), e o *pathos*, que desencadeia um processo persuasivo a partir do despertar de emoções

do público (Figueiredo, Junior, 2020). Eles serão observados por meio da Retórica Visual (Foss, 2004) em uma abordagem dedutiva, que investiga as possibilidades persuasivas em um conteúdo visual por construções estabelecidas do campo retórico. Para isso, foram selecionados 20 vídeos de oito canais voltados ao debate político, com exemplos de diferentes posicionamentos ideológicos.

A primeira seção deste artigo contempla reflexões acerca do YouTube e seus criadores de conteúdo, assim como o papel da rede no atual cenário político brasileiro. Em seguida, debate-se a respeito da ponte entre a Retórica Clássica e estudos de elementos visuais posteriores ao estabelecimento da área. Tais etapas são essenciais para a última parte do estudo, que contempla a descrição metodológica, a análise propriamente dita das imagens e a discussão dos resultados.

O YOUTUBER DE POLÍTICA NO CENÁRIO BRASILEIRO

O YouTube é uma plataforma plural em termos de operação, formato de conteúdo e posição no mercado digital, descrita por Stokel-Walker (2019) como um caleidoscópio audiovisual. Seguindo passos de outras redes sociais, ele transforma espectadores em criadores de conteúdo sem exigir grandes conhecimentos técnicos, equipamentos de ponta ou conexão veloz (Burgess, Green, 2018).

Com a expansão do serviço, o YouTube migra de repositório audiovisual para uma plataforma com potencial para desenvolvimento de conteúdo próprio e canais pessoais, possibilitando o surgimento de ondas de influenciadores digitais e transformando-se em uma possível fonte de renda a agentes de comunicação (Stokel-Walker, 2019; Alloca, 2018). Canais de alta visibilidade integram-se ao sistema de pagamentos da plataforma, que divide ganhos de publicidade com o detentor do canal ou estabelecem parcerias com anunciantes. Esse grupo passa a ser reconhecido e admirado pelo conteúdo, a expertise aparente no assunto e a manutenção de uma comunidade fiel (Ladhari et al, 2020, p. 9).

Ao mesmo tempo, o YouTube torna-se um serviço que destaca conteúdos mais elaborados e complexos (Alloca, 2018), como podcasts, entrevistas, debates, aulas, tutoriais e análises em forma de vlog. Entre esses vídeos, a temática de política se estabelece como uma categoria popular, com replicação de trechos de vídeos de veículos tradicionais de imprensa ou conteúdos originais gerados pelos usuários, gerando reflexões embasadas por teorias da deliberação, conversação, campanhas eleitorais e o atual cenário de polarização¹. Como recorda Allocca (2018), o YouTube é simultaneamente — em uma reflexão compartilhada por outras redes sociais — tanto um local de documentação de injustiças e organização de comunidades quanto para a propagação de ataques.

¹O YouTube ser um agente radicalizador de conservadores é palco de debates. Acredita-se hoje que a plataforma alimenta câmaras de eco que amplificam ideais, sem muito espaço para discordâncias e "construindo uma espécie de galáxia semântica, na qual reúne vídeos que se articulam mutuamente" (Reis, Zanetti, Frizzera, 2020, p. 54).

A formação de um grupo de influenciadores nativos do YouTube também é notável. Esse é um ambiente em que observadores são transformados em testemunhas ou produtores de um conteúdo que revela a sua visão, poder antes restrito ao meio jornalístico (Lewis, 2019; Allocca, 2018). Esses atores “desempenham um papel importante na ampliação da atenção para determinados assuntos” (Abidin 2021, p. 291) e aproveitam a ausência de curadoria restrita ou cronometrada de uma programação de emissoras (Stokel-Walker, 2019) do YouTube para cultivar uma audiência.

No contexto brasileiro, influenciadores conservadores souberam aproveitar as potencialidades comunicacionais do YouTube para encontrar pares e amplificar discursos que se alinham ao que veio a se tornar o bolsonarismo. A chamada Nova Direita integra "conservadores, neoconservadores, liberais, militares, evangélicos e com defensores e representantes de vários outros segmentos" (Oliveira, Leite, Marques, 2021, p. 264), em um grupo familiarizado com o funcionamento das mídias sociais e de disseminação de conteúdo por outros meios, como mensageiros. O espaço garantido a esse grupo em ambientes digitais — que cumprem cada vez mais "funções de referência intelectual, afetiva, política, ideológica e identitária" (Gomes, 2018, p. 81) — faz com que seja criado um 'mercado de ideias reacionárias' no qual uma variedade de ideologias compete por visibilidade e sucesso (Finlayson, 2021). Por outro lado, a propagação de ideias políticas de esquerda e análises voltadas ao campo progressista também encontra espaço, mesmo de menor visibilidade e engajamento. No contexto brasileiro, esses criadores de conteúdo tendem a manter uma "coesão ideológica mais forte, fundamentada em princípios comunistas compartilhados" (Romancini, Zambom, Sanches, 2024, p. 19).

O aspecto avaliado neste estudo é a imagem de miniatura ou "capa" do vídeo —thumbnail, no termo original em inglês, ou reduzida para apenas thumb entre a comunidade. Trata-se de uma figura clicável e de pequenas dimensões vista antes de você assistir a um vídeo ou então durante a navegação por uma das páginas do YouTube (Sagheer et al, 2024). Esse elemento visual é um dos recursos mais proeminentes do ambiente de navegação da plataforma (Weismueller, Harrigan, 2021) ao ajudar a capturar o interesse do público de forma antecipada. Isso seria tão importante quanto o conteúdo em si, já que essa forma primária de apresentação, caso pouco chamativa, pode contribuir para que um vídeo de alta qualidade não tenha o alcance desejado (Poudel, Cakmak, Agarwal, 2024).

A imagem não é normalmente exibida se o vídeo é acessado diretamente, como ao receber o endereço dele por outra fonte (rede social ou mensageiro). Porém, a imagem aparece na página do canal, na busca do YouTube, na tela inicial da plataforma e nos vídeos recomendados, listados ao lado do que é atualmente visto e que podem ser reproduzidos em sequência. Essas capas podem ser um quadro congelado do vídeo ou uma montagem feita de forma antecipada e composta de uma combinação de foto, texto e ícones gerais (Weismueller, Harrigan, 2021). As imagens em miniatura são personalizadas de acordo com o tema, mas há tendências seguidas por influenciadores dos mais

variados temas. Elas incluem o uso de cores brilhantes, fontes grandes para destacar palavras, o uso de símbolos, uma imagem de fundo desfocada para gerar certo mistério a respeito do tópico abordado e a adoção de múltiplos objetos ou pessoas para atrair um público mais variado (Sagheer et al, 2024).

Poudel, Cakmak e Agarwal (2024) notam que criadores de conteúdo recorrem a visuais sensacionalistas ou enviesados para atrair o público. Embora isso funcione a curto prazo, a tática pode resultar em perda de credibilidade e engajamento. Ainda, a escolha do tema a ser retratado é essencial: assuntos de apelo universal, como mistério, fantasia e ciência podem atrair uma audiência maior do que o foco em eventos ou tópicos específicos. Outro material comum em miniaturas é a figura do próprio youtuber, marcando a presença no conteúdo e reforçando a própria imagem de influenciador digital. Nesses casos, para Weismueller e Harrigan (2021), trata-se de uma construção de proximidade com o criador de conteúdo e de atrair a partir de emoções: o rosto normalmente traz uma expressão facial bem destacada, que adiciona uma nova camada de informação. Por fim, o texto curto dentro da montagem também é considerado essencial, sendo dele o papel de complementar a mensagem visual.

A miniatura é conhecida pelos criadores de conteúdo como algo fundamental, com a importância comparada ao título de um vídeo, ajudando na distribuição orgânica de um conteúdo (Scaff, 2024) — a partir dos algoritmos de recomendação, o serviço pode até favorecer vídeos com um certo design na capa (Poudel, Cakmak, Agarwal, 2024). A própria plataforma, porém, tende a compartilhar somente "fragmentos de informações, respostas superficiais e ferramentas parcialmente úteis para que os criadores de conteúdo otimizem seus vídeos, canais e audiências" (SCAFF, 2024, p. 155), deixando a eles a tarefa de encontrar os próprios formatos.

Inclusive por essa pressão em obedecer ao algoritmo, as imagens em miniatura são pensadas para evocar emoções, transmitir informações e atrair espectadores (Sagheer et al, 2024). Para isso, são muitas as estratégias adotadas pelos youtubers, tanto a partir de comparações entre os próprios vídeos quanto por inspirações em outros criadores de conteúdo bem-sucedidos.

Esse processo comunicativo de convencimento envolve técnicas retóricas, um campo de estudo em constante evolução que auxilia na compreensão de discursos e narrativas, inclusive em elementos visuais. A seção seguinte traça a conexão entre esses estudos retóricos clássicos e as abordagens contemporâneas.

RETÓRICA CLÁSSICA E ELEMENTOS VISUAIS

A Retórica é simultaneamente uma ação persuasiva, um campo de estudos e uma técnica de argumentação. Trata-se de uma "atividade eminentemente comunicativa pela qual influenciemos os outros" (Mateus, 2018, p. 15), idealizada na Antiguidade para fins de defesa civil a partir da argumentação (Reboul, 2004). Apesar de vista de forma pejorativa ainda hoje (Meyer, 2007), ela não

consiste em uma linguagem meramente rebuscada ou sedutora — ela vai além do estilo, englobando técnicas e conexões entre ideias que expressam a opinião por um discurso e buscam o convencimento.

Para além da exposição de argumentos, o momento persuasivo envolve "a negociação da diferença entre os indivíduos sobre uma questão dada" (Meyer, 2007, p. 25), ou a seleção prévia pelo orador de aspectos de identidade, contexto e valores apresentados ao público. Essa escolha depende da reação esperada e da identificação de particularidades do espectador. Com essa estratégia, o sucesso no convencimento pode ser conquistado por "aquele que trabalha, seleciona e reconfigura essas fórmulas da persuasão de acordo com cada situação" (Mateus, 2018, p. 71).

O estudo da Retórica tende a envolver a avaliação persuasiva a partir dos elementos chamados de provas retóricas ou extra artísticas: o *ethos*, o *pathos* e o *logos*. Identificados desde os escritos de Aristóteles e até hoje adaptados por pesquisadores, eles são descritos como instrumentos de persuasão ou tipos de argumentos (Reboul, 2004) e unidades componentes (Meyer, 2007) de um discurso, além de núcleos que ajudam a direcionar um discurso. Ao mesmo tempo, eles representam habilidades complementares de conquista do público.

O *ethos* é a essência de um conteúdo que versa a respeito do caráter, da personalidade, das qualidades e da imagem de si que é mantida pelo detentor do discurso (Meyer, 2007; Reboul, 2004). Esses elementos ajudam a evidenciar características de virtudes morais, conduta ou experiência, com o espectador levado a crer que as ideias são dignas de crédito e de confiança. Essa "impressão de si" pode ser construída tanto de forma direta, por informações contidas em um conteúdo, quanto por crenças implícitas e o próprio estilo aplicado (Amossy, 2011). Finlayson (2021) nota uma intensificação na personalidade política individual na internet, com o *ethos* sendo privilegiado em redes sociais na construção da figura de influenciadores.

O *pathos* envolve o conjunto de emoções, paixões e sentimentos (Reboul, 2004) que o orador tenta despertar no auditório. A partir de dor, raiva, prazer e outras reações, busca-se reformular uma concepção a respeito de certas questões e encaminhar o público à persuasão (Figueiredo, Junior, 2020). Para isso, o orador deve conhecer o público ou compreender parcialmente os seus principais valores, antecipando reações ao que é exibido. A forma com que um auditório se sente é essencial no processo (Figueiredo, Junior, 2020), pois ele pode auxiliar a 'esconder' potenciais problemas ou fraquezas de um conteúdo na medida em que realiza provocações performáticas marcantes (Mateus, 2018).

Ethos e *pathos* são os aspectos persuasivos levados em conta nesta pesquisa². Por fim, o *logos* concentra a argumentação propriamente dita e é o aspecto da retórica mais próximo da dialética

²O *logos* não será contemplado por questões de recorte do estudo, já que a pesquisa tem como objetivo compreender aspectos de paixões e caráter expressados pelas imagens. Ainda assim, os aspectos argumentativos e racionais do conteúdo não deixam de ser explorados em algum nível, pois as três provas estão conectadas no processo argumentativo.

aristotélica (Reboul, 2004). Ele é acionado pelas questões discursivas e argumentativas, que integram o raciocínio do orador enquanto ele aborda o assunto vigente (Mateus, 2018).

Nos estudos atualizados para a contemporaneidade, a Retórica se destaca como um recurso que reposiciona oponentes no tabuleiro político e tenta modificar a percepção do público sobre uma determinada situação. Nota-se como os elementos da Retórica podem ser aplicados na construção da autoridade e da autenticidade do criador de conteúdo, cujos vídeos são norteados tanto pela construção da imagem quanto pela sua aparente capacidade para tratar dos assuntos em questão.

Apesar de ser mais frequentemente relacionada ao discurso escrito, a Retórica é desde a Grécia Antiga relacionada a uma performance multicamadas. Estudos consideram que o poder sociopolítico de imagens na produção estratégica de sentidos pode incluir impactos emocionais (Lilleker, Veneti, Jackson, 2019) gerados por outros recursos. Como aponta Beiguelman (2020), imagens transcendem o valor estético, operando como símbolos constitutivos em um sistema de comunicação. Por isso, a escolha de elementos visuais que acompanham um discurso e seus argumentos é tão importante: recursos como cores e enquadramentos "veiculam sentidos que extrapolam a simples estruturação imagética" (Figueiredo, Junior, 2020) e tornam-se formas de linguagem não verbal persuasivas.

Vista como um conjunto de sinais linguísticos, reprodução do vivido ou imaginado e a imposição disso como a realidade, a construção de uma imagem faz 'uso completo' da retórica (Catau Vereş, 2020). Com base em Kenneth Burke, segundo o qual a Retórica Visual é o uso de símbolos para persuasão a partir da natureza humana de responder a eles e voltado ao campo da política, Miles (2023) considera a Retórica Visual uma análise de como elementos visuais são empregados estrategicamente para se obter efeitos políticos, incluindo a convocação para uma mobilização ou o maior alcance de mensagens. Na prática, ela ajuda "a distinguir as teses e proposições não-verbais que as imagens em si encerram, e pode ser aplicada a uma variedade de suportes simbólicos" (Mateus, 2018, p. 178).

De acordo com Foss (2004), a Retórica Visual é um artefato comunicativo e uma perspectiva, sendo esta segunda a forma de analisar dados visuais via dimensões comunicativas das imagens. Uma das aplicações possíveis é a dedutiva, pela qual teorias retóricas já existentes são aplicadas no campo visual para guiar a análise de materiais não textuais. Este é o princípio a ser seguido neste estudo.

Ainda segundo Foss (2004), a atenção específica da retórica visual está em três campos: a natureza, a função e a avaliação da imagem. No primeiro deles, busca-se a explicação dos elementos distinguíveis da imagem, como a descrição de componentes presentes e elementos sugeridos (como conceitos, ideias, temas e alusões possíveis). Isso permite a compreensão dos elementos comunicativos primários de uma imagem e o desenvolvimento de um significado provável do material. Na segunda abordagem, o objetivo é compreender como a imagem funciona para o público. Não se trata de

propósito ou efeito, pois a intenção do criador não é necessariamente a interpretação "correta" ou o resultado, mas as possíveis formas de conclusão. Por fim, ao buscar a avaliação de um material, o objetivo é observar se o conteúdo de fato atinge as funções sugeridas pela imagem a partir de consequências, implicações e sucesso. Para este estudo, a avaliação da imagem não será contemplada. Essa decisão é justificada pelo curto período da publicação do clipe e a realização do estudo, e pela dificuldade na obtenção de dados sobre efeitos de um conteúdo exposto a tantas pessoas.

Considerando vídeos como YouTube como "textos digitais que contribuem bastante no processo de formação de opiniões e aprendizado das pessoas" (Gualberto, Brito, Pimenta, 2021, p. 7), a seção seguinte trata da metodologia do estudo, seguida da apresentação e análise dos resultados da observação de miniaturas de vídeos de política sob a perspectiva da Retórica Visual.

METODOLOGIA

Para Foss (2004), recursos como cores, linhas, texturas e padrões em uma imagem garantem a base para o espectador inferir sobre a persuasão e encontrar possíveis respostas retóricas. Aqui, busca-se compreender como as capas de vídeos de influenciadores de política no YouTube contribuem para o ethos e o pathos que compõem uma mensagem.

Para investigar esses questionamentos, o estudo apresenta uma metodologia de Retórica Visual a partir de elementos clássicos das teorias persuasivas (Miles, 2023; Zahra, 2021; Mayer, 2007; Foss, 2004; Reboul, 2004), elencando características de um discurso multimodal. A amostragem foi selecionada a partir de uma base de dados de youtubers de política e atualizada desde então, concentrando alguns dos principais criadores de conteúdo na plataforma. Eles incluem influenciadores voltados para o campo progressista e da esquerda quanto identificados ou caracterizados como conservadores, de direita ou bolsonaristas.

O recorte inclui quatro canais de cada um dos dois espectros políticos (Tab 1), selecionados com base na quantidade de inscritos do canal, frequência de produção e se os vídeos seguem abordando o tema política. Todos atuam de forma independente — sem relação com uma organização, empresa de mídia ou cargo público — e produzem conteúdos originais.

TABELA 1 - Lista de canais analisados

Canal	Inscritos	Endereço
Nando Moura	3,5 milhões	https://www.youtube.com/@NandoMouraOficial
Te Atualizei	2,08 milhões	https://www.youtube.com/@Teatualizei
Verdade Política	1,23 milhão	https://www.youtube.com/@VerdadePoliticaBR

Questione-se	1 milhão	https://www.youtube.com/@renatogbbr
Meteoro Brasil	1,75 milhão	https://www.youtube.com/@MeteoroBrasil
Henry Bugalho	722 mil	https://www.youtube.com/@HenryBugalho
Ian Neves	411 mil	https://www.youtube.com/@IanNevesOficial
João Carvalho	219 mil	https://www.youtube.com/@assimdissejoao

FONTE – Autor, 2025.

Entre os canais conservadores, Nando Moura é músico e produtor musical, com comentários normalmente ácidos sobre temas atuais. O perfil Te Atualizei é de Bárbara Destefani, blogueira investigada pelo Supremo Tribunal Federal (STF) por fake news. Verdade Política é apresentado por Marcelo Pontes, que se identifica como escritor e jornalista. Já Questione-se é mantido pelo influenciador Renato Barros e já teve o canal desmonetizado pelo YouTube por infração às regras.

Na lista de canais progressistas, o Meteoro Brasil foi criado pelo jornalista Álvaro Borba e Ana Lesnovski, professora e doutora em Comunicação, produzindo vídeo-ensaios, transmissões ao vivo e análise de notícias. O historiador marxista-leninista Ian Neves é também dono do perfil História Pública e membro da Soberana, um coletivo digital de comunicação e consciência política. João Carvalho, também conhecido como Assim Disse o João, é historiador e educador popular, também integrante da Soberana. Henry Bugalho é escritor e formado em filosofia, tendo iniciado o canal para falar de literatura antes da mudança de foco para a política.

O objetivo aqui não é comparativo, mas ampliar o escopo ideológico analisado. Foram coletadas 20 publicações de cada um dos oito canais, totalizando 160 imagens em miniatura. A amostragem envolveu os últimos vídeos postados até o dia 30 de dezembro de 2024, com uma variação de dias ou semanas, de acordo com a frequência de postagem do youtuber. Apesar de reconhecer a importância da multimodalidade para a Retórica Visual e em como a imagem complementa um conteúdo que inclui o título e o vídeo em si, este estudo foca nessas ilustrações a fim de concentrar esforços neste recorte.

Vídeos, metadados e imagens foram coletados pela ferramenta YouTube DataTools. Foram selecionados apenas clipes no formato tradicional ou transmissões ao vivo, excluindo os Shorts³. Assim, foi possível avaliá-las individualmente e também a produção do canal no período selecionado.

Para a análise, emprega-se a sugestão metodológica de Zahra (2021): uma abordagem qualitativa que combina a estrutura teórica de Foss (2004) com as provas retóricas da Retórica Clássica, possibilitando uma análise da Retórica Visual que envolva a compreensão de características, recursos e

³ Formato de vídeo curto e gravado ou enquadrado na vertical, similar ao empregado por TikTok e Instagram Reels. Por contarem com um método de publicação e exibição diferente, os Shorts não se enquadram no recorte.

eventuais elementos persuasivos de um conteúdo. Dessa forma, é possível combinar um conceito tradicional e amplamente debatido desde as reflexões de Aristóteles com um olhar modernizado sobre materiais imagéticos, que expandem a abordagem para além de um discurso escrito ou falado.

As imagens em miniatura foram observadas a partir de dois aspectos: o *ethos*, com elementos relativos ao caráter e a confiabilidade do responsável pelo conteúdo, e o *pathos*, na construção de emoções a partir do material. Buscam-se principalmente os elementos principais de cada unidade de análise coletada, como fotos, ilustrações, texto inserido na imagem e símbolos (como setas, círculos ou emojis). Isso permite a identificação da natureza e da função das imagens (Foss, 2004), incluindo elementos sugeridos — ideias, temas e alusões —, além da ação que ela comunica. Há também inferências possíveis a partir da análise de aspectos mais técnicos, como cores e filtros, caso eles sejam notáveis e contribuam para a construção persuasiva.

A seção seguinte traz a discussão dos resultados obtidos com a análise das imagens em miniatura coletadas, assim como as características persuasivas mais notáveis reconhecidas durante a observação.

ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

As imagens em miniatura coletadas e analisadas nesta pesquisa mostram a pluralidade do universo de comentaristas políticos brasileiros no YouTube. Cada um possui uma identidade visual com características distintas e recursos estéticos que remetem ao canal, facilitando a identificação do vídeo pelo fã em meio a outros clipes na plataforma. Ao mesmo tempo, é possível notar algumas similaridades na forma com que esses elementos se apresentam em termos estéticos e persuasivos.

Primeiramente, foram identificadas as características imagéticas que contribuem para o *ethos*, a construção da imagem do youtuber e o estabelecimento da relação de confiança com o espectador. A mais marcante delas é a presença do próprio youtuber na imagem em miniatura, dividindo espaço com a temática do vídeo (Fig 1). O responsável pelo conteúdo aparece na forma de rosto ou da cintura para cima, inserido ao centro ou, mais frequentemente, em uma das laterais da ilustração. Essa característica é a que mais se repete nos canais analisados e foi identificada em diferentes graus em cinco dos oito perfis (Nando Moura, Questione-se, Te Atualizei, João Carvalho e Ian Neves).

Figura 1 – O rosto do youtuber como contribuição para o *ethos*



Fonte – Autor com base no YouTube, 2025.

Aqui, há o fortalecimento da imagem e da presença do influenciador, que atribui a sua importância ao vídeo como tamanha que merece ser destacada na capa do vídeo — principalmente para quem já é espectador frequente ou membro da comunidade do criador de conteúdo e já estabeleceu uma espécie de relação de intimidade (Abidin, 2021; Ladhari et al, 2020) com ele, mesmo que assimétrica e aparente. Esse recurso ainda consolida a pessoa como referência, autoridade na publicação sobre o tema e, portanto, como um analista a ser levado em consideração. Em alguns casos, a própria expressão do criador de conteúdo traz uma expressão autoconfiante, que ressalta a sua presença.

O segundo aspecto ligado ao ethos mais identificado ao longo da análise envolve o texto curto junto da imagem em miniatura (Fig 2). Em alguns casos, ele é construído de modo a sugerir que haverá algum tipo de revelação bombástica ao longo do vídeo, o que pode ou não acontecer, visto que algumas das imagens apresentam um aspecto sensacionalista e ‘caça-cliques’ nem sempre compatível com a verdade. Esse elemento foi encontrado em quatro canais: Questione-se, Verdade Política, Henry Bugalho e João Carvalho — todos os canais aplicam algum texto na imagem em miniatura, mas alguns não contribuem para a construção de imagem do youtuber.

Figura 2 – O texto como contribuição para o ethos



Fonte – Autor com base no YouTube, 2025.

Aqui, o influenciador se posiciona como detentor de certos conhecimentos e alguém que merece ser ouvido. O canal Questione-se, por exemplo, trata de política internacional e teorias da conspiração envolvendo religião e extraterrestres, com textos que sugerem que o vídeo, ao ser assistido, trará uma resposta satisfatória. Já o canal João Carvalho constrói o próprio ethos a partir de outra aplicação do texto. Esse elemento escrito tende a ser mais extenso e de ares acadêmicos, dando a ideia de transmissão de conhecimentos conceituais complexos a partir de alguém que entende do assunto.

Em alguns casos, nem mesmo esse recurso é necessário: o próprio nome do canal pode remeter ao ato de se informar, dando ao criador de conteúdo o status de alguém que informa, esclarece ou analisa. É o caso do próprio Questione-se, além de Verdade Política e Te atualizei.

Nesses casos, circulam as ideias de que você é convidado a fazer reflexões sobre um assunto, saberá o que é legítimo e ficará informado sobre certos acontecimentos. Já o canal Meteoro Brasil usa uma abordagem diferente: além da logo, há o uso frequente das expressões “exclusivo” ou “ao vivo” nas transmissões, o que traz a sensação de consumo de uma cobertura sempre bem informada e em tempo real. Dessa forma, os youtubers também se estabelecem como fontes alternativas de informação em relação a veículos tradicionais de mídia, uma característica bastante notada (embora não exclusiva, como se nota por esta base de dados) de influenciadores digitais conservadores (Lewis, 2019).

Por fim, Nando Moura apresenta um ethos particular e que difere dos demais canais. Em vez do posicionamento como um analista político gabaritado, ele é o que mais investe no papel de influenciador despojado e irreverente. Isso, porém, é mais notado nos aspectos emocionais.

Em relação ao *pathos*, as imagens em miniatura foram observadas na perspectiva das emoções possivelmente sugeridas ou despertadas no auditório de acordo com a intenção do youtuber. Esses elementos podem intensificar uma reação ou até ocasionar a mudança de perspectiva do espectador, auxiliando no encaminhamento à persuasão na medida em que facilita ou reforça a absorção de um argumento apresentado (Figueiredo, Júnior, 2020). Assim como no caso da moldagem do caráter do criador de conteúdo, os aspectos de imagem, cor e texto contribuem para as provas retóricas de *pathos* — inclusive ao "preparar" o espectador com antecedência (antes do clique e da apresentação do conteúdo) e sugerir um clima prévio dos sentimentos suscitados no vídeo.

Assim como na construção do caráter e da imagem, a presença do youtuber na imagem em miniatura também contribui para o apelo emocional do conteúdo (Fig 3). Aqui, porém, a contribuição se dá em especial a partir da expressão facial da pessoa, para além da mera presença: em muitos dos casos, o criador sugere antecipadamente emoções a serem atribuídas ao auditório a respeito do vídeo, mesmo antes do clique. Em alguns casos, essas expressões são caricaturais ou exageradas, evidenciando qual será a abordagem emocional do vídeo pelo influenciador.

Figura 3 – O rosto do youtuber como contribuição para o pathos



Fonte – Autor com base no YouTube, 2025.

Na análise, foram identificadas thumbnails em cinco dos canais (Nando Moura, Te atualizei, Questione-se, João Carvalho, Ian Neves) com o youtuber apresentando expressões que incluem deboche, raiva, indignação e dúvida ou surpresa. Nos dois primeiros casos, os próprios criadores fornecem uma prévia das emoções despertadas ao longo do vídeo — o fato a ser relatado é revoltante ou tão peculiar que é tratado com bom humor, por exemplo, ou há o despertar de um convite a partir da

curiosidade. Todas essas emoções têm um objetivo em comum além da persuasão: o espectador é instigado a saber o que levou o criador de conteúdo a reagir de tal maneira e a clicar no vídeo.

Quando não há o rosto do youtuber na imagem de miniatura, as próprias figuras retratadas tendem a apresentar expressões faciais ou gestos que indicam emoções ao auditório e também sugerem qual será o enquadramento ou a linha de raciocínio a ser seguida pelo vídeo (Fig 4). Os canais Verdade Política, Te atualizei (a exceção da lista, pois a influenciadora também aparece nas imagens), Henry Bugalho e Meteoro Brasil utilizam dessa estratégia.

Figura 4 – Personalidades políticas como contribuição ao pathos



Fonte – Autor com base no YouTube, 2025.

Nos canais analisados, destaca-se a figura do presidente Lula entre as imagens de youtubers conservadores como elemento principal das imagens, também com a presença frequente de Alexandre de Moraes, ministro do Supremo Tribunal Federal (STF), como figura opositora.

O ex-presidente Jair Bolsonaro, o ministro da Fazenda, Fernando Haddad, o deputado federal Nikolas Ferreira e o general Braga Netto — vice de Bolsonaro nas eleições de 2022— são outras figuras políticas nas miniaturas dos vídeos, em especial pela frequência com que viraram notícia no período do recorte. Aqui, os efeitos podem ser variados e dependem de uma compreensão do contexto para o entendimento da estratégia persuasiva: em vídeos a respeito da alta do dólar, por exemplo, uma imagem de Lula com uma expressão feliz sugere a incompatibilidade da emoção com o momento ou que o político estaria satisfeito com a má performance da moeda brasileira. Em outro caso, o ministro

Luís Roberto Barroso, do STF, é mostrado com uma expressão séria em uma imagem de vídeo que analisa a sua medida a respeito de câmeras em uniformes de policiais, sugerindo austeridade e solidez.

O texto contido nas imagens em miniatura também possui elementos retóricos que contribuem para o despertar de emoções (Fig 5). Nos materiais analisados, as palavras e frases usadas geralmente complementam ou explicam o contexto das expressões faciais também presentes nos vídeos. Esse material linguístico pode agir como uma espécie de subtítulo do clipe ou ser composto por um trecho de fala contido no vídeo, sejam aspas do próprio youtuber ou dos protagonistas políticos envolvidos.

Assim, os textos contribuem para a construção de um clima de alerta, urgência ou proximidade de eventos de extrema importância. Em outras imagens observadas, eles enaltecem o conteúdo em tom debochado, tratado com humor ou ironia. Outra aplicação é a de indignação, com termos que sugerem que um acontecimento é revoltante, merece atenção ou pode piorar determinada situação.

Figura 5 – O texto como contribuição ao pathos



Fonte – Autor com base no YouTube, 2025.

O pathos também é acionado também a partir de outros elementos visuais eventualmente adicionais na imagem em miniatura (Fig 6). Esses símbolos são setas, círculos ou até emojis⁴ que, de forma às vezes sutil, complementam a construção da carga emocional dessas ilustrações.

Na forma de setas ou círculos, os símbolos evidenciam um elemento da imagem ou sugerem conexões ou respostas para mistério — como a relação entre duas pessoas ou entre alguém e um objeto.

⁴ Figuras digitais que representam objetos, pessoas ou situações da realidade — como expressões faciais, animais, profissões, bandeiras e outros itens. Muito usado em aplicativos de mensagens e redes sociais.

Em um dos casos do canal “Questione-se”, círculos são usados para destacar e apontar objetos voadores não identificados no céu, enquanto uma seta na cor vermelha conecta eles à imagem de um drone.

Já o canal Henry Bugalho se notabiliza pelo uso do símbolo “VS.” em alguns vídeos, redução de versus utilizado para separar dois oponentes em uma luta ou competição. Esse elemento visual sugere embates diretos ao posicionar figuras em lados opostos. Por fim, é também notável o uso do preto e branco na coloração de alguns elementos das imagens. O tom nem sempre é o de conotação negativa para quem está listado como monocromático, mas há uma clara intenção de organização e divisão — seja de espectro ideológico ou lado em uma disputa.

Figura 6 – Símbolos e outros recursos como contribuição ao pathos



Fonte – Autor com base no YouTube, 2025.

Em termos visuais, nota-se uma identidade padronizada nas thumbnails de grande parte dos perfis, com elementos repetidos ao longo dos vídeos: cores de fundo, fontes de texto e a ordenação de elementos visuais. Isso cria uma sensação de familiaridade para o espectador, que reconhece um conteúdo do influenciador inclusive pela imagem. Além disso, no recorte observado, não há um padrão entre youtubers conservadores e progressistas. Certos elementos parecem preferidos pelos canais — Lula como figura principal e a sensação de urgência, no caso dos conservadores, ou a abordagem de conteúdos acadêmicos mesclados com comentários de acontecimentos recentes em alguns canais progressistas. Porém, a observação aqui proposta não é o suficiente para uma comparação.

O que se encontra na maioria dos vídeos envolve recursos que contribuem parcialmente para a persuasão. Há figuras protagonistas do vídeo aparecendo nas imagens em miniatura com maior frequência e, em alguns canais, compartilhando esse espaço com a figura do próprio youtuber. Já o

texto adicionado pode ser curto ou longo e explicativo, a depender do conteúdo abordado — seja como um resumo do tema ou aspas de alguém envolvido no clipe. Símbolos, emojis e edições ou montagens são relativamente frequentes, indicando a relação ou o antagonismo entre elementos.

CONCLUSÕES

O presente estudo busca compreender como influenciadores digitais de política e que atuam no ambiente brasileiro do YouTube utilizam as imagens em miniatura de um vídeo para a construção retórica de um discurso, especificamente por aspectos de caráter ou autoimagem (ethos) e emocionais (pathos). Ao avaliar as capas de oito canais e de diferentes espectros políticos, confirma-se que a essa imagem prévia é um elemento importante não só na atração do clique, mas no processo persuasivo.

Primordialmente, a imagem em miniatura trabalha como a essência ou resumo do vídeo, uma prévia ou um convite ao clique. Sendo um dos elementos da economia de atenção da plataforma, as táticas de atração são muito similares às de outras áreas do YouTube e não se restringem ao vídeo de política. Essas armas incluem o uso de textos curtos chamativos, iscas de engajamento a partir de imagens, recursos visuais intrigantes e a figura do youtuber reagindo ao próprio conteúdo. Porém, foi possível também notar que essas ilustrações integram um conjunto multimodal de elementos persuasivos de um vídeo no YouTube, composto também pelo vídeo em si e o discurso do influenciador, e futuros estudos podem ajudar a compreender a conexão dessas dimensões.

Nos casos observados, nota-se que as imagens são planejadas e executadas com uma ideia em mente, não apenas trechos estáticos do vídeo inseridos de forma descompromissada. A padronização do design e a repetição de elementos contribui para a criação de uma identidade visual para o canal, o que representa também o ethos de profissionalização ou expertise aparente (Ladhari et al, 2020).

Ao longo da análise, as perguntas que norteiam a pesquisa foram respondidas. As imagens contribuem para a construção retórica a partir do fortalecimento da imagem do criador de conteúdo, e também como uma prévia de emoções e pontos de interesse tratados ao longo do vídeo. Assim, elas auxiliam na construção do argumento de um influenciador digital, em especial graças a certos recursos visuais. A presença do youtuber na imagem é um elemento importante, notado com frequência relevante na medida em que contribui para a persuasão via ethos e pathos do discurso.

Para além das imagens, os elementos textuais nas miniaturas também integram a persuasão do discurso. Em muitos casos, eles complementam a mensagem dos elementos imagéticos, reforçando um aspecto emocional como celebração ou indignação. Já os elementos visuais adicionais servem para complementar o discurso, guiando visualmente o espectador. Setas apontam conexões entre objetos ou destacam uma figura da ilustração, enquanto alguns elementos sugerem um combate entre dois lados.

Em termos estéticos e de estratégias de atração de espectadores, tanto os criadores de conteúdo progressistas quanto os identificados com o conservadorismo adotam técnicas similares de visibilidade, sem diferenças bruscas ou um padrão característico de determinada ideologia. A disputa pela atenção e priorização do algoritmo do YouTube independe do posicionamento político: todos seguem regras em um mesmo espaço. Não se trata, porém, de uma posição de igualdade ou democracia, mas da necessidade de jogar pelas normas estabelecidas, mutáveis e pouco detalhadas de uma plataforma.

Essa é uma análise a partir dos princípios da Retórica Visual de Foss (2004) que convidam a um estudo mais aprofundado. Uma das limitações envolve a ausência de comparações detalhadas entre canais de diferentes espectros políticos e a observação de outros elementos visuais, como o cenário adotado pelo youtuber. Deve-se ainda levar em conta que as ilustrações sozinhas dificilmente são o suficiente para passar uma mensagem completa, argumentar ou agir de modo a convencer um espectador. Esse, porém, não é o objetivo desse material em miniatura — um convite ao clique que traz uma carga persuasiva e participação parcial no processo retórico nestes conteúdos multimodais.

REFERÊNCIAS

- Abidin, C. (2021). Influenciadores digitais, celebridades da internet e “blogueirinhas”: uma entrevista com Crystal Abidin [Entrevista a Isaaf Karhawi]. *Intercom - Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*, 44(1), 289–301.
- Allocca, K. (2018). *Videocracy: How YouTube is changing the world with double rainbows, singing foxes, and other trends we can't stop watching* (1ª ed.). Bloomsbury.
- Amossy, R. (2011). *Imagens de si no discurso: A construção do ethos* (2ª ed.). Contexto.
- Beiguelman, G. (2020). *A pandemia das imagens: retóricas visuais e biopolíticas do mundo covídico*. *Revista Latinoamericana de Psicopatologia Fundamental*, 23(3), 549–563.
- Burgess, J., & Green, J. (2018). *YouTube: Online video and participatory culture* (2ª ed.). Polity Press.
- Catão Vereş, D. (2020). *Persuasive discursive elements in the public relations campaign of image reconstruction: Logos, ethos and pathos*. *European Journal of Law and Public Administration*, 7(1), 43–49.
- Dijk, J van. (2013). *The culture of connectivity: A critical history of social media*. Oxford University Press.
- Figueiredo, M. F., & Júnior, V. (2020). Uma incursão ao pathos: o método aristotélico de descrição das paixões e a relação hierárquica delas emanada. In *Inteligência retórica: o pathos*. Blucher.
- Finlayson, A. (2021). Neoliberalism, the alt-right and the Intellectual Dark Web. *Theory, Culture & Society*, 1–24.
- Foss, S. (2004). *Theory of visual rhetoric*. In *Handbook of Visual Communication* (1ª ed.). Routledge.
- Gomes, W. (2018). *A democracia no mundo digital: História, problemas e temas*. Edições Sesc São Paulo.

- Gualberto, C., Brito, R., & Pimenta, S. (2021). *Semiótica social, multimodalidade e YouTube: um estudo de caso sobre projeções de identidade*. *Texto Digital*, 17(2), 6–34.
- Ladhari, R., Massa, E., & Skandrani, H. (2020). *YouTube vloggers popularity and influence: The roles of homophily, emotional attachment, and expertise*. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 54, 1–11.
- Lewis, R. (2019). “This is what the news won’t show you”: YouTube creators and the reactionary politics of micro-celebrity. *Television & New Media*, 1–17.
- Lilleker, D., Veneti, A., & Jackson, D. (2019). Introduction. In A. Veneti, D. Jackson, & D. G. Lilleker (Eds.), *Visual political communication*. Palgrave Macmillan.
- Mateus, S. (2018). *Introdução à retórica no século XXI*. LabCom.IFP.
- Meyer, M. (2007). *A retórica*. Ática.
- Miles, C. (2023). Visual rhetoric and the analysis of persuasive political communication. *Political Science and Public Policy*, 2–14.
- Oliveira, A., Leite, B., & Marques, R. (2021). As novas direitas no Brasil e as estratégias de comunicação política nas mídias sociais. *Em Tese*, 18(2), 245–269.
- Poudel, D., Cakmak, M. C., & Agarwal, N. (2024). Beyond the click: How YouTube thumbnails shape user interaction and algorithmic recommendations. *Proceedings of 16th International Conference on Advances in Social Networks Analysis and Mining (ASONAM)*. Calabria, Italy.
- Reboul, O. (2004). *Introdução à retórica*. Martins Fontes.
- Reis, R., Zanetti, D., & Frizzera, L. (2020). *A conveniência dos algoritmos: o papel do YouTube nas eleições brasileiras de 2018*. *Revista Compólitica*, 10(1), 35–58.
- Romancini, R., Zambom, L., & Sanchez, N. (2024). Youtubers do mundo, uni-vos: comparação exploratória entre criadores brasileiros e o BreadTube. In *Anais do 33º Encontro Anual da COMPÓS (V. 33)*. Niterói.
- Sagheer, I., Yasir, A., Safdar, U., & Shareena. (2024). Decoding the visual language: A semiotic analysis of YouTube thumbnails. *Pakistan Islamicus*, 4(3), 67–85.
- Scaff, H. (2024). Decodificando as affordances entre o YouTube e os criadores de conteúdo [Dissertação de Mestrado, Universidade de São Paulo].
- Stokel-Walker, C. (2019). *Youtubers: How YouTube shook up TV and created a new generation of stars*. Canbury Press.
- Weismueller, J., & Harrigan, P. (2021). Organic reach on YouTube: What makes people click on videos from social media influencers? In F. J. Martínez-López & D. López López (Eds.), *Advances in Digital Marketing and eCommerce*. DMEC.
- Zahra, F. (2021). Visual rhetoric: Framing the methodology for truck visuals through visual rhetoric theory and rhetorical appeals. *Journal of Innovation, Creativity and Change*, 15(9).



A presença e a comunhão para todos: a “ética” do Primeiro Comando da Capital como elemento argumentativo

Álvaro de Souza Vieira
Universidade de Franca
E-mail: designalvaro@yahoo.com.br

Resumo: No contexto brasileiro, a organização criminosa Primeiro Comando da Capital, o PCC, tem demonstrado uma relação de valor perante os seus integrantes, produto do desenvolvimento de uma estranha, mas, notória empatia. Em especial identificação, pelo “jeito do crime”, sugere uma razoabilidade moderada pelos discursos de *igualdade, liberdade, paz e justiça*, capazes de nortear comportamentos morais. Em exame acerca da constituição ética referenciada pelo PCC, ao ter em vista a utilidade dos expedientes retóricos na produção de discursos, por intermédio da comunicação estabelecida no regimento “estatuto do PCC”, objetivamos identificar e analisar as *figuras* de retórica da *presença* e da *comunhão*. Por ser o “estatuto” uma nota de regra para o grupo, investigamos *se e como* o PCC propõe a apreensão de uma *lógica do valor* por meio da emissão de “virtudes”, as quais funcionam como ações, normas, medidas e procedimentos para a proteção orgânica do grupo. Para proceder a uma observação pormenorizada da discursividade posta no citado expediente, assim como compreender como o normativo aponta para a permanência ou não de noções centrais da configuração ética de Aristóteles, recorreremos ao arcabouço da argumentação. A evidência das *figuras* da neoretórica se mostraram como recursos argumentativos, geradores de valor e convicção para um auditório de faccionados.

Palavras-chave: Retórica. Ética. Argumentação. Primeiro Comando da Capital. Organização criminosa.

Abstract: In the Brazilian context, the criminal organization Primeiro Comando da Capital, or PCC, has demonstrated a system of values among its members, a result of the development of a strange yet notable sense of empathy. Particularly through identification with the “way of crime,” it suggests a moderate rationality grounded in discourses of equality, freedom, peace, and justice—discourses capable of guiding moral behavior. In examining the ethical constitution referenced by the PCC, and considering the usefulness of rhetorical strategies in the construction of discourse through the communication established in the “PCC statute,” our objective is to identify and analyze the rhetorical figures of presence and communion. As the “statute” serves as a set of rules for the group, we investigate whether and how the PCC proposes the apprehension of a value logic through the promotion of “virtues”, which operate as actions, norms, measures, and procedures for the organic protection of the group. To conduct a detailed observation of the discourse embedded in this document, and to understand how the norms reflect the persistence or absence of central notions from Aristotle’s ethical framework, we draw on the theoretical foundations of argumentation. The evidence of neo-rhetorical figures appears as argumentative tools that generate value and conviction for an audience composed of faction members.

Keywords: Rhetoric. Ethics. Argumentation. Primeiro Comando da Capital. Criminal Organization.

INTRODUÇÃO

As organizações criminosas têm demonstrado uma relação de valor perante os seus agregados, produto do desenvolvimento de uma estranha, mas, notória empatia. Neste domínio, pelo “jeito do crime” — em que se pese, legitimado e consensual às partes —, na perspectiva de prevenção perante ações adversas, o Primeiro Comando da Capital (PCC) sugere uma razoabilidade pautada pelos discursos de igualdade, liberdade, paz e justiça, capazes de nortear comportamentos morais admitidos pela integralidade dos integrantes¹ do grupamento.

Nisto, por meio de um exame teórico-analítico, ao ter em vista a utilidade dos expedientes éticos e retóricos na produção de tais discursos, objetivamos identificar e analisar as figuras de retórica da presença e da comunhão, ao ter por auxílio literaturas que abordem a temática aludida, tais como Aristóteles (2005, 2007, 2015, 2016), Ferreira (2020), Meyer (2007), Reboul (2004), Tringali (2014), Mateus (2018), Perelman e Olbrechts-Tyteca (2014), entre outros, acerca da constituição ética discursivamente referenciada pelo organismo PCC. Por intermédio da comunicação estabelecida no regimento autodenominado “estatuto do PCC”, a norma mor do coletivo, investigamos se e como o grupo propõe a apreensão de uma lógica do valor por meio da emissão de “virtudes”², estas que

¹Afiliados, agremiados, membros, *comandeiros* ou qualquer expressão que conote indivíduos como pertencentes oficiais de um grupo estruturado – conceito do autor.

² Em nossa investigação, para evitar interpretações equivocadas, verificamos a necessidade da adoção de uma regra. Em se tratando de um tema voltado ao contraditório universo da criminalidade, em relação aos aspectos peculiares do PCC, particularmente, **quando analisados em relação à ética de Aristóteles, em alusão à citada**

funcionam como ações, normas, medidas e procedimentos para a proteção do grupo. Ao longo da história atual, se avaliarmos que a ideologia do crime se tornou um nicho explorado pelo PCC, tem-se que este dota seus membros de hábitos e práticas comuns e em causa própria. Tais mecanismos são transformados em específicas e rígidas normas internas (um “estatuto”). São recortes de nossa pesquisa de dissertação de Mestrado em Linguística, e que, oportunamente, pretendemos publicar em outras frações. Sugerimos fortemente a leitura integral³ do trabalho.

A fim de atribuir plausibilidade aos resultados, por meio do manejo das figuras da nova retórica, buscamos compreender como o normativo do PCC aponta para a permanência ou não de noções centrais na configuração da ética aristotélica, em especial. Nisto, através do exercício argumentativo, a verossimilhança aproxima a ética da retórica, isto é, um agir ético depende de um suplemento retórico na persuasão. Ademais, a “ética do crime” é reconhecimento de “virtude”, a alma de um todo, chamado PCC. O discurso do PCC deixa expor possíveis processos argumentativos.

BREVES REFLEXÕES ACERCA DA FUNDAMENTAÇÃO ÉTICA

Anterior ao estagirita Aristóteles (384 - 322 a.C.), na Grécia antiga, a filosofia se subordinava à sabedoria⁴, esta, inculcada não somente pelo conhecimento teórico, mas, sobretudo, daquilo que se ligava à moral. Como condição *sin ne qua non* para a notabilidade de seu caráter, o homem — o centro de todas as coisas — deveria se esquivar do conhecimento outrora empírico a partir da expressão desse conhecimento racional, não abstrato e concretamente expresso. Perante um problema, uma solução é aclamada. Nisso, o homem deveria encaminhar-se em percorrer tal conhecimento, afinal, o seu triunfo dependia da conquista do bem. Nesta exploração da questão ética, o estagirita, por sua vez, interroga tal prerrogativa socrática acerca do saber, em que, o homem, ao racionalizar o que é virtude, também deve conscientizar-se de seus atos a fim de justificá-los.

A ética se notabilizou, trazendo questões acerca do que se conhece sobre o que seja o bem, sobre a vontade em praticá-lo e, por consequência, as possíveis responsabilidades nos resultados. No entanto, desde o mundo antigo até os nossos dias, a análise da ética é examinada por diversos olhares, visto que, a depender da linha privilegiada, os caminhos analíticos serão múltiplos e particularizados. Aristóteles,

teoria, algumas expressões estarão dispostas entre aspas, tais como: ética, virtude e justiça, e, ainda, inteligência. A nossa pesquisa aponta para a verossimilhança. Concordamos com o estagirita, em promulgar que, de forma geral, a ética toca a justiça. Em antagonismo, o injusto não respeita lei, logo, o resultado é uma improbidade e isto não é moral. Portanto, o texto do “estatuto”, apresenta aparência de ética, virtude e justiça, conforme a elaboração aristotélica. Para que não reste nenhuma dúvida, nesse sentido, convém acrescentar uma conclusão.

³Disponível em: <https://repositorio.cruzeirosul.edu.br/jspui/handle/123456789/6216>. Acesso em: 21 mar. 2025.

⁴Os sofistas – aqueles que exercem a sabedoria – foram os primeiros a propor noções sobre virtude (*areté*) entre os séculos V e IV a.C.

preocupado com o mundo natural e material, embrenhou-se em ampliar os estudos da ética, sistematizando-a enquanto objeto finalístico, teleológico, ao promover a integração de tantas áreas de conhecimento, colocando-a numa dimensão prática.

BUSCAR O BEM É O CAMINHO DA FELICIDADE

Segundo a obra de Aristóteles, a *felicidade* é a *atividade da alma* do homem, e, conseqüentemente, um fim último. Isto é *virtude*. Pelo exame da *virtude* ou excelência (*αρετή*), pautado sem Aristóteles (2016, p. 45-46), urge trazer os três estados na alma: acompanhadas de prazer ou dor, têm-se as *paixões* (cólera, medo, audácia, inveja, alegria, amizade, etc.); as *faculdades* (a capacidade de sentir as paixões) e as *disposições* (produto da experiência com as paixões).

Em Aristóteles, a ética e o *bem* caminham lado a lado e este é o fim de todas as coisas. Notadamente, a *felicidade* não se estabelece como uma disposição, e, sim, como uma atividade-fim. Então, além de necessária, a *felicidade* não busca nada além de sua própria atividade, e isso é em decorrência da ação virtuosa experimentada, adquirida pelo *hábito* e pelo exercício da razão (prática).

RELAÇÃO ENTRE RETÓRICA E ÉTICA

Correlacionar a ética com a retórica tornou-se de suma importância. Parece-nos que a aproximação entre uma e outra encontra-se na relação existente de *verossimilhança*, isto é, aquilo que se assemelha à verdade. Somos *seres retóricos*. Segundo Ferreira (2020, p. 12), “todos defenderão com ardor as ‘suas’ opiniões e irão valer-se de uma língua como um lugar de confronto das subjetividades. Provavelmente, chamarão seus pontos de vista de ‘razão’ e suas ‘razões’ de ‘verdade’”.

Pautados em Meyer (2007, p. 21) encontramos uma definição aristotélica para retórica: “é a exposição de argumentos ou de discursos que devem ou visam persuadir”. Ainda, em Barthes (2001, p. 15-16), “[...] ‘a arte de extrair de qualquer assunto o grau de persuasão que ele comporta’”. O autor divide essa *Arte Retórica* em três partes: o *livro I da Retórica* é o livro do orador, ou seja, aquele que transmite a mensagem, cujos argumentos concebidos dependerão da *performance* do orador; o *livro II* é o do auditório, em que as emoções e os argumentos de quem recebe a mensagem são tratados na medida em que são recebidos. Conhecido como o livro da mensagem, o *livro III*, importa o estilo da composição discursiva.

Dado o turbilhão de opiniões que compõe o seio social, a retórica recebe destaque quando privilegia a superioridade de um discurso sobre outro. Por meio do argumento, faz brotar [e florescer] questões éticas; se tudo der certo, convencerá. Ela se alimenta da conveniência, exatamente na luta travada entre o que é racional e o que é afetivo (e que por vezes inaugura estados de contestações). A

experiência de um conhecimento notabilizado pela emissão de juízos de valor, isto é, a existência de uma certa lógica, valoriza a relação entre a ética e a retórica.

TRÊS PROVAS RETÓRICAS

Para que haja um oportuno manejo do discurso retórico, este deverá admitir a presença de algumas habilidades técnicas, as quais, por meio da persuasão, farão com que o orador desenvolva a arte de mover o auditório eleito.

Com efeito, pelo viés do discurso, verifica-se uma comunhão presente na relação estabelecida entre um orador e um auditório: rigorosamente, um emite e o outro recebe. Do ordenamento afetivo, Aristóteles estipula dois tipos de argumentos que visam persuadir, os quais nominou de *ethos* e *pathos*⁵. Para que não incorramos no risco de sermos tidos por distraídos, oportunamente, citamos ainda um outro, o *logos*, relacionado aos aspectos racionais.

Em Aristóteles, um grande sistematizador da retórica, esta se prestigiu como a arte de persuadir através da exposição de argumentos. O estagirita concebia a existência de três *provas técnicas*, as quais dependem da ação do orador para que haja a adesão do auditório. Estas se dividem em provas *lógicas* (o *logos*), que abarcam o discurso, e *psicológicas* (o *ethos* e o *pathos*), personificadas no orador e no auditório, respectivamente, todas elas indispensáveis à constituição discursiva, em especial, pela comunhão que as mesmas exercem. O *ethos* corresponde ao caráter de um orador, a sua imagem perante um discurso enunciado. O *pathos*, trata-se da disposição do auditório em experimentar emoções emitidas pelo discurso. Acerca do discurso, propriamente dito, o *logos*, o discurso em si, potente à argumentação.

A palavra *ethos* é abrangente, polissêmica: o seu significado varia de acordo com o objeto estudado. Para os gregos, trata-se da imagem de si como o resultado de um efeito. Atribui-se à *prova técnica ethos* a capacidade do orador em construir um conjunto de traços comportamentais que o evidenciem como digno, ao ponto de causar uma boa impressão em um auditório apropriado. Mateus (2018, p. 111) constata que “[...] contra a honradez, integridade e nobreza de caráter pouco se pode argumentar”. A dimensão do *ethos* é mais extensiva do que se imagina, e não pode se restringir tão somente no terreno de quem fala: haverá a necessidade de que o auditório se identifique com aquilo que é dito. Teremos que concordar com Meyer (2007, p. 35), a concluir que “o *éthos* é o ponto final do questionamento”.

⁵Amossy (2016, p. 31) informa que as provas *ethos* e *pathos* não são pertencentes à arte retórica, a não ser que sejam produzidas *no* e *pelo* próprio discurso.

Outra dimensão deverá ser acessada, outra de ordem afetiva e que deverá mover as paixões do auditório, fazendo-o experimentar de sentimentos que tornemos argumentos do orador críveis: a instância do *pathos*, dimensão esta que envolve,

(1) as perguntas do auditório; (2) as emoções que ele experimenta diante dessas perguntas e suas respostas; (3) os valores que justificam a seus olhos essas respostas a essas perguntas (Meyer, 2007, p. 40).

“O *pathos* aristotélico, no sentido geral, estaria, pois, relacionado à expressão de um movimento da alma afetada por uma impressão vinda do exterior” (Ferraz, 2015, p. 63). Também, a prova patética diz respeito à afetividade do auditório e suas expectativas, as quais estarão dominadas pelas paixões e emoções: “um orador empático” procura acessar as emoções e sentimentos dos ouvintes. Tais paixões — que se farão expurgadas — poderão ser positivas ou não, a depender da forma como o orador as comunica. Gostamos da expressão icônica de Meyer (2007): “prazer e desprazer”. A expertise do orador em “trabalhar” as emoções de seu auditório a seu favor fundamentará o sucesso persuasivo, pois, o fato de instigá-las afeta diretamente na promoção de juízos (Mateus, 2018).

Já percebeu o quanto lideranças criminosas reclusas são incisivas em seus posicionamentos perante a massa carcerária, notadamente, esses que acendem a opinião pública para assuntos polêmicos e de interesse do universo da criminalidade? Pelo valor argumentativo das paixões, a meta daqueles — os quais tem “caráter” para tal — é tocar, coagir a alma de seu auditório, se reputarmos que as emoções são coisas difíceis de dominar, e, por isso, quando despertadas, tendem a escorregar das mãos da racionalidade. É a *habilidade* exercida pelo orador em atingir, ativar, atrair e prolongar a atenção do auditório, no estabelecimento de um *acordo* (Ferreira, 2020).

E, a articulação racional é materializada no próprio discurso retórico: a prova *logos*. O meio pelo qual um orador alcança o seu auditório concentra-se na instância do discurso. E, admitido isso, no tocante à sondagem da razão⁶, no caminho da investigação discursiva, a ocorrência de tal discurso se dá pela prova retórica lógica, observada no *Livro III* da *Retórica* de Aristóteles, o *logos*⁷, ou seja, *apalavra*, o *discurso*, a *razão*. O *logos* é o discurso em si mesmo, “é o aspecto dialético da retórica” (Reboul, 2004, p. 49).

Em Ferreira (2020, p. 51-52), ao nos debruçarmos sobre o texto, “se estamos preocupados com o ‘como’, valemo-nos do *logos* [...]”, afinal, por ser uma prova conceitualmente lógica, precisamos compreender como esta se expressa. E, se é flexionada como *porta lógica*, tal *prova técnica* assenta-se

⁶ O pré-socrático Heráclito classificava o *logos* como o cerne do dizer e do escutar, a incorporação revelada da verdade de toda uma existência.

⁷ Aristóteles não empregou este termo. Em Reboul (2004, p. 49), trata-se de um termo usado para simplificar tal instância.

na redoma do discurso, que tem como atributo necessário a capacidade de ser demonstrável, de fazer sentido, para que favoreça aquilo que precisa ter de melhor: o seu aspecto persuasivo. O estilo e a composição discursiva deverão se encarregar em transmitir racionalmente os elementos indispensáveis para que nele (no discurso) seja encontrada “verdade” (dissemos verdade para o efeito que queremos, mas é aparente verdade), no caso, a tese advogada pelo orador naquela determinada situação. O que acabamos de dizer encontra guarida no que foi dito pelo estagirita: “[...] a persuasão é afetada pelo próprio discurso quando provamos uma verdade ou verdade aparente por meio de argumentos persuasivos apropriados para cada caso em questão” (Aristóteles, 2007, p. 24). Na conjunção existente entre orador e auditório, o *logos* será responsável pelo produto da operacionalização das poderosas provas afetivas, e que visam à persuasão. A seguir, discutiremos sobre o “autor” do *corpus* em comento: o PCC.

O PRIMEIRO COMANDO DA CAPITAL “RAÍZ”

Para que haja fluidez em compreender aquilo que pedimos licença para chamar de *fenômeno da criminalidade*. Para que possamos atender ao nosso fim, esclarecemos de antemão que, embora se trate de um assunto com viés histórico, político, sociológico, *etc.* — no momento, entre os dedos e na mente de um *retor* —, nossa abordagem tem a lingüística por estrato. Não pretendemos, de forma alguma, promover algo que se pareça com apologia ao crime, absolutamente, tampouco, revestir a pesquisa de informações “instagramáveis”, se considerarmos que a retórica não é *moral* ou *imoral*, mas sim, autônoma e racionalmente peculiar, ou seja, *amoral*. Cuidamos em ter uma honesta compreensão sobre um assunto tão complexo.

Em especial, desde a idealização da investigação, temos prezado por apresentar como *primeira camada* a teoria ética, uma vez que, na liquidez da contemporaneidade, há notáveis divergências sobre aquilo que é moralmente aceito: o que é ética para *Israel*, não o será necessariamente ao *Hamas*, mas ambas são “éticas”. E, nesta esteira, já que a atmosfera da criminalidade é povoada por comportamentos peculiares e extravagantes, para embalar o nosso trabalho, trouxe os ingredientes da retórica [aristotélica], uma vez que entendemos que o exercício retórico tem movido — em persuasão — os comportamentos “jeitosos” de uma comunidade autodenominada PCC.

Com o passar de trinta anos, a organização criminosa passou por intensas modificações nas mais variadas esferas, nomeadamente, no que tange à sua ideologia. Pela ocasião, tivemos o privilégio de participar, em outubro de 2023, de um seminário interagências, ocorrido na cidade paulista de Presidente Prudente. Devemos dizer que foi uma experiência restauradora, mas que, inevitavelmente,

deu vazão a algumas “desconfianças” observadas nos últimos anos, haja vista que algumas peças do *quebra-cabeças* não se encaixavam (chegamos até a pensar que estavam faltando!).

Para o nosso fim, vale esclarecer que, hoje, é fato que não exista somente um PCC, o qual, sem que haja alguma cautela, é amplamente veiculado nas mídias, e, sim, minimamente, quatro, cujas ideologias, princípios e visão da atividade criminosa são — na origem — distintos. Citaremos brevemente essas vertentes, sem maiores aprofundamentos, uma vez que este não é objetivo central de nosso trabalho, embora a distinção importe, em linhas gerais, à discussão que pretendemos empreender. São, pois, eles:

- 1) O PCC convencionado como “raiz”. Em suma, é aquele oriundo do início da década de 1990, cujas bases de “luta” estavam calcadas em combater aquilo que entendiam por “opressão do Estado”, em razão do deficiente tratamento penal dedicado aos custodiados brasileiros;
- 2) um PCC do tipo “ostentação”, em que, por conveniência, após ser liberto do cárcere, o indivíduo se apresenta como fração da organização, mas não segue a ideologia, não honra as normas do grupo criminoso;
- 3) um PCC modal, caracteristicamente patenteado ou “*branding*”⁸ (Vieira; Moreira, 2021), e que, fora do estado de São Paulo⁹, incorpora as características próprias de seu estado de atuação (exemplo: PCC – Primeiro Comando da Capital em Curitiba), e;
- 4) um PCC que “dá lucro”, chamado de “PCC dos empresários”¹⁰. Trata-se daquele perfil de integrante que em nada se parece com aquele “PCC raiz”, mas que, em antagonismo, se rendeu aos pilares do capital e visa ao lucro desmedido por meio da promoção de atividades ilícitas.

Veja-se que, dos itens de um a quatro, após três décadas de “surgimento”¹¹, verificamos um grupo criminoso com bases e nichos de atuação bem distintos, embora todos se conduzam para características delinquentes. O próprio *corpus* é original dessa época e reflete os anseios e paradigmas do PCC.

⁸ Para o nosso fim, uma franquia que funciona para os ideais do crime.

⁹ Para o PCC “clássico”, as decisões que devem ser tomadas devem ser anteriormente reportadas ao PCC em São Paulo, sob pena de punição. Isto não ocorre, por exemplo, com o Comando Vermelho (CV) ou Comando Vermelho Rogério Lemgruber (CVRL), antiga Falange Vermelha. Cada filial constituída nos estados tem sua própria autonomia.

¹⁰ É comum em nossos dias encontrar literaturas que cravam o PCC como um “PCC capitalista”, em que, embora reclame os ideais de igualdade, liberdade, etc., não se manifesta mais com “perspectivas revolucionárias”.

¹¹ Historicamente, fala-se na data de 31 de agosto de 1993 como o marco de “inauguração” do PCC por meio de uma partida de futebol em uma Unidade Penal de Taubaté/SP. Contudo, é só um emblema. Os motivos são bem mais antigos (e mais graves).

Como já dissemos, a origem do PCC foi no estado paulista. No subtítulo, o termo *surgimento*¹³ está entre aspas, e nós explicaremos o motivo. Embora a história paralela conte que o grupo criminoso tenha recebido em 31 de agosto de 1993, digamos, uma *abdução* daquelas que só o esporte¹⁴ oferece, o PCC estabeleceu uma liderança a partir do cárcere, em que indivíduos considerados de alta periculosidade passaram a exercer influência (por vezes, subversiva e negativa) também em outras unidades penais do estado de São Paulo. A motivação não era uma notícia novíssima.

Ao que tudo indica, os “perrengues” a partir do cárcere, as negligências e o aumento da violência institucional foram alavancas para o fortalecimento de grupos de presos, insatisfeitos com a política carcerária praticada. Parece-nos que houve a percepção de uma oportunidade de tentativa, instauração e exercício de um poder alternativo¹⁵: uma [nova] configuração social, o que fez viralizar uma tendência. A noção de pertencimento também é um fato notado. Portanto, apresentamos o PCC como *uma outra coisa*. De algum tempo para cá, já não convenciamos a expressão *poder ou estado paralelo* quando tratamos acerca de crime organizado, e, sim, a proposta de um *poder apartado*¹⁶, espécie de “reconfiguração alternativa para deliberar”, ao mobilizar condições, normas e critério sem causa própria.

A partir de uma compilação das reflexões de Dias (2011), Dyna (2020) e Vieira e Moreira (2021), entendemos que, nessa estruturação expansionista, o grupo criminoso passou por algumas etapas, as quais caracterizaram as formas de atuação da organização com o passar dos anos, e que procuraremos representar, a seguir:

¹²Item 7 do “estatuto” do PCC.

¹³ Biondi (2009, p. 49) esclarece-nos que a criação do PCC inaugurou o fim de um tempo em que imperava uma guerra de todos contra todos.

¹⁴ Num dia de campeonato futebolístico, oito custodiados/fundadores, entre eles, José Márcio Felício (vulgo “Geleão”), Cezar Augusto Roriz (vulgo “Cezinha”), Idemir Carlos Ambrósio (vulgo “Sombra”), e o maisicônico, Marcos Willians Herbas Camacho (vulgo “Marcola”), se uniram para investir fisicamente contra custodiados inimigos na Casa de Custódia e Tratamento de Taubaté, o que teria resultado em duas mortes. Posteriormente, foram conseguindo arregimentar apoio em outros estabelecimentos prisionais paulistas. Tal crise teria sido a *gota d’água* para o início de uma reivindicação mais incisiva contra as mazelas existentes no sucateado sistema penal brasileiro, como também uma forma de protestar contra o famigerado episódio conhecido por *Massacre do Carandiru*, ocorrido em 02 de outubro de 1992 – Casa de Detenção de São Paulo.

¹⁵ Registramos nosso apreço pela expressão cunhada por Biondi (2009, p. 54) ao analisar os posicionamentos de Adorno e Salla (2007) e Santos (2007), em artigos contidos no dossiê *Crime Organizado*, do Instituto de Estudos Avançados da USP. A pesquisadora classifica o PCC “como uma cópia mal feita do Estado [...] dotada de uma cadeia de comando que, entretanto, é mais eficiente que a estrutura estatal porque não depende dos enlaces burocráticos a que está amarrado o Estado”.

¹⁶ Poderíamos utilizar a expressão “poder paralelo” (e já usamos, no artigo *Análise de Inteligência: das ações ideológicas disciplinares e correccionais promovidas pelo Primeiro Comando da Capital*, em 2021), como muitos autores fazem. Contudo, hoje, ela nos soa inapropriada, haja vista que, de cunho paralelo em nada poderia ser referenciada, pois, ao ter o crime por opção, a ORCRIM age como se não estivesse sob a égide da lei, e isto é inverídico (conceito do autor).

Quadro 1: Etapas de expansão do PCC a partir de 1993

Etapas	Características
1993 – 2001 (fase prisional)	Constituição; anonimato; expansão do grupo com características violentas; exercício ideológico de um poder simbólico.
2001 – 2006 (fase da transição)	Expansão institucional da ORCRIM; reorganização; consolidação; disseminação e repressão.
2006 – 2012 (fase da expansão)	A hegemonia no mundo do crime; consolidação de uma nova figuração social no cárcere; “pacificação” do conflito com o Estado; democratização do grupo.
2012 – 2016 (fase de reestruturação)	Retomada “organizada” da ideologia e dos conflitos violentos; ruptura com o CV; princípio de abertura das fronteiras comerciais internacionais.
2017 – atual (fase da internacionalização)	Reconfiguração das relações de poder; intensificação dos conflitos nas fronteiras com países limítrofes; desenvolvimento da liderança pessoal e empresarial.

Fonte: Elaborado pelo autor, com base em Dias (2011), Dyna (2020) e Vieira e Moreira (2021).

A “VIRTUDE” ESTÁ EM SER ALTERNATIVO: A QUEDA DE BRAÇO COM O PODER PÚBLICO

A consciência coletiva entre os reclusos se intensificava. Os interesses da massa carcerária já não podiam mais ser silenciados, se considerarmos que uma luta para a conquista de reivindicações, bem como a dignidade para que as penas privativas de liberdade fossem cumpridas havia sido iniciada. E isto corresponde a um viés político.

Com efeito, nos anos de 1990, notadamente, com o advento da fundação e do crescimento do PCC¹⁷, os formatos reivindicatórios apresentados pela massa carcerária eram manifestos por meio da violência das rebeliões. E não é totalmente verdade que tais atos subversivos eram as [únicas] vozes a denunciar as péssimas condições da pena. Tratou-se de uma oportunidade de reconfigurar as relações de poder, ao instrumentalizar uma força ideológica resistente contra o poder público. Mais, era patente a máxima do grupo criminoso pela “luta contra o opressor”, em que, quaisquer reclusos que se identificassem por terem sido lesados pela “máquina pública”, a dita “violência simbólica”, eram bem-vindos à unidade daqueles que compunham a ORCRIM PCC. Este seria o ideal a ser buscado e que, exatamente, tornava justas as suas ações.

¹⁷ Pelo ensejo, a nomenclatura PCC só teria sido revelada a partir de 1997 e por meio de uma matéria atribuída à jornalista Fátima Souza. Antes, de acordo com Biondi (2009, p. 50), os reclusos faziam menção “a uma fraternidade, um comando que se espalhou pelas cadeias”.

O crime organizado, a exemplo do PCC, alimenta-se da *ideia* de uma “ética” voltada ao crime, em que a valoração da “palavra” e do *debate* para lançar ideias e sanar pendências são franqueados. Incumbe-se por tornar real os movimentos de combate à “opressão” promovida pela administração pública e pelos ditos inimigos, a fim de criar uma teia de fortalecimento nas relações junto aos seus membros e ao cenário do crime em geral. “A luta” e/ou “a guerra” ocorrerá motivada por um discurso em “defesa dos oprimidos”: “2. Lutar sempre pela paz, justiça, liberdade, igualdade e união, visando sempre o crescimento da organização, respeitando sempre a ética do crime” (Rizzi, 2018).

O resultado experienciado historicamente demonstra que, embora no princípio a “luta” estivesse voltada em combater a “opressão” da máquina estatal, em especial, em face de negligências e abusos a partir do cárcere, tais aspectos tomaram uma proporção de cunho existencialista. O PCC instrumentalizou uma forma de ver e pensar o mundo, tal qual um caminho a ser percorrido, atrás de ideais personificados pelo grupo. A isto, dá-se o nome de “ética”¹⁸ (Biondi, 2013).

Desse modo, a ética permeia o *certo* a ponto de só existir em conjunção com ele, mediante amplo controle sobre qualquer fator que desvie, afaste ou desvirtue a busca pelo *certo* (Biondi, 2014, p. 278).

A [OUTRA] “JUSTIÇA”

O nosso objeto de pesquisa foi estruturado a partir dos anseios do grupo. Pela deixa, nos apressamos em dizer que a noção de “justiça” retratada no normativo, além dos demais lemas oficiais que norteiam o PCC, são, digamos, caros à organização.

Agir com “justiça”; percorrer a “justiça”; alcançar a “justiça”, lutar contra as injustiças, são temas recorrentes nas falas de faccionados. Perfaz todo o aparato ideológico do grupo. Aquele que busca o exercício da “justiça”, executa a atividade “ética”. A “justiça” os fará, também, felizes, fatores do “bem”, e isto, em Feltran (2018, p. 285), “[...] é o certo de modo definitivo em cada caso”.

É um caso peculiar de mensagem endereçada a um destinatário certo. Biondi (2014) ensina-nos que, durante a sua pesquisa, observou que o PCC se utilizava de um “vocabulário humanista e legalista”, quando, por exemplo, apresentava as mazelas do cárcere, em que reclusos eram vítimas personificadas de um estado de sofrimento, este, ofertado pelo poder público. Tal comportamento viabilizava a sensibilização daqueles que tinham contato com tal narrativa, o que, consequentemente, angariava adeptos para as suas “lutas”.

Falamos, então, sobre uma justiça que anseia pelo cumprimento de demandas que envolvem direitos, basicamente. Uma outra diz respeito às nuances envoltas num universo estritamente convencionado

¹⁸ Acrescentamos aspas por nossa conta. Biondi, em sua tese *Etnografia do movimento: território, hierarquia e lei no PCC* (2014), advoga que, na atualidade, tudo aquilo que, para o grupo criminoso, é tido por “ética”, existe para preservar a sua *disciplina*. Esta é guardiã dos ideais do PCC, portanto, é o *certo*.

pela criminalidade¹⁹. Isto é, a comunhão ideológica verificada internamente no grupo faccionado, no acordo de que *a luta é pelo certo*; se *o crime é o certo*, é portanto, o “justo”. Em dada *situação*, se o *certo* foi alcançado, a “justiça” foi feita, e ela é *a disciplina*²⁰. Este é o esquema metodológico apreendido.

Justiça é o combate na luta pelos nossos direitos, pelo nosso respeito, **por tudo que no crime é justo e certo**. Lutar pela Justiça, é empenhar-se na conquista dos nossos espaços, respeitando para sermos respeitados (Rizzi, 2019, grifos nossos).

Mais ainda, a *cereja do bolo* para o PCC é que tal noção de *justiça* seja em relação ao outro (aos integrantes, aos familiares, à comunidade de ingerência, etc.), mas que, na perspectiva de um *ethos* ampliado, também, é para si. Ao ser “a mais forte dentre as virtudes” (Aristóteles, 2016, p. 113), a *justiça* se comporta como qualidade antagônica ao *vício*.

A noção de *justiça* é reiterada todo o tempo. Com frequência, temos destacado a expressão *certo* e/ou *pelo certo*. Há momentos em que ela é examinada em harmonia com os anseios do grupo: “*pelo certo*, queremos justiça”. Em outros, o PCC simplesmente conforma-se com o que é socialmente firmado como *justiça*. Ora, a ambigüidade apresentada nos permite dizer que se as reivindicações do PCC são direcionadas para acessar a Justiça (e que é promotora da *justiça*), de acordo com Biondi (2014), não se trata de uma ação *pelo certo* (isto é, aos liames do crime), e, sim, uma forma de protestar, para que o poder público cumpra com as suas obrigações legais. O crime diverge da lei, mas, por ideologia, na *luta pelo certo*, o PCC não age por vício, e sim, por “virtude”, característica esta que, em Aristóteles, encaminha o indivíduo à conquista da *felicidade*, e que, outra vez diremos, é o maior *bem*.

A seguir, falaremos de nosso *corpus*, o “estatuto do PCC”. Escrito em uma época propícia, de acordo com as necessidades e motivações apresentadas ao longo da história, a organização do “estatuto” seria de autoria sabida ou conhecida ou declarada do PCC. Não há registro cartorial. É constituído de dezoito itens, e é amplamente veiculado na comunidade de integrantes do PCC, ao servir-se de *bula* ao grupo criminoso para a tomada de decisões *pelo certo*.

O “ESTATUTO DO PCC” SEPARA O HOMEM FELIZ DO INFELIZ

¹⁹ Tais noções são percebidas e referenciadas pelo grupo. Contudo, indiretamente, no macro e na prática, por vezes, a sociedade civil organizada é quem “paga a conta”. Exemplo: “por ‘justiça’, queimamos ônibus e depredamos repartições públicas”.

²⁰ Para Biondi (2014), no PCC, a noção de *disciplina* equivale à noção de ética (a autor a utiliza sem aspas), haja vista tratar-se de termos intercambiáveis — noção de *proceder*.

Para que haja um regular funcionamento, qualquer grupo que se preze deve organizar as suas políticas, quaisquer sejam regras, normas, definições e missão²¹, ou, no lema empresarial, missão, visão e valor²². Na criminalidade organizada não é diferente. Conforme Dias (2009, p. 79), no princípio, o “estatuto” do PCC possuía 16 itens²³ e foi escrito logo após o surgimento oficial do organismo, por um de seus fundadores/líderes²⁴, Misael. O “estatuto” foi publicado pela primeira vez em 25 de maio de 1997, e, atualmente, através de inúmeras atualizações, está em sua terceira versão (chamam de “terceira geração”, e teria sido atualizada em 2017). Denotamos que o “estatuto” notabiliza-se por acompanhar o momento atual do grupo, “a cara” e as perspectivas do PCC, segundo as suas expectativas, tanto que, praticamente, o grupo permaneceu por cinco anos sem uma regra declarada (mas que estava em construção, após os eventos do *massacre do Carandiru*, em 1992).

Uma segunda alteração do “estatuto”, segundo Alves e Cerantula (2012), ocorreu em maio de 2012, cuja tônica acerca da vingança de “irmãos” mortos tornou-se a visão para os atuais integrantes. Em 2017, o PCC lança a sua última atualização e revisão do “estatuto”.

Para que público o “estatuto” do PCC foi produzido? Basicamente, a organização se comunica por meio dos normativos: para os seus agremiados, no princípio, a massa carcerária faccionada; no decorrer dos tempos, até mesmo para as comunidades de inserção. A organização formal das políticas dispensadas pelo PCC fez com que o grupo criminoso ganhasse notabilidade no seio da criminalidade, segundo Feltran (2018), os presos passaram a ter uma referência disciplinar, o que trouxe uma previsibilidade nas ações dos mesmos no dia a dia. Basicamente, o “estatuto” foi formatado para: 1) criar memória do *massacre do Carandiru* em 1992, em que 111 presos do *pavilhão 9* foram mortos em conflito com a polícia; 2) para incutir a máxima de que o impasse do PCC é contra “o sistema” e todos os seus atores, por força da “opressão”; 3) para fortalecer a união entre os presos. Ainda, um quarto aspecto percebido por nós, subjetivo, mas que é essencial para o existir do grupo criminoso: 4) a inauguração de uma “ética do crime”, e que tornaria razoável toda a dimensão da organização criminosa, se considerarmos que viabiliza um mover retórico, exprimido através de argumentos.

²¹ A questão da missão proposta pelo grupo, assim como outras, é curiosa. Desde sempre, existe o mito do herói, do ato heróico, e que consistiria em planos para resgatar a liderança encarcerada, ao tê-los por *mártires*, os quais resistem bravamente à “opressão maligna do Estado”.

²² Conforme dissemos oportunamente, aí mora o perigo em se analisar o PCC somente, ou, inicialmente, pelo prisma do mercado. Temos trabalhado na vertente da atividade ética, antes de todas as outras que serão aproveitadas pela organização. Para conquistar o poder, *a priori*, o PCC cria uma demarcação que considera o seu moto oficial (paz, justiça, liberdade, igualdade e união), e não dinheiro. O “estatuto” fala por si só.

²³ Primeira versão do “estatuto” do PCC. Disponível em: https://faccapcc1533primeirocomandodacapital.org/regimentos/estatuto_faccapcc_1533_1997_primeiro_comando_da_capital/. Acesso em: 27 dez. 2024.

²⁴ Mizaél Aparecido da Silva, alcunha “Miza”. Curiosamente, este foi morto em fevereiro de 2002, num linchamento coordenado pelo próprio PCC, possivelmente, em virtude de descontentamentos com as decisões que “Miza” promulgava. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/cotidian/ff2002200205.htm>. Acesso em: 15 dez. 2024.

A base para o “estatuto” envolvia, sobretudo, os anseios da massa carcerária, em que outros textos formatados já existiam e eram seguidos por determinados grupamentos de reclusos, especialmente, para que os conflitos gerados na convivência penitenciária fossem dirimidos. Os valores agregados pelo grupo estavam todos dispostos no normativo, dentre eles, a intensa colaboração que haveria de ter *de integrante para integrante*, e, ambos, com o PCC. De outra forma, haveria observância às normas disciplinares e a punição para quem as descumprisse, isto é, regras comportamentais e morais. O *progresso* do grupo é o ápice da “luta”, logo, levará os seus agremiados à *felicidade* plena, aspecto que temos evidenciado em nossa pesquisa. Ser feliz [e fazer o *Comando* feliz] é o *fim de tudo*, é a “ética” *matter* atestada pelo “estatuto”.

E, nessa esteira, ainda que estejamos percorrendo a instância do discurso, é salutar considerarmos a importância que o *ethos* do PCC exerce, a fim de compreendermos a capilaridade do discurso emitido a um auditório de faccionados, capaz de suscitar paixões que corroboram com a adesão do mesmo. É notória, portanto, a credibilidade discursivamente mostrada durante o percurso, em especial, pelo fato de que, “quem o emite” nos parece um tanto quanto vocacionado em fazê-lo. À vista disso, as reais intenções do orador acabam por se revelar via discurso.

Nós revolucionamos o crime impondo respeito. Através da nossa união e força que o certo prevalece, acima de tudo, com a nossa justiça. Nós formamos a lei do crime e que todos nós respeitamos e acatamos por confiar na nossa justiça (Rizzi, 2018).

Do começo ao fim, a força discursiva de alguns itens do “estatuto” permite revelar a existência de um “orador digno”, e que, conforme nossa preferência analítica, transmite um discurso racional, segundo o auditório aludido. Qual o “trabalho” desse “bom orador”? Não é fazer alguém que já está confiante confiar. Implicitamente, conduzir, por exemplo, um estado de confiança a um estado de temor e vice-versa, mais especificamente, quando os objetivos de persuasão assim o exigirem. Dirão, é provável, sobre o absurdo em se consagrar “qualidades morais” a um orador, digamos, “antiético” e que convence pelo medo, ameaça e violência, se considerarmos que a atividade ética poderá ser válida se os preceitos — que, para todos os efeitos, devem ser legais — também são válidos. Pode ser. Mas, a nossa análise se pretende verossímil, isto é, uma aparente verdade, e que entendemos ser o caso dos discursos emitidos pelo organismo [criminoso], autor do regimento que temos investigado.

Ao final, o convencimento discursivo ocorreria tão somente pelo exercício do medo? A quem nos lê, simplesmente dizer que sim, justificando que isto é a diferença que divide o *ser* feliz do *ser* infeliz, poderia ser insuficiente. Ou, a projeção acerca de proteção e segurança — abarcadas num *status* de pertencimento — não seriam objetivos a serem considerados/alcançados, e que, aí sim, seriam verificados pelo prisma da *eudaimonia*? Parece-nos que ela está se tornando — proporcionalmente — cada vez mais patente. Segundo as convenções oriundas do alternativo universo da criminalidade, que,

como dissemos, recorre a rígidos protocolos, é pouco provável que o discurso do PCC lograsse êxito caso o enunciador não demonstrasse credibilidade no que faz, ao ponto de saber “pegar” o seu auditório “de jeito”. Isto posto, nessa combinação, indissociáveis estão as provas retóricas psicológicas, as quais darão um verniz lógico ao discurso revelado via “estatuto”. Estar protegido — também — é o *telos*, a finalística do integrante do PCC. O estágio da *felicidade*²⁵ do organismo está condicionado à *felicidade* de todos os partícipes, pois “[...] o Bem para os seres humanos não seria alcançado individualmente, mas, sim, num plano plural, por toda a coletividade” (Magalhães; Ferreira, 2020, p. 167).

Para o *Partido*, a *felicidade* pensada à sua membresia completa-se por meio das especificidades formalizadas no regimento: pela *disciplina* e *pelo certo*, é proporcionar ao outro (ao membro) aquilo que entende por “bem supremo”, e, conseqüentemente, “ético”. Assim, ao produzir sentido ao seu auditório, produz, também, e, sobretudo, para si.

Então, ao seu auditório, discursivamente, o orador PCC comunica a prova *intrínseca logos*, e que possui um verniz de racionalidade, cujo objetivo é a persuasão. Proporcionalmente, o PCC direciona o seu público, segundo Tringali (2014), por um modo de raciocinar, em que, a propositura de um argumento levará à dimensão de outros, e que se mostrem necessários ao grupo. O discurso situa-se no campo da *dedução*, a fim de que seja aprovado pelo seu auditório [especializado]. Vejam os itens grifados de um discurso *epidítico* emitido pelo PCC, e que corrobora para que a aceitação do auditório de faccionados [com o grupo] seja angariada:

O PCC foi fundado em 1993. Comemoramos esta data no dia 31 de agosto de todos os anos, mas, 24 anos se passaram e enfrentamos várias guerras; falsos criminosos foram desmascarados; sofremos duros golpes; fomos traídos inúmeras vezes; perdemos vários irmãos, mas graças a nossa união conseguimos superar todos os obstáculos e continuamos crescendo (Rizzi, 2018).

A organização criminosa utiliza-se de noções gerais, tais como, opressão, justiça, ética, fraternidade, entre outras, valores caros ao grupo, a fim de que os mesmos sejam aceitos pelo conjunto de seus integrantes. Contudo, por tratar-se de um tema remetido a um *auditório particular*, cujas crenças, valores e pontos de vista são patentes, para que haja direção e impacto na vida do integrante, o *Comando* comunica específicos argumentos. Os melhores.

O “estatuto” do PCC ensina aos seus sobre a importância de se esquivar dos vícios para a colheita de “virtudes”; é uma ação “prudente” e que encaminha [o PCC, o membro e sua família, o

²⁵Fazemos coro com Magalhães e Ferreira (2020, p. 167), ao anotar a comparação sobre a ética na antiguidade e essa que é ensinada em nossos dias: “[...] empalideceu-se sobremaneira para dar espaço a um conceito mais fluido, pragmático, meramente instrumental, momentâneo e imediatista”. Em contrapartida, parece-nos que o PCC se cerca de uma certa resistência; segundo a sua cosmovisão “ética”, embrenha-se pela busca de uma *felicidade* finalística peculiar, cujo “bem supremo” é o crime.

crime] à *felicidade*, moldada segundo a sua “ética”. Portanto, ainda que para si, a aparência do discurso do PCC deságua em um princípio racional; toca aspectos nocionais, os quais reputam a habilidade do *ethos* em “fazer” e atingir a confiança, e, por consequência, o *pathos*, ao fornecer os meios para que o auditório esteja disponível aos apelos inscritos no normativo.

A PRESENÇA E A COMUNHÃO PARA TODOS OS INTEGRANTES

Como apresentamos na parte introdutória, nossa intenção é investigar a ocorrência de duas das três *figuras* da nova retórica no “estatuto”, a saber, *da presença* e *da comunhão*.

O exame acerca da seleção prévia dos elementos que serão usados no ato argumentativo é algo indispensável, se considerarmos que, para cada auditório em que a alusão é pretensa, existe uma gama de *valores*, ou, para Perelman e Olbrechts-Tyteca (2014), “um conjunto de coisas admitidas”, e que deverão ser avaliadas. Aquilo que está mais presente na consciência do auditório deve ser estabelecido como prioritário à técnica argumentativa. A isto, chamamos de *figura da presença*.

No tocante à argumentação, no *TA* as *figuras* foram classificadas como *da escolha*, *da presença* e *da comunhão*, as quais corroboram para que o exercício argumentativo e a comunhão com o auditório sejam fortalecidos, quando da apresentação dos dados. As classificações não são gêneros. Então, há um olhar mais funcional em relação às *figuras* tradicionais aristotélicas.

Nas *figuras* argumentativas *da escolha*, o orador é o maior interessado na interpretação dos fatos pelo auditório, logo, caberá ao mesmo utilizar-se das *figuras* para impor ou sugerir melhor qualidade aos seus argumentos. Segundo Perelman e Olbrechts-Tyteca (2014), a *definição oratória*, a *perífrase*, a *antonomásia*, a *prolepse* ou *antecipação* e a *retificação* são exemplos de *figuras da escolha*.

“As *figuras da presença* têm por efeito tornar presente na consciência o objeto do discurso” (Perelman; Olbrechts-Tyteca, 2014, p. 197, grifo nosso). Compreendem a *onomatopeia*, a *repetição*, a *anáfora* e a *amplificação*. Temos ainda as *figuras da comunhão*, em que o orador se preocupa em criar e confirmar a comunhão com o auditório, cujos exemplos incluem: a *alusão*, a *citação* e a *apóstrofe*.

A quem nos lê, parece salutar justificar os motivos pelos quais preferimos analisar somente os dois tipos de *figuras* citados, uma vez que dissemos acerca da existência de um terceiro, a *figura da escolha*. Com o perdão do trocadilho, a seara da *escolha* também foi uma das motivações, mas não só ela. Ademais, entendemos que, na análise de nosso objeto, as *figuras da escolha* já estão incorporadas na produção de efeitos de *presença* e *comunhão*, e, portanto, se prestam a estes fins. Desse modo, mencionaremos, ao longo de nossa exposição, algumas *figuras*, tradicionalmente consideradas resultantes *da escolha*, porém, vinculadas à criação de efeitos de *presença* e/ou *comunhão*.

Ao falar-se em melhores argumentos, como temos sublinhado, os mesmos devem se preocupar em transmitir *valores* expressos pelo grupo, ou seja, aquilo que se admite, na expectativa de que o

exercício argumentativo proposto pelo PCC não poderá ter outra função, senão, persuadir o seu auditório “escolhido a dedo”.

Entrementes, o recurso textual utilizado pelo *Comando* em seu “estatuto” procura *falar* diretamente com o seu público. As cláusulas são diretas e discorrem sobre *valores* agregados, caros ao grupo criminoso, e que incentivam um princípio de *comunhão* entre o grupo e seus agremiados: a utilização de *figuras da comunhão*.

No prefácio do “estatuto”, em Rizzi (2018), tem-se: “a Sintonia Final comunica a todos os irmãos que foram feitas algumas mudanças necessárias em nosso Estatuto”. O recurso *da comunhão* concentra-se em partilhar com o auditório importantes decisões, estas comunicadas em sentido vertical e de cima para baixo: de uma instância máxima para [todos] os “irmãos”. Tal manifestação cria, afina e confirma a *comunhão* do PCC como um organismo. Para isso, a *comunhão* é verificada por meio de *metáforas* (“irmãos”, “sintonia final”). Embora se tratem, frequentemente, de um tipo de *figura de escolha*, nesse caso, as *metáforas* promovem, em virtude de seu conteúdo semântico, um efeito de *comunhão*, e é justamente isso o que dá sustento ao raciocínio analógico. Este aproxima as noções de PCC e *família*. A organização é tida como uma família *harmoniosa*, ajustada, sintonizada. Mais, esse recurso opera como um *argumento de autoridade*: é a *sintoma final* que comunica.

Os aspectos que fazem referências às questões do PCC, portanto, marcas *da comunhão*, também são listadas quando o grupo fala sobre as dificuldades outrora sofridas. Nisso, tem-se que a história do PCC estratifica um caso de superação, se antes as expressões marcadas comunicavam que “enfrentamos várias guerras”, “sofremos duros golpes”, “fomos traídos”, “perdemos vários irmãos”, “[...] graças a nossa união conseguimos superar todos os obstáculos e continuamos crescendo” (Rizzi, 2018). Observamos, então, a utilização da *alusão*, da *metonímia* e da *apóstrofe*, promotoras do efeito *da comunhão*. Da primeira, por trazer à tona referências anteriores, as quais são comuns ao cotidiano do crime. A *metonímia* também é uma *figura da escolha*, mas que a exemplo de nossa análise anterior (*metáfora*), causa um efeito de *comunhão* entre o PCC e seus membros: se o *Comando* perde, toda a massa faccionada perde; se alcança o êxito, *idem*.

No preâmbulo do “estatuto”, todas as informações emitidas pelo *Comando* são enfáticas em convidar o integrante à, gradativamente, deliberar, especialmente porque as demandas apresentadas são tratadas — em sua totalidade — como anseios ao grupo. A isto, a nova retórica chama de *figura da comunhão* do tipo *apóstrofe*. Em Rizzi (2018), “que o novo Estatuto faça jus à cara que o Comando tem hoje, e, com o apoio e união de todos, almejamos crescer cada vez mais, fortalecendo a ajuda aos que necessitam”.

E, para os integrantes que *entendem* o recado emitido pelo *Partido*, haverá uma *luz no fim do túnel*. As dificuldades são evidenciadas, mas, ao anunciar a perseguição de seus princípios (*liberdade*,

justiça, união, etc.), o PCC conquista meios para favorecer a *comunhão* interna do conjunto, especialmente, ao inscrever que, em relação aos princípios parametrizados, tais são “acima de tudo ao Comando” (Rizzi, 2018). O regulamento se utiliza dos melhores argumentos para referenciar as suas incontestes premissas.

A função da *comunhão* na *figura da apóstrofe* é notada na expressão “[...] com o apoio e união de todos almejamos crescer cada vez mais, fortalecendo a ajuda aos que necessitam” (Rizzi, 2018). Ademais, a prerrogativa unilateral para fortalecer é a unidade e o PCC dirige-se ao seu auditório, e convida-o, interpela-o a deliberação, já que vislumbra o crescimento.

Acerca da *comunhão*, daremos destaque aos *itens 4, 12, 13 e 14* do regimento. Basicamente, as cláusulas dizem sobre os *valores* e a onipresença do *Comando*, onde, o indivíduo que foi “batizado” aqui também será integrante acolá. Sem limites. “12. O Comando não tem limite territorial. Todos os integrantes que forem batizados são componentes do Primeiro Comando da Capital [...]” (Rizzi, 2018). Trata também sobre o acolhimento de indivíduos de facções amigas, dentro e fora de seus domínios. As afirmações destacam a presença da *figura da comunhão*, tal qual a *citação*, em que o PCC funciona como um *argumento de autoridade*, se considerarmos que reforça um aspecto importante ao grupo, o qual deve ser conhecido por todo o domínio: no caso do *item 4*, em não ser um clube, e, sim, uma organização criminosa.

Quando algum integrante de outra facção chegar em alguma cadeia nossa, o mesmo será tratado com respeito e terá o apoio necessário; porém, queremos o mesmo tratamento quando o integrante do Comando chegar preso em outro estado, em cadeias de outras facções [...] (Rizzi, 2018).

Deixamos claro que não somos sócios de um clube e sim integrantes de uma Organização Criminosa, que luta contra as opressões e injustiças que surgem no dia a dia e tenta nos afetar (Rizzi, 2018).

Nessa patente de autoridade, nos *itens 12 e 13*, a utilização da *figura da citação* é verificada. Através de um conhecimento que deve ser comum a todos os agremiados, os argumentos emitidos corroboraram com a sua tese acerca do acolhimento. Para que isso ocorra, também, faz *alusão* a uma referência tradicional ao grupo: ao não ter limite territorial para agir, todo membro deve se ater ao “mandamento” de acolhimento de amigos. O PCC faz *alusão* aos grupos *parceiros*, no tocante à forma de apoio *pelo certo*, sob pena de incorrerem possíveis faltas. Outra vez, a *alusão* é evidenciada no *item 14*. Ao informar um tratamento pautado pela meritocracia, o discurso do PCC reforça um aspecto importante ao organismo: “todos os integrantes serão tratados com igualdade [...]” (Rizzi, 2018), algo que é de amplo conhecimento da comunidade dos membros.

Ao ler o normativo do PCC, uma expressão chamou nossa atenção, por ser deveras reafirmada no início de cada sentença de, ao menos, nove itens: “todos os integrantes”. Ainda que em outras

palavras e/ou expressões, o mesmo sentido é utilizado em outros itens do *corpus*, e que, também, transmitem a mesma concepção. A isto, entendemos a manifestação da *figura da presença*, e que torna aquilo que é o objeto em um dado discurso como algo vivo e presente. Em “todos os integrantes” encontramos um peculiar tipo de *figura da presença*, chamado de *repetição*, e que é personificado por meio da *anáfora*, se consideramos que um acontecimento está sendo fracionado, o que favorece a *presença*, nada mais do que o reforço daquilo que se quer mais presente. De acordo com a *TA*, o recurso da *repetição* é significativo à argumentação, pois acentua alguns acontecimentos por meio do fracionamento dos mesmos, o que favorece a presença (Perelman; Olbrechts-Tyteca, 2014, p. 198).

Caso a vida de algum integrante seja cruelmente tirada, o PCC promete pronta vingança e em *pé* de igualdade, assim como reza a lei *do Talião*. Trata-se, pela oportunidade, de dizer sobre a incidência de uma figura que torna demarcado o objeto do discurso, classificada como *figurada presença*. Ao aumentar o sentido de presença de algo notável na argumentação, tem-se uma relação de *repetição* de palavras, do tipo *epanalepse*²⁶: “vida se paga com vida e sangue se paga com sangue” (Rizzi, 2018). Assim, verificamos a fixação no valor simbólico para produzir determinado sentido. Temos, portanto, que a *repetição* de frações significativas dá ao discurso do PCC um verniz que o faz profícuo, um enunciado repleto de *valor* diante de seu público. Para ilustrar, em Rizzi (2018, grifos nossos), vejamos a seguir algumas *repetições* dispostas nos começos das frases. Predominantemente, o “estatuto” destaca-se pela *presença* de *anáforas*.

1. **Todos os integrantes** devem lealdade e respeito ao Primeiro Comando da Capital; devem tratar [...];
3. **Todos os integrantes** do Comando têm por direito [...];
5. **Todos os integrantes** que estiverem na rua têm a mesma obrigação[...];
7. É dever de **todos os integrantes** da facção colaborar e participar [...];
9. **Todos os integrantes** devem ter a certeza absoluta de que querem fazer parte do Comando [...];
11. **Todos aqueles** que vierem a ser resgatados terão a obrigação [...];
12. **Todos os integrantes** que forem batizados [...]. **Todos** devem seguir a nossa disciplina e hierarquia do nosso Estatuto.
14. **Todos os integrantes** serão tratados com igualdade [...];
18. **Todos os integrantes** tem o dever de agir com severidade em cima de opressões [...].

Estas foram as nossas análises acerca das *figuras da presença* e *da comunhão*.

²⁶ Segundo Reboul (2004, p. 127), “[...] a epanalepse também diz respeito ao patos”. Parece-nos ser o caso da expressão aludida.

CONCLUSÕES

A relação de valor discursivamente praticada pelo PCC, cuja temática se insere por um viés persuasivo, mais, no decurso da emissão de expedientes argumentativos com força de regulamento (um “estatuto”), chamou nossa atenção. Embora os adereços ornamentassem condutas segundo os *jeitos do crime*, notamos que, mediante a manifestação de um discurso, a tônica soava como algo comum aos integrantes do organismo, e, por algum motivo razoável, era seguido *à risca*. Que discurso é esse? Quem é o enunciador, capaz de arrebatrar um dado público, segundo os seus raciocínios?

A nossa investigação objetivou entender a construção “ética” em que o PCC se alicerçava, assim como a natureza dos expedientes retóricos e os recursos persuasivos a que se prestava, de acordo com o nosso objeto em exame: o “estatuto” *oficial*. A percepção de que as cláusulas do “estatuto” exprimiam princípios “éticos” caros ao grupo nos fizeram refletir sobre a possível existência de um processo argumentativo, digamos, complexo, e que visava conquistar o consentimento de um auditório favorável à cultura do crime. Tais processos poderiam ser os responsáveis pela permanência ou não de noções centrais acerca da “ética” empreendida pelo PCC, e que reverberaria na conduta daqueles, quaisquer sejam obediência, confiança e/ou “virtudes”.

Dissemos que o discurso do PCC deixa escapar ao seu auditório as suas “qualidades”, o que o torna, nas devidas proporções, um organismo “ético”, a qual é capaz de arrebatrar o seu público emitindo noções acerca de uma “ética” própria e singular. Notamos que, em seu normativo, ao ser considerado “moralmente” capaz, se o PCC emitia um discurso e que era acordado como “digno”, percebíamos uma tendência no auditório em convencionar tais normas como aquilo que, segundo o aspecto nocional, dividiria o homem [do *grupo criminoso*] *feliz do infeliz*. Enxergamos, nisso, um aspecto relevante de verossimilhança.

No tocante às *figuras da presença e da comunhão*, restou evidenciado que, ao transmitir valores “éticos” ao seu público, bem como na partilha de decisões importantes e de interesse do grupo, quaisquer sejam condutas, dificuldades, correções e/ou prospecções, o “estatuto” do PCC utiliza-se da *figura da comunhão*. Vale lembrar do extrato histórico de adversidades que foram superadas, e que colaboraram para a solidificação do grupo. Verificamos que o recurso *da comunhão* é encorpado quando questões notáveis ao PCC foram ressaltadas. Ao reforçar este ou aquele aspecto, também, ao recorrer a situações instáveis em seu passado, o PCC aproxima as noções comungadas pelo grupo. Nisso, a pretensão recursiva *da comunhão* se fez patente, ao fazer uso de alguns de seus tipos, quaisquer sejam *citação, argumento de autoridade, alusão e apóstrofe*.

A *figura da presença* também foi detectada. Notamos que o “estatuto” compreende o recurso da *repetição*, como por exemplo, a presença da expressão “todos os integrantes” em nove itens, o que torna a ideologia do PCC algo vivo e constante aos seus agremiados, ao reforçar as pautas percorridas

pelo grupo. O PCC, através de recursos argumentativos [impostos], tornou-se um organismo funcional, especialmente, por meio da forma com que constrói a relação com o seu público. Precipuamente, evidenciamos que a utilização das *figuras da comunhão* e da *presença* serviram de engrenagem para que noções tidas por “éticas” no PCC fossem reafirmadas. Tais percepções sugerem ao indivíduo faccionado irrestrita dedicação ao *bem* maior que possui: o *Comando*. Ao seguirem na “luta” por princípios valiosos ao organismo, tendem a experimentar a *felicidade*. A *comunhão* e a *presença* se serviram de recursos argumentativos geradores de convicção.

REFERÊNCIAS

- Adorno, S.; Salla, F. (2007). Criminalidade organizada nas prisões e os ataques do PCC. In: *Revista Estudos Avançados*, vol. 21, n. 61, p. 7-29.
- Alves I. S.; Cerantula P. (2012). *PCC: dias melhores não virão*. São Paulo.
- Amossy, R. (2016) O ethos na intersecção das disciplinas: retórica, pragmática, sociologia dos campos. In: Amossy, Ruth. (Org.). *Imagens de si no discurso: a construção do ethos*. São Paulo: Contexto. p. 119-144.
- Aristóteles (2005). *Retórica*. Lisboa: Imprensa Nacional, Casa da Moeda.
- Aristóteles. (2007) *Retórica*. Tradução: Marcelo Silvano Madeira. São Paulo: Rideel. (Coleção biblioteca clássica).
- Aristóteles (2015). *Ética a Eudemo*. Tradução, textos adicionais e notas Edson Bini. São Paulo: Edipro. (Série Clássicos Edipro).
- Aristóteles (2016). *Ética a Nicômaco*. Tradução e notas Luciano Ferreira de Souza. São Paulo: Martin Claret.
- Bini, E. (2015). Apresentação. In: ARISTÓTELES. *Ética a Eudemo*. São Paulo: Edipro. p. 7-9; 45; 133.
- Biondi, K. (2009) *Junto e misturado: imanência e transcendência no PCC*. 2009. 198 f. Dissertação (Mestrado em Antropologia Social) – Universidade Federal de São Carlos, São Carlos.
- Biondi, K. (2013) O PCC: da organização à ética. In: BARBOSA, A. R; RENOLDI, B.; VERÍSSIMO, M. (orgs.). *(I) legal: etnografias em uma fronteira difusa*. Niterói: UFF, p. 23-33.
- Biondi, K. (2014) *Etnografia do movimento: território, hierarquia e lei no PCC*. 336 f. Tese (Doutorado em Antropologia Social) – Universidade Federal de São Carlos, São Carlos.
- Biondi, K. (2018) *Proibido roubar na quebrada: território, hierarquia e lei no PCC*. São Paulo: Terceiro Nome.
- Dias, C. C. N. (2009). Da guerra à gestão: a trajetória do Primeiro Comando da Capital (PCC) nas prisões de São Paulo. In: *Revista Percurso: Sociedade, Natureza e Cultura*, São Paulo, v. 2, n. 10, p. 79-96.
- Dias, C. C. N. (2011) *Da pulverização ao monopólio da violência: expansão e consolidação do Primeiro Comando da Capital (PCC) no sistema carcerário paulista*. 2011. 386 f. Tese (Doutorado em

Sociologia) – Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2011.

Dyna, E. A. M. (2020). *Da gangue a hegemonia: uma cronologia da expansão do PCC*. Observatório de Segurança Pública. Disponível em: <https://www.observatoriodeseguranca.org/sistema-penitenciario/da-gangue-a-hegemonia-uma-cronologia-da-expansao-do-pcc/>. Acesso em: 31 out. 2024.

Feltran, G. (2018). *Irmãos: uma história do PCC*. Companhia das Letras.

Ferraz, L. (2015). *Caminhos retóricos e sorrisos incômodos: argumentação e humor em “A encalhada”*, de Ingrid Guimarães e Aloísio de Abreu. 2015. 164 f. Dissertação (Mestrado em Linguística) - Centro de Ciências Humanas e Naturais, Universidade Federal do Espírito Santo, Vitória, p. 46-68.

Ferreira, L. A. (2020). *Leitura e persuasão: princípios de análise retórica*. 1. ed., 1ª reimpressão. São Paulo: Contexto.

Magalhães, A. L.; Ferreira, L. A. (2020). *Eudaimonia, ethos e pathos: um olhar sobre o discurso político no século XXI*. Verbum - Cadernos de Pós Graduação. São Paulo, v. 9, n. 1, p. 166-186.

Mateus, S. (2018) *Introdução à retórica no séc. XXI*. Covilhã: LubCom.IFP.

Meyer, M. (2007) *A retórica*. Revisão técnica Lineide Salvador Mosca; tradução Marly N. Peres. São Paulo: Ática.

Perelman, C.; Olbrechts-Tyteca, L. (2014) *Tratado da argumentação: a nova retórica*. Tradução Maria Ermantina de Almeida Prado Galvão; [revisão de tradução Eduardo Brandão]. 3. ed. São Paulo: WMF Martins Fontes.

Reboul, O. (2004) *Introdução à retórica*. 2. ed. São Paulo: Martins Fontes.

Rizzi, R. W. (2019) Cartilha de Conscientização da Família PCC 1533. PRIMEIRO COMANDO DA CAPITAL - FACÇÃO PCC 1533. Disponível em: https://faccapcc1533primeirocomandodacapital.org/regimentos/estatuto_do_primeiro_comando_da_capital_faccapcc_1533/. Acesso em: 06 mai. 2025.

Rizzi, R. W. (2018). Estatuto do Primeiro Comando da Capital — PCC 1533. PRIMEIRO COMANDO DA CAPITAL - FACÇÃO PCC 1533. Disponível em: <https://faccapcc1533primeirocomandodacapital.org/regimentos/cartilha-de-conscientizacao-da-familia-pcc-1533/>. Acesso em: 31 out. 2024.

Tringali, D. (2014). *A retórica antiga e as outras retóricas: a retórica como crítica literária*. São Paulo: Musa Editora.

Vieira, A. S. (2024). “O certo pelo certo”: análise retórica da constituição “ética” do Primeiro Comando da Capital. 2024. 227 f. Dissertação (Mestrado em Linguística) – Universidade de Franca, Franca.

Vieira, A. S.; Moreira, R. P. (2021) Análise de inteligência: das ações ideológicas disciplinares e correccionais promovidas pelo Primeiro Comando da Capital. *Vigilantis Semper: Revista Científica de Segurança Pública (RCSP/PMRN)*, Natal, v. 1, n. 1, p. 10-23. Semestral. ISSN: 276-43069. Disponível em: <http://www.revista.pm.rn.gov.br/index.php/revista/issue/view/9/4>. Acesso em: 20 jun. 2024.



Resenha sobre o livro “El mundo en la palabra: Retórica como antídoto de necesidades”, de David Pujante

Jorge Orlando Gallor Guarín
Universidad de Alicante
E-mail: jorge.gallor@ua.es

«A partir del siglo XVII: todos los humanistas, quijotes»

(Pujante, 2024:192)

La naturaleza de la realidad ha sido un tema central para el ser humano, lo que ha dado lugar a múltiples visiones filosóficas y teóricas, cada una con sus propios representantes, enfoques, postulados y divisiones. Entre las más destacadas se encuentran el Realismo (metafísico y científico), el Idealismo (objetivo y subjetivo), el Dualismo (de sustancia y de propiedades), el Monismo (material, ideal y neutral), la Fenomenología, el Positivismo, el Pragmatismo, el Creacionismo, el Escepticismo (filosófico y metodológico), el Constructivismo social y el Panpsiquismo. Cada una de estas perspectivas busca explicar cómo entendemos el mundo que nos rodea, las bases de nuestro conocimiento y las relaciones entre nuestras percepciones y el universo. La diversidad de enfoques refleja la complejidad inherente a la pregunta sobre qué es realmente la realidad.

El profesor David Pujante (Cartagena, 1953) ha consolidado, desde su época como estudiante universitario en la Universidad de Barcelona, un pensamiento propio sobre el tema mencionado. Ha

llegado a la conclusión de que “el mundo es lo que vivimos como mundo y verbalizamos como tal. La verdad social la hace el lenguaje en un permanente cambio semántico que es una continua evolución social” (p. 238). El camino que ha recorrido desde los años setenta, y que lo ha llevado a la elaboración de esta propuesta, es el de la disciplina clásica de la retórica, que constituye una de sus principales líneas de investigación, por la que siente un profundo entusiasmo. En el libro objeto de esta reseña, Pujante presenta su reflexión personal sobre la construcción del discurso retórico como discurso social, una reflexión orientada no solo al ámbito académico, sino también al “ciudadano que se construye y construye su sociedad a diario en el ámbito de su convivencia” (p. 239). Con un amplio despliegue de audacia intelectual y erudición, ofrece una visión constructivista de la realidad, en la que la percepción y la expresión verbal desempeñan roles fundamentales en la formación de nuestro entendimiento del mundo. El volumen se organiza en doce secciones breves, complementadas con un epílogo y una selección bibliográfica que sirve como guía para quienes deseen profundizar en el tema.

En la primera parte, el autor describe cómo cada ser humano, utilizando aquello que lo distingue de los animales —la palabra—, comienza desde la infancia, guiado por otros, a conocer e interpretar la realidad que lo rodea y de la cual forma parte. David Pujante subraya que, en este proceso inicial, y sin que el individuo sea consciente de ello —pues aún no ha desarrollado un pensamiento crítico—, la realidad no es neutra, sino una interpretación de la misma. La suma de estas interpretaciones —muchas de ellas divergentes entre sí— podría ofrecer una visión más completa de lo que entendemos como realidad. Sin embargo, esto requiere de personas abiertas, dispuestas a buscar la integración y no la confrontación de la pluralidad de realidades. Este ideal, apunta el autor, fue precisamente el propósito inicial de la retórica.

En el segundo capítulo, el autor añade una nueva pincelada a la construcción de su enfoque, dirigiendo la atención del lector hacia los orígenes de la retórica. En este contexto, la disciplina fue un pilar esencial tanto en la antigua democracia ateniense como en la República romana, y posteriormente se convirtió en un fundamento clave de la cultura occidental. El autor destaca que, donde ha prevalecido la democracia, la retórica ha florecido gracias a su razón política, entendida como el complejo mecanismo detrás de la construcción del discurso persuasivo. Sin embargo, en contextos de dictadura, la retórica se ha reducido al ámbito de la *elocutio* (la expresión), perdiendo su función integral. Este declive continuó hasta la retórica medieval, donde pasó a desempeñar un papel limitado como herramienta de interpretación de textos.

En el tercer capítulo, el autor prosigue con el recorrido histórico, introduciendo el papel crucial de los sofistas. Desafortunadamente, según señala, su propuesta de construir la realidad a través de la palabra fue desplazada por la búsqueda de una verdad absoluta promovida por figuras como Sócrates. En esta sección, el autor presenta dos conceptos fundamentales para el desarrollo de su propuesta: la retórica cívica y la retórica psicagógica. La primera fomenta la construcción de la democracia y es

empleada por los ciudadanos libres para articular el pensamiento social. La segunda, la psicagógica, destaca el poder de la palabra para conducir las almas y ejercer una influencia profunda en los interlocutores.

Dejando a un lado el recorrido histórico de la disciplina, el autor se enfoca en el capítulo cuatro en las cinco operaciones retóricas y las partes del discurso. Se detalla el proceso que debe seguir el orador para construir un discurso que interprete una situación social, posiblemente compleja. Este proceso comienza con la inventio, seguido por la dispositio, donde se aborda la estructura y el orden de las partes del discurso: exordium, narratio, argumentatio y peroratio, fundamentales para articular un discurso que puede ser tanto interpretativo como persuasivo.

El autor otorga una especial relevancia a la narración, considerándola vital por su papel como hilo conductor del sentido discursivo. Esta importancia se refleja en los dos capítulos siguientes, donde se presentan ejemplos contundentes de su aplicación. Además, en esta sección se subraya una diferencia interpretativa clave entre los presupuestos de la sofística, representada por el *homo rhetoricus*, y los conceptos de la *Rhetorica recepta*, asociados al *homo seriusus*. La primera se entiende como una herramienta para construir una realidad social que fundamenta el conocimiento humano, mientras que la segunda se centra en proporcionar un mecanismo técnico para la construcción del discurso.

Como mencionamos anteriormente, el profesor David Pujante dedica los capítulos cinco y seis a proporcionar dos ejemplos que sustentan su propuesta: la realidad está en los ojos de quien la mira. Según Pujante, el discurso retórico establece una verdad social contextualizada en un tiempo y en un espacio determinados, y constituye la base para cualquier narración o relato discursivo que interprete una situación en duda o conflicto, proponiendo una solución discursiva para una sociedad democrática.

En el capítulo siete se aborda la primera de las operaciones retóricas, la invención, destacando la importancia de la metáfora en esta etapa de la creación del discurso. Argumenta que la metáfora es la imagen que precede al concepto que el individuo construye sobre la realidad que percibe. Además, señala que el lenguaje está en constante movimiento, adaptándose para reflejar nuestras percepciones cambiantes.

El capítulo ocho se adentra en una especulación sobre los orígenes de las palabras. Aunque reconoce la ausencia de textos históricos que respalden plenamente su análisis debido a su pérdida, sigue los indicios disponibles para imaginar cómo pudieron haberse desarrollado los primeros momentos de interacción entre el discurso —obra humana— y la poesía —manifestación divina de la palabra—. A partir de ello establece una relación entre la razón y el ingenio, explicando cómo la retórica encontró un modelo en la poesía para conjugar la emoción y la seducción (ingenio) con la lógica y la argumentación (razón), logrando así el poder persuasivo que caracteriza al discurso.

En los capítulos nueve, diez y once, el autor realiza una reivindicación de las humanidades, argumentando que, en el mundo contemporáneo, enfrentado a graves y complejos retos, es más necesario que nunca resolver los conflictos a través de la palabra y proponer un discurso que busque el entendimiento y el acuerdo, no apoyándose exclusivamente en la razón, sino en el ingenio. Para desarrollar esta idea, ofrece dos ejemplos destacados. El primero es el del valenciano Juan Luis Vives, quien concebía el ingenio como la facultad de conectar elementos diversos y aparentemente separados, ya que los seres humanos viven inmersos en un contexto de circunstancias cambiantes. Según Vives, el lenguaje ingenioso y retórico —no meramente racional— “hace posible encontrar soluciones a situaciones problemáticas para la convivencia y el entendimiento humano” (p. 174). El segundo ejemplo es el de Miguel de Cervantes y su obra cumbre, el Quijote. Este capítulo, el más destacado del libro, es una hermosa reflexión sobre el carácter retórico de la narrativa cervantina, a través de la cual se analizan los fundamentos ontológicos y epistemológicos de su construcción. Sobresale el estudio de las constantes confrontaciones argumentativas entre don Quijote y Sancho Panza, personajes con perspectivas divergentes del mundo. A lo largo de la novela, ambos buscan ajustar sus visiones para comprenderse mutuamente, superando las barreras sociales que los separan. La relación entre los dos descansa en la bonhomía, una cualidad que, como señala el autor, se echa en falta en muchas interacciones actuales, pero que resulta esencial para alcanzar consensos. En sus palabras, “Dos personas que hablan sin escucharse representan todo lo opuesto a un planteamiento retórico. Por la predisposición al diálogo con intercambio de visiones del mundo puede darse el milagro del Quijote” (p. 187).

El capítulo once aborda la cuarta operación retórica, la memoria, destacando su papel crucial en la diferencia entre la estructura del conocimiento y la mera acumulación. La memoria, según el autor, es el elemento que organiza, interpreta y da sentido a los saberes, elevándolos por encima de la simple recopilación enciclopédica.

La última pincelada, que cierra el desarrollo de la nueva propuesta, es un breve, pero significativo, estudio sobre la quinta operación retórica en el contexto de una civilización mediática. Más allá de la voz y el gesto, que son elementos fundamentales para completar la presentación del discurso, el autor destaca un aspecto crucial que Quintiliano demostró indispensable: la relación entre ética y retórica. Según este enfoque, el fin no justifica los medios. Construir un discurso basado en mi realidad, ignorando la de los demás, carece de valor moral. Como señala el autor: “cuando disienten utilidad y conveniencia, a la espuria utilidad la ha de vencer siempre lo que debe ser. El verdadero fin del orador no es tanto persuadir como decir bien, decir lo conveniente (con honestidad, persiguiendo el bien social)” (p. 226). El capítulo enfatiza la necesidad de recuperar la definición clásica del orador que propone el calahorrano: “un hombre bueno perito en el decir”. Este precepto, cuando precede al orador, garantiza que, independientemente de su postura, se prioricen el establecimiento de acuerdos, el respeto

por la convivencia y la construcción de una sociedad inclusiva mediante el discurso. De este modo, la retórica se convierte en una herramienta para evitar que la sociedad quede en manos de los necios, como advierte David Pujante.

En conclusión, el libro subraya la relevancia de la experiencia personal y del lenguaje en la construcción de la realidad. Presenta una visión constructivista en la que la percepción y la expresión verbal desempeñan roles esenciales en la formación de nuestro entendimiento del mundo. El profesor David Pujante cierra su obra con una inquietante reflexión: ¿Qué tipo de sociedad nos espera si el humanismo pierde la batalla al abandonar el lenguaje y, en su lugar, triunfan los algoritmos de la inteligencia artificial (IA)? Quien suscribe esta reseña no pudo resistir la tentación de formular la pregunta a un asistente de inteligencia artificial especializado en retórica. La respuesta de *Orator IA-UA*¹ fue extensa, pero se puede sintetizar en lo siguiente: el lenguaje humano no desaparecerá con el uso de la inteligencia artificial; sin embargo, podría transformarse profundamente debido a los cambios en los sistemas de comunicación y las tecnologías.

¹ *OratorIA-UA* es una asistente de inteligencia artificial especializado en la *Rhetorica recepta* (<https://chatgpt.com/g/g-pXAkPOY51-oratoria-ua>).