

BOLSONARO, LULA E SEUS APOIADORES: ETHOS E REPRODUÇÃO DISCURSIVA

*Marcelo da Silva Amorim**
marcsamorim@gmail.com
Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN)

*Ricardo Alexandre Peixoto Barbosa***
ricardo.barbosa@ufrn.br
Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN)

*Wendell Pereira da Silva****
wdell.p@gmail.com
Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN)

*Dayana Bento de Souza*****
dayana.bento14@gmail.com
Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN)

Resumo: Neste artigo, debruçamo-nos sobre o conceito de *ethos* e buscamos – por meio da sua conceituação e delineamento, amparados por dados coletados nas redes sociais (mais especificamente, no X) – analisar a influência que o *ethos* discursivo de um líder político pode(rá) exercer sobre o discurso de seus seguidores. Nossa questão de pesquisa é, portanto, *se e como* o *ethos* discursivo de um líder político é materializado no discurso daqueles que o apoiam. Nesse sentido, procedemos a uma análise comparativa do discurso de vitória de Luiz Inácio Lula da Silva, em São Paulo, na noite de 30 de outubro de 2022, e da comunicação do então Presidente da

* Doutor em Língua Portuguesa pela Universidade do Estado do Rio de Janeiro – UERJ, instituição na qual obteve os graus de bacharel e licenciado em Português, Latim e Respectivas Literaturas. Recebeu o título de PhD em Línguas Românicas pela Universidade da Carolina do Norte (EUA), onde também lecionou Língua Portuguesa e Literaturas Lusófonas por cinco anos. Participou de vários projetos, dentre eles, o de um livro de Português para Estrangeiros, publicado pela Georgetown University Press em 2010. Desde 2009, atua como professor na Universidade Federal do Rio Grande do Norte - UFRN, lecionando na Graduação e no ProfLetras. Atualmente, desenvolve pesquisas sobre interculturalidade e o ensino de Português Língua Estrangeira. Desde 2019, dirige o Instituto Ágora, unidade suplementar para o ensino de línguas e culturas estrangeiras modernas, que atende à comunidade interna da UFRN e ao público externo.

** Professor Substituto na UFRN / DLLEM, área de PLE e PLAc. Doutor em Estudos da Linguagem (Linguística Aplicada), na linha de Ensino e Aprendizagem de Línguas (UFRN). Mestre em Estudos da Linguagem (UFRN), na área de Linguística Teórica e Descritiva. Pós-graduado em Educação. Licenciado em Letras - Língua Portuguesa e em História. Vice-coordenador do Curso Preparatório para o Exame Celpe-Bras e co-responsável pela aplicação do Exame Celpe-Bras na UFRN.

*** Doutorando em Estudos da Linguagem na Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Mestre em Estudos da Linguagem pelo Programa de Pós-graduação do curso de Letras, UFRN (2021). Graduado em Comunicação Social (2013) e em Letras-Língua Portuguesa, também na UFRN.

**** Licenciada em Letras Língua Portuguesa pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN). Mestra na área de Estudos em Linguística Aplicada (UFRN), na linha de pesquisa de Ensino e Aprendizagem de Línguas. Especialista em ensino de língua portuguesa. Professora efetiva da educação básica 3 de Língua Portuguesa do estado da Paraíba. Atuou como instrutora de Português para Estrangeiros no Instituto de Idiomas Ágora. Atuou em projetos de Português Língua Estrangeira (PLE), tais como Português Sem Fronteiras (PSF), ministrando aulas e produzindo materiais didáticos. Participou de eventos e publicou artigo na referida linha de pesquisa.

República, Jair Messias Bolsonaro, no período pós-eleição, em 1º de novembro de 2022, no Palácio do Planalto, com postagens no X de adeptos tanto de Bolsonaro quanto de Lula. Como aporte teórico adotado, destacamos Amossy (2004; 2011); Maingueneau (2008; 2013); Fiorin (2005); e Negri (2009); dentre outros. Como conclusão, assinalamos que o *ethos* discursivo de figuras públicas como o ex-presidente Bolsonaro e o presidente Lula é replicado – e funciona como elemento constituinte – nos discursos daqueles que com eles se identificam ideologicamente, e vice-versa.

Palavras-chave: *Ethos* discursivo; reprodução discursiva; argumentação.

1 Introdução

Toda construção discursiva presume um *ethos*. Isto significa que, frente ao discurso, é possível traçar algumas conclusões sobre a imagem de seu enunciador. Em qualquer ato de enunciação, retoma-se, necessariamente, “a construção de uma imagem de si” (Amossy, 2005, p. 9). Em outros termos, no *aqui-agora* da materialização linguística, aquele que enuncia – independentemente da sua apresentação e dos modos do discurso que eleger (oral ou escrito; formal ou informal) – irremediavelmente constrói seu *ethos*, de forma ordenada, com vistas a atender a objetivos pré-determinados. Como destaca Maingueneau (2013, p. 61),

O discurso só é discurso enquanto remete a um sujeito, um EU, que se coloca como fonte de referências pessoais, temporais, espaciais [...] e, ao mesmo tempo, indica que atitude está tomando em relação àquilo que diz e em relação ao seu coenunciador [...].

No fio discursivo desse EU (orador), vislumbram-se seu estilo, suas competências linguísticas e enciclopédicas e suas crenças implícitas, traços que lhe conferem uma feição própria e que contribuem, de forma inexorável, tanto para a imagem que ele faz de si quanto para a imagem que o outro faz dele. Tomando como base Pêcheux (1990)¹, podemos assumir que distintas imagens concorrem na interação entre o orador (OR) e a plateia (PL): 1. a imagem que o OR faz de si mesmo; 2. a imagem que o OR faz de seu próprio lugar (institucional, por exemplo); 3. a imagem que o OR faz da PL; 4. a imagem que o OR imagina que a PL faz dele; 5. a

¹ Pêcheux (1990, p. 84) afirma que “[...] todo processo discursivo [supõe], por parte do emissor, uma *antecipação das representações do receptor*, sobre a qual se funda a estratégia do discurso”. Assim, em uma interlocução entre A e B, ao menos quatro posições intervêm na produção do discurso: 1. a imagem do lugar de A para o sujeito A; 2. a imagem do lugar de B para o sujeito colocado em A; 3. a imagem do lugar de B para o sujeito colocado em B; e 4. a imagem do lugar de A para o sujeito colocado em B. Essas quatro posições têm quatro questões implícitas, respectivamente: 1. “quem sou eu para lhe falar assim?”; 2. “quem é ele para que eu lhe fale assim?”; 3. “quem sou eu para que ele me fale assim?”; e 4. “quem é ele para que me fale assim?”.

imagem que a PL faz de si mesma; 6. a imagem que a PL faz de seu próprio lugar (enquanto PL); 7. a imagem que a PL faz do OR; e 8. a imagem que a PL imagina que o OR faz dela.

A relação OR/PL é permeada, portanto, por múltiplas construções imaginárias, que, nos últimos tempos, têm sido motivo de considerável número de estudos devido ao salto evolutivo das condições do exercício da palavra publicamente proferida, mais especificamente, à pressão das mídias audiovisuais e da publicidade (Maingueneau, 2008). No contexto atual, em que imagens são sobremodo “distribuídas” nos meios digitais, a vontade de projeção de imagens positivas constitui, cada vez mais, fator condicionador da produção discursiva. Isso pode, em certa medida, contribuir para um aumento da discrepância entre o locutor real e a sua imagem construída por meio do *ethos* desejado. Conforme Maingueneau (2008), o *ethos* é distinto dos atributos “reais” do locutor, o que encontra eco na analogia feita por Fiorin (2004, p. 119): “O enunciador e o enunciatário são o autor e o leitor. Cabe, porém, uma advertência: não são o autor e o leitor reais, em carne e osso, mas o autor e o leitor implícitos, ou seja, uma imagem do autor e do leitor construída pelo texto”.

O OR² implícito tem metas preestabelecidas. Por meio do seu discurso e da construção imagética que faz de si, busca influenciar, suggestionar e/ou colonizar sua PL.³ Conforme Fiorin (2004, p. 134), “o *ethos* está diretamente ligado à questão da adesão do enunciatário ao discurso”. Essa adesão não se restringe, todavia, ao material linguístico ou às ideias que o OR transmite. Ela tem, em sua base, além disso, a identificação com um dado sujeito, um caráter, um tom e uma postura. Como o discurso constrói o OR e a PL, estes se coconstroem ou, como sugerido por Negri (2009), se determinam reciprocamente.

Nesta investigação, em que se analisa o discurso político, impõe-se a discussão sobre as “provas de persuasão”. Para Aristóteles (2005), elas podem ser inartísticas ou artísticas. Entre as inartísticas estão todas as provas “[...] que não são produzidas por nós, antes já existem: provas como testemunhos, confissões sob tortura, documentos escritos e outras semelhantes [...]” (Aristóteles, 2005, p. 96). As artísticas, por sua vez, são “[...] todas as que se podem preparar pelo método e por nós próprios”

² Optamos por “orador” em detrimento de “enunciador” ou “locutor”, bem como por “plateia” em vez de “enunciatário” ou “alocutário”, porque nossa pesquisa se inscreve no âmbito da argumentação.

³ Aristóteles (2005, p. 89) afirma que “[...] todas as pessoas [...] tentam em certa medida questionar e sustentar um argumento, defender-se ou acusar”.

(Aristóteles, 2005, p. 96). Enquadram-se aqui aquelas fornecidas pelo discurso, que são de três ordens: “[...] 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, p. 96). Em outras palavras, persuade-se pelo caráter, pela disposição dos ouvintes e pelo discurso: pelo caráter “quando o discurso é proferido de tal maneira que deixa a impressão de o orador ser digno de fé” (Aristóteles, 2005, p. 96); pela disposição dos ouvintes quando, por intermédio do discurso, estes são levados a se emocionarem⁴; e pelo discurso quando ele mostra “[...] a verdade ou o que parece verdade, a partir do que é persuasivo em cada caso particular” (Aristóteles, 2005, p. 97). Enfim, objetivando persuadir, o OR atribui a si – não diretamente, ou seja, não no enunciado, mas na enunciação – dadas qualidades, cuja veracidade ou real propriedade é irrelevante. A verdade, de fato, não importa, tanto em termos de *ethos* quanto em termos do discurso, sobretudo em nossa época, pois, se procede que “[...] os homens têm uma inclinação natural para a verdade e a maior parte das vezes alcançam-na” (Aristóteles, 2005, p. 93) e que “[...] a verdade e a justiça são por natureza mais fortes que os seus contrários” (Aristóteles, 2005, p. 93), não é menos justo que vivemos na era da pós-verdade⁵, em que, dentre outras coisas, abandonamos a ideia de que a história possa ser fielmente escrita⁶ (Orwell, 2006). No passado, embora a mentira fosse deliberada, havia “[...] um conjunto considerável de fatos sobre os quais todos concordavam” (Orwell, 2006, p. 226), uma base comum de acordo, destruída, entretanto, pelo totalitarismo, para o qual “a verdade” não existe. O objetivo dessa negação da verdade é

[...] um mundo de pesadelo no qual o Dirigente, ou algum grupo governante, controla não só o futuro, mas também o passado. Se o Dirigente disser, quanto a tal ou qual acontecimento, que o mesmo jamais ocorreu, é isso mesmo – jamais ocorreu! Se disser que dois e dois são cinco – pois muito bem, dois e dois são cinco (Orwell, 2006, p. 226).

Em suma, a verdade e a mentira, como o *ethos*, são produtos discursivos, volúveis e manipuláveis, que visam à replicação e ao convencimento do outro.

⁴ Aristóteles (2005, p. 97) destaca que “[...] os juízos que emitimos variam conforme sentimos tristeza ou alegria, amor ou ódio”.

⁵ D’Ancona (2018) situa o início definitivo da era da pós-verdade em 2016, ano da eleição de Donald Trump.

⁶ Orwell (2006) afirma: “estou pronto a crer que a história seja imprecisa e infiel, mas o que se mostra peculiar de nossa própria era é o abandono da ideia de que a história poderia ser fielmente escrita”.

A partir, portanto, de uma questão de pesquisa que coloca em consideração a possibilidade e a maneira pela qual o *ethos* discursivo de um líder político é materializado no discurso de seus apoiadores, buscamos identificar recorrências – no nível do léxico e da argumentação – nos discursos de Luiz Inácio Lula da Silva (doravante, Lula) e de Jair Messias Bolsonaro (doravante, Bolsonaro) e nas publicações de seus eleitores na rede social X. É de se esperar que o *ethos* discursivo de Lula e o de Bolsonaro sejam espelhados e reproduzidos pelos seus apoiadores, que adotam não apenas seus argumentos, mas também seus *corpos* e *vozes*. Isso será observável no nível do discurso, nomeadamente nas seleções lexicais e nas garantias⁷ e apoios⁸ à sua argumentação. Em outros termos, líderes e seguidores inscrevem-se nas mesmas formações discursivas⁹, funcionando o *ethos* e a locução da liderança como elementos organizadores e modeladores do comportamento e do discurso da massa.

2 Metodologia e fundamentação teórica

A fim de cumprir com os nossos objetivos e responder nossa questão, optamos por uma pesquisa qualitativa. Em um primeiro momento, procedemos à leitura dos discursos de Lula e de Bolsonaro, proferidos no período pós-eleição de 2022. Em seguida, consultamos perfis do X, como o de Fabio Faria (então Ministro das Comunicações do Governo, que reproduziu, na íntegra, a comunicação de Bolsonaro) e o do presidente eleito, Lula. Posteriormente, identificamos os termos-pivô e os argumentos presentes nos discursos de Bolsonaro e de Lula e nos comentários em resposta a essas publicações no X. Por último, procedemos à identificação e à análise

⁷ No *layout* de argumentos de Toulmin (2001), dados são aquilo a que recorremos de modo explícito para fundamentar nossa alegação; garantias “[...] são gerais, certificando a solidez de *todos* os argumentos do tipo apropriado, e, portanto, [...] estabelecidas de modo muito diferente dos fatos que apresentamos como dados” (Toulmin, 2001, p. 143). A garantia é “[...] incidental e explanatória, com a única tarefa de registrar, explicitamente, a legitimidade do passo envolvido [...]”. Assim, a alegação “Harry nas Bermudas é um súdito britânico” se ampara no dado “Harry nasceu nas Bermudas” e na garantia “um homem que nasceu nas Bermudas será, em geral, súdito britânico” (ver Toulmin, 2001).

⁸ Apoios são avais que apoiam as garantias. Segundo Toulmin (2001, p. 148), “Esse apoio de nossas garantias tem de ser investigado com muito cuidado; temos de esclarecer precisamente que relações há entre ele e os nossos dados, nossas alegações, as garantias e as condições de refutação [...]”.

⁹ Formação discursiva está aqui relacionada com formação ideológica, isto é, com “[...] posições políticas e ideológicas, que não são feitas de indivíduos, mas que se organizam em formações que mantêm entre si relações de antagonismo, de aliança ou de dominação” (Charaudeau; Maingueneau, 2016, p. 241). A formação discursiva é, portanto, o que determina “[...] o *que pode e deve ser dito* [...] a partir de uma posição dada em uma conjuntura dada” (Haroche; Henry; Pêcheux, 1971, p. 102 *apud* Charaudeau, Maingueneau, 2016, p. 241).

de recorrências entre os discursos e comentários, sempre atentando à participação do *ethos* nessas construções. Optamos, como disposto neste artigo, pela observação, exposição e análise em separado dos dois campos discursivos: o campo discursivo de Bolsonaro e seus seguidores e o campo discursivo¹⁰ de Lula e seus eleitores.

É preciso esclarecer que, nesta pesquisa, por *ethos* entendemos “[...] a imagem de si que o orador produz em seu discurso, e não de sua pessoa real” (Charaudeau; Maingueneau, 2016, p. 220), visando à captação¹¹ da PL. Participam dessa imagem de si uma voz, um *tom* e um *corpo*¹², que contribuem para a legitimação do seu dizer. Desse modo, “[...] o destinatário é necessariamente levado a construir uma representação do locutor, que este último tenta controlar, mais ou menos conscientemente [...]” (Maingueneau, 2010, p. 79).

Para Maingueneau (2010, p. 80), no processo de comunicação verbal, opera-se

[...] algo da ordem da experiência sensível [...]: A instância subjetiva que emerge da enunciação implica uma 'voz', associada a um 'corpo enunciante' especificado sócio-historicamente: uma maneira de circular, uma disciplina tácita do corpo que o destinatário constrói apoiando-se num conjunto difuso de estereótipos, avaliados positiva ou negativamente.

Pelo discurso, o destinatário é levado a partilhar o movimento do corpo, isto é, a incorporar¹³ não apenas a maneira de dizer, mas também a maneira de ser do OR. A construção de uma representação dinâmica deste último e a assimilação dos esquemas que o caracterizam levam à “[...] incorporação imaginária do destinatário à comunidade dos que aderem a esse discurso [...]” (Charaudeau; Maingueneau, 2016, p. 272).

Em nossa perspectiva, portanto, “a questão do *ethos* está ligada à da construção da identidade” (Maingueneau, 2008, p. 59). Outrossim, entendemos que “o *ethos* é

¹⁰ Campo discursivo é aqui considerado “[...] um espaço no interior do qual interagem diferentes 'posicionamentos', fontes de enunciados que devem assumir os embates impostos pela natureza do campo, definindo e legitimando seu próprio lugar de enunciação” (Maingueneau, 2010, p. 50).

¹¹ Captação no sentido de estratégia discursiva que visa “[...] a seduzir ou a persuadir o parceiro da troca comunicativa, de tal modo que ele termine por entrar no universo do pensamento que é o ato de comunicação e assim partilhe a intencionalidade, os valores e as emoções dos quais esse ato é portador” (Charaudeau, 1994b, p. 40 *apud* Charaudeau; Maingueneau, 2016, p. 93).

¹² Maingueneau (2020, p. 12) afirma que “Na elaboração do *ethos*, interagem ainda elementos de naturezas muito diversas: da escolha do registro linguístico e vocabular ao planejamento textual, passando pelo ritmo e pelo figurino... Não se trata de uma representação estática, mas de uma forma dinâmica, construída pelo destinatário por meio do próprio movimento da fala do locutor”. O *ethos*, para Maingueneau, “[...] compreende três componentes: o caráter, o conjunto de características psíquicas reveladas pelo enunciador [...]; o corpo, o feixe de características físicas que o enunciador apresenta; o tom, a dimensão vocal do enunciador desvelada pelo discurso” (Fiorin, 2018, p. 71).

¹³ Incorporação é “[...] a maneira pela qual o destinatário em posição de intérprete – ouvinte ou leitor – se apropria [do] *ethos*” (Maingueneau, 2008, p. 65).

uma noção discursiva” (Maingueneau, 2008, p. 63). Ele é constituído no e pelo discurso. Dessa forma, está vinculado a “[...] um processo *interativo* de influência sobre o outro [e] [...] não pode ser apreendido fora de uma situação de comunicação precisa, ela própria integrada a uma conjuntura sócio-histórica determinada” (Maingueneau, 2008, p. 63).

No campo da argumentação, no qual é verificável a adesão da PL ao *ethos*¹⁴ coconstruído do OR, adotamos as perspectivas de Toulmin (2001), para quem os argumentos podem ser reduzidos ao modelo “se $p \rightarrow$ então q , já que g (garantia), por conta de a (apoio), a menos que r (exceção)”. A título de exemplo, suponha-se que um indivíduo chamado João tenha sido denunciado por furto (p); assim, presumivelmente, cumprirá pena de dois a oito anos (q), já que quem comete esse tipo de crime é, em geral, condenado (g), por conta do art. 155 do Decreto Lei nº 2848/40 (a), a menos que seja inocente (r). O exemplo ilustra didaticamente nosso objetivo precípuo com este artigo, que é identificar as garantias e apoios que Lula e Bolsonaro utilizam na sua argumentação e verificar se os seus apoiadores reproduzem isso discursivamente.

3 O pronunciamento de Bolsonaro¹⁵

Mais do que uma mera expressão do desejo de agradecimento pelos votos nele depositados, a primeira sentença do pronunciamento de Bolsonaro (2022) – “Quero começar agradecendo os 58 milhões de brasileiros que votaram em mim no último dia 30 de outubro” – figura como exemplo da sua necessidade de autoafirmação como autoridade. Seu objetivo discursivo não é tanto prestar vênias ao seu eleitorado, senão indiretamente reafirmar seu capital político de milhões de eleitores. Apoiado pelo povo, *leitmotiv* que quase sempre vem à tona quando fala em “movimentos populares”, o ex-presidente, então ainda em exercício, alega ter sido vítima de injustiças supostamente cometidas durante o processo eleitoral. Assim, atribui ao TSE a culpa pelo inconformismo daqueles que, à data, bloqueavam as rodovias em diversos

¹⁴ O *ethos* é um dos três componentes da persuasão. Como afirma Adam (2005, p. 94), é um dos “[...] três pólos, mais complementares do que concorrentes, presentes em qualquer movimento argumentativo”.

¹⁵ O discurso de Bolsonaro está disponível na íntegra no seguinte link: <https://g1.globo.com/politica/eleicoes/2022/noticia/2022/11/01/veja-e-leia-a-integra-do-discurso-de-bolsonaro-dois-dias-apos-derrota-em-segundo-turno.ghtml>.

estados do país. Dessa forma, se legitimaria a crescente indignação latente em seu discurso, no qual repousa a ideia algo definitiva de que ele – o candidato suplantado nas urnas – e seus eleitores haviam sido sordidamente ludibriados e espoliados. Seriam bem-vindas, portanto, as irascíveis manifestações, mas não no mesmo molde que as de seus opositores. Nesse ponto, são observáveis ao menos duas imagens: 1. a imagem que Bolsonaro faz da direita; e 2. a imagem que faz da esquerda.

Para a construção da imagem da direita, Bolsonaro retoma o ponto incansavelmente apregoado na campanha de 2018: a defesa dos valores morais, religiosos e patrióticos. Discursivamente, a direita esteia-se em um espectro de conservação dos ideais de família moldados pela crença cristã. Além disso, pelo menos em termos teóricos, não imporia um cerceamento da opinião pública nem interferiria na economia. Na visão do aclamado capitão, principalmente, a direita seria o quadrante político cujos objetivos se alinhariam com os reais interesses do país, uma vez que, dentre outros fatores, adota “as cores verde-amarela da nossa bandeira”. Não é por acaso que, na construção de tal modelo de direita, o “mito” se apodera dos símbolos nacionais. Promove-se, desse modo, não apenas uma espécie de contraponto com as cores do partido adversário, como também, em um sentido mais profundo, o alijamento do opositor de quaisquer nacionalismos ou patriotismos. *Alijar* é o termo mais consentâneo com o *modus operandi* do modelo: da mesma forma que expulsa e torna simbolicamente externos ao sentimento de brasilidade todos os simpatizantes e eleitores do Partido dos Trabalhadores (PT) e de Lula, também arremessa para fora dos círculos da direita todos aqueles que, mesmo nela se inscrevendo, mantenham com ele alguma divergência ideológica.

Em termos discursivos, Bolsonaro apropria-se, sem constrangimentos, de uma imagem de nacionalista/patriota zeloso dos interesses do país, outorgando-se o lugar incontestado de figura sem precedentes na direita nacional. Tudo isto é conduzido em meio a um indisfarçável maniqueísmo. Ele seria o “escolhido” para guiar até bom porto os destinos da nação, em detrimento do “outro”, descrito como “corrupto” e “ladrão”, cujo amor pela pátria inexistente. Bolsonaro, por outro lado, seria a origem e o precursor da direita “de verdade”, em oposição à direita desideologizada – e, portanto, indistinguível, com clareza, da combatida esquerda. Sua argumentação opera entre opostos: bem *versus* mal; verdade *versus* mentira; liberdade *versus* ditadura. Ele seria o bem, a verdade e a liberdade encarnados – o salvador, que figura como o “messias”, a começar pelo próprio nome. A construção do seu *ethos*, desde o início de sua

carreira política, orienta-se no sentido de um persistente messianismo, com sua exclusão da mundanidade e, portanto, autopromoção e elevação a um lugar acima do bem e do mal. Logo, como tal, não comungaria com um sistema corrompido e mentiroso.

Nas eleições de 2022, Bolsonaro aposta em um reforço de um *ethos* de incorruptível e verdadeiro, construído e acalentado durante 34 anos, ininterruptamente, de mandatos em cargos públicos. Se, anteriormente, tal imagem de si já cooptara milhões de eleitores, no pleito de 2022, ela se tornava ainda mais relevante. Do outro lado, como um dos principais postulantes ao Planalto, encontra-se Lula, candidato repetidamente acusado de ações de corrupção e sobre quem os adversários costumam cerzir acusações tão hostis quanto desabonadoras. Não obstante a anulação, por parte do Supremo Tribunal Federal (STF), de todas as condenações que sobre ele pesavam, o proeminente ex-metalúrgico é estrategicamente alocado em um polo oposto à honestidade e à sinceridade, qualidades então restritas ao capitão, o candidato confiável.

Aqui a elaboração de um *ethos* digno de fé não é fortuita, uma vez que o OR reconhece a força que os conceitos de verdade e justiça apresentam na constituição das imagens de si. Essa construção assenta-se, dentre outros elementos, sobre a desconstrução do outro. Tal desconstrução é, ao mesmo tempo, alicerce e base: o discurso bolsonarista dificilmente se sustentaria sem o contraponto; a negação do outro é a sua afirmação. Por isso, o seu reforço discursivo da moralidade deriva de uma alegada imoralidade da esquerda. A esquerda seria a causa; a direita, o efeito – e a resposta. A esquerda seria o mal, o inimigo, o abjeto; a direita, a redenção. Os métodos adotados pela direita, portanto, não deveriam ser os mesmos usados pela esquerda. É o adversário quem invade propriedades, destrói o patrimônio público e cerceia o direito constitucional de ir e vir. Em outras palavras, o opositor é o desrespeito, a “arruaça” e a “balbúrdia”; e “nós” da direita, a “ordem”, sem a qual não haveria progresso.

Antes do seu comunicado à nação, esperava-se que Bolsonaro pudesse (e pretendesse) aplacar os ânimos de seus eleitores. No entanto, o inconformismo de seu eleitorado – projetado sobre uma imagem de povo enganado e injustiçado, se considerada a imagem que o OR faz de sua PL – precisava de uma validação na retórica assinalada. Legitima-se, então, esse lugar da PL com o não reconhecimento da derrota, traço implícito no discurso. Ao mesmo tempo, a expressão concessiva – a

direita não pode fazer isto, *embora* a esquerda sempre o faça – funciona como uma espécie de redução da culpa do comportamento acalorado por parte de seus seguidores após o resultado do pleito. Concomitantemente, a PL constrói a imagem do OR e equaciona a imagem que o OR julga que a PL dele faz. Dessa maneira, adere aos enunciados do OR, colocando-se ao lado daqueles que “defendem a liberdade econômica, a liberdade religiosa, a liberdade de opinião, a honestidade e as cores verde-amarela” (Bolsonaro, 2022). Essas construções tendem a conduzir o discurso da PL, pois, como afirma Amossy (2018, p. 84), “a imagem de si é, assim, apreendida por meio das marcas verbais que a constroem e a propõem ao parceiro da interlocução”. Nesse sentido, há uma proposição de como a PL tende a agir diante da percepção da imagem que o OR projeta para ela, assim como se pode notar em alguns dos comentários em resposta ao pronunciamento de Bolsonaro divulgados no X.

3.1 A reação da plateia ao discurso de Bolsonaro

Com o fito de analisarmos a imagem constituída e projetada pela PL de Bolsonaro, destacamos alguns *tweets* publicados na forma de comentários logo após a fala do ex-presidente, em resposta à transcrição integral de seu discurso feita pelo então Ministro das Comunicações do Governo, Fábio Faria.

Na tentativa de emular o arrebatamento presente no discurso do seu líder, o @usuário 1 afirma:

O sistema realmente achou que toda a população ficaria calada frente a flagrante parcialidade do TSE no processo eleitoral? A revolta não é com o resultado em si, mas com o procedimento parcial. Se o processo eleitoral tivesse sido imparcial, haveria CHANCE de outro resultado (USUÁRIO 1, 01 nov. 2022).

O discurso retoma o binômio *parcialidade x imparcialidade* do STF e do sistema eleitoral, respaldado pelo pronunciamento de Bolsonaro (2022): “Os atuais movimentos populares são fruto de indignação e sentimento de injustiça de como se deu o processo eleitoral”. Apenas a injustiça e a parcialidade poderiam justificar a derrota. Diante disso, o OR presidenciável e a sua PL – em termos de discurso e de argumentação, tomando como base o *layout* de argumentos de Toulmin (2001) – agem do seguinte modo: 1. Bolsonaro perdeu a eleição (*p*), assim, presumivelmente,

a eleição foi fraudada (q) (se p , então q ¹⁶); 2. Bolsonaro perdeu a eleição (p), assim, presumivelmente, a eleição foi fraudada (q), já que o sistema eleitoral brasileiro não é confiável (g), pois o voto eletrônico não é auditável (a); 3. Bolsonaro perdeu a eleição (p), assim, presumivelmente, a eleição foi fraudada (q), a menos que os votos sejam impressos e contabilizados manualmente (r).

Como citado pelo @usuário 2, seria por isso que

Os brasileiros de bem estão indo para os quartéis!! Não aceitamos essa eleição manipulada por bandidos, ex-presidiário, STF, STE, TRE, compras de votos, censura em redes sociais, quartéis a população de bem está chegando (USUÁRIO 2, 01 nov. 2022).

A alegação é a de que a eleição foi alvo de manipulação. Tal pretexto se fundamenta na derrota de Bolsonaro. Como afirma Toulmin (2001, p. 141), um processo que se resume à expressão “se p , então q ” (ou se D , então C) pode ser reescrito nas formas seguintes: “dados do tipo D nos dão o direito de tirar as conclusões C (ou de fazer as alegações C)”, ou, em uma formulação optativa, “dados (os dados) D , pode-se assumir que C ”. Ou seja, para a PL do presidencialista Bolsonaro, em face do dado (derrota na eleição presidencial de 2022), pode-se assumir que a eleição foi fraudada (C). O sistema teria, pois, vencido.

A @usuária 3, nesse mesmo diapasão, afirma:

Obrigado Presidente Bolsonaro, vivemos quatro anos de tranquilidade e Paz, infelizmente o sistema venceu, fomos roubados descaradamente, o que podemos esperar de um governo socialista, serão dias de incertezas, Deus o abençoe e conte com seu povo (USUÁRIA 3, 01 nov. 2022).

Como se pode observar, os enunciadores que integram a PL do OR Bolsonaro validam o seu discurso. Em outras palavras, replicam discursivamente as principais ideias que moldam intencionalmente as falas do candidato derrotado e, conseqüentemente, dialogam com seu *ethos*. É fato que o OR em questão usufrui com maestria de uma PL engajada e predominantemente homogênea, resultado da articulação entre os anseios de um eleitorado conservador, religioso e indignado com a corrupção no país – exaustivamente associada pelos meios de comunicação à esquerda brasileira – e a imagem de incorruptível de um líder que se coloca como

¹⁶ Estabelecemos, neste caso, que os processos de argumentação se restringem à fórmula “se p , então q (ou se D , então C)”, em que: D é o dado; C é a alegação; g é a garantia, a é o apoio para a garantia e r são as condições de exceção ou refutação.

capaz de lutar contra todas as mazelas do sistema político. Sobre isso, Amossy (2018, p. 63) afirma:

A situação mais favorável à persuasão, quando não a mais simples, é aquela em que o orador se dirige a um público que compartilha valores e, até mesmo, objetivos idênticos. [...] A homogeneidade, sempre relativa e provisória do público, existe apesar de tudo. Ela deriva do fato de que o orador, para construir seu auditório, pode apostar sobre um denominador comum. Assim, o presidente da República em uma alocução televisiva se reporta a uma identidade nacional e aos valores que ela implica para milhões de telespectadores.

Para Amossy (2018), essa homogeneidade da PL é designada e, simultaneamente, construída pelo OR. Por isso, afirmamos que há uma tendência de reprodução discursiva, na qual os interlocutores veem seu discurso atravessado pelo *ethos* do OR, como se evidencia nas respostas dos usuários apoiadores do discurso do ex-presidente Bolsonaro. No comentário do @usuário 1, por exemplo, reproduz-se a ideia de que os resultados das eleições são fraudulentos. O sentimento de injustiça diante do processo eleitoral, como destaca Bolsonaro, tende a ser promovido entre seus apoiadores, os quais semeiam a revolta diante da suposta parcialidade do TSE. Comentários como esse são recorrentes. Mesmo sem citar o TSE, o candidato sabia que, ao reforçar a “injustiça” em seu discurso, estaria apontando seus conjecturados alvos, recuperados imediatamente por sua PL, induzida a compartilhar dos mesmos sentimentos, replicando-os em suas postagens.

Na mesma direção, o comentário do @usuário 2 aponta quem seriam os responsáveis pela manipulação dos resultados eleitorais e, além disso, inscreve seu enunciador nos “brasileiros de bem”, como a massa apoiadora de Bolsonaro tão comumente se autointitula. Os “brasileiros de bem” seriam aqueles apontados pelo OR como os que, assim como o próprio OR, estão do lado da liberdade, da religião, da honestidade e do patriotismo. No outro extremo, estaria a esquerda. É interessante considerarmos o que observa Fiorin (2018, p. 74), quando diz que “o auditório, o enunciatário, o *target*, como dizem os publicitários, faz parte do sujeito da enunciação; é produto do discurso, na medida em que determina escolhas linguísticas do enunciador”. O OR, portanto, sabe precisamente a que público se dirige e como alcançá-lo de forma eficaz. Não é vã a indicação de seus valores no discurso, nem o apelo à emoção. Tampouco são vãos os termos-pivô de que se vale: liberdade, valores e Constituição. Lançando mão de afirmações que julga adequadas ao momento pós-eleição, o OR reafirma seu compromisso com a liberdade – nunca teria

cogitado “controlar ou censurar a mídia e as redes sociais” – e com os valores conservadores: Deus, Pátria, Família. Quando faz tais afirmações, um outro enunciador se torna perceptível no seu discurso: aquele que pressupõe que o outro candidato é censurador, controlador e não afeito à religião, ao patriotismo e à família. No que respeita à censura, seu discurso é reproduzido no comentário do @usuário 2: “Não aceitamos [...] censura em redes sociais”.

Em termos de reprodução de uma dada imagem da esquerda, o comentário da @usuária 3 é significativo: “o que podemos esperar de um governo socialista?”. A partir daquele momento, afirma a @usuária 3, o Brasil viveria “dias de incertezas”. Seu comentário termina dialogando com um pilar da construção do *ethos* do OR: DEUS. Em outras palavras, a religiosidade atua em favor da construção do discurso do OR e, conseqüentemente, da reprodução discursiva de sua PL, como pode ser visto em outros *tweets* que extensivamente apelam ao discurso religioso na interlocução de suas ideias.

Os termos-pivô da comunicação de Bolsonaro – Constituição; liberdade; honestidade; ordem e progresso; valores; injustiça – são reproduzidos pelos seus apoiadores e/ou dão ensejo a outros termos com eles correlacionados. No caso do @usuário 1, os termos-pivô são: sistema, parcialidade, imparcial, chance. Tais termos materializam o descontentamento com o desfecho do processo eleitoral e, sobretudo, com a forma como ele teria sido conduzido. O mesmo se verifica quando atentamos aos termos-pivô dos comentários do @usuário 2 (brasileiros de bem; quartéis; eleição manipulada; bandidos; censura; compra de votos) e da @usuária 3 (sistema; roubados; incertezas). Enfim, há um termo-pivô e/ou sentimento comum ao discurso de Bolsonaro (ao OR) e aos comentários (à PL) aqui expostos que sobressai: “injustiça”.

No nível da argumentação, a PL reproduz a mesma alegação que o OR (a eleição foi fraudada), baseando-se no mesmo dado (Bolsonaro perdeu a eleição) e na mesma garantia (o sistema eleitoral brasileiro não é confiável) e apoio (o voto eletrônico não é auditável), como implícito no discurso de ambos.

4 O pronunciamento de Lula

Imbuído de um aparente sentimento de pacificação e unificação do Brasil, o discurso do presidente Lula¹⁷, na contramão do de Bolsonaro, vem carregado de construções que visam à exaltação do processo eleitoral democrático e da vontade do povo brasileiro. Diante do flagrante enfraquecimento da imagem de seu partido político, decorrente dos escândalos de corrupção enquanto o PT permaneceu no poder, entre 2002 e 2016, o presidente eleito empenha-se, já no início de seu texto, por destacar que a vitória ali celebrada não seria do PT, da esquerda ou de um líder que encabeça a força ideológica de tal vertente política no país, mas do povo.

Em seu discurso, Lula se propõe um estratégico afastamento da imagem desgastada de seu partido e uma habilidosa aproximação do povo e dos seus anseios. Essa aproximação fica mais clara como marca de sua práxis política no início de seu primeiro mandato, em 2002, quando começa a politicamente focar seu olhar sobre populações mais vulneráveis do país. No entanto, dadas as características inéditas do processo eleitoral de 2022, no qual questões outras – além de simplesmente se dirigir aos mais pobres – estavam em jogo, Lula necessita falar a uma expressiva parcela da população que, naquele momento, não o reconhece como liderança digna de respeito e de fé. Por isso, o OR adota a estratégia de estender exhaustivamente a vitória obtida no pleito a uma imaginada universalidade da qual fazem parte todos os brasileiros. Quando diz “esta não é uma vitória minha, nem do PT, nem dos partidos que me apoiaram nessa campanha” (Lula da Silva, 2022), o presidente eleito deixa patente o objetivo de angariar a adesão geral do eleitorado, inclusive daquele que não se inscreve na sua massa apoiadora.

Nas eleições de 2022, como se pôde observar nos embates televisivos entre os dois principais adversários políticos, o presidente eleito Lula teve de lidar com as acusações de corrupção que lhe custaram um ano e sete meses de prisão. Recuperar, portanto, a imagem do OR digno de fé consiste em uma das principais tarefas do seu discurso. Para isso, conforme Maingueneau (2008b, p. 57), “o orador pode jogar com três qualidades fundamentais: a *phronesis*, ou prudência, a *areté*, ou virtude, e a *eunomia*, ou benevolência”. Isso é o que Lula objetiva ao negar, em seu discurso, um “estado de guerra”: “É hora de baixar as armas, que jamais deveriam ter sido empunhadas. Armas matam. E nós escolhemos a vida” (Lula da Silva, 2022). Desse

¹⁷ O discurso de Lula da Silva está disponível na íntegra no seguinte link: <https://g1.globo.com/politica/eleicoes/2022/noticia/2022/10/31/leia-e-veja-a-integra-dos-discursos-de-lula-apos-vitoria-nas-eleicoes.ghtml>.

modo, toma para si a virtude, materializada em substantivos como amor, paz, fraternidade, generosidade e solidariedade, ao mesmo tempo em que se afasta do discurso armamentista reverberado por Bolsonaro e seus apoiadores. O OR do discurso de vitória apela para a construção de um *ethos* de pacificador, colocando em evidência sintagmas verbais como “reunir”, “refazer”, “reconstruir”, “recuperar”. Seu intento é o de despertar na PL a esperança de retorno a um projeto de país oposto ao discurso de violência e de separação. Isso é, outrossim, o que o OR pensa que a PL espera de seu posicionamento. Dirigindo-se a uma plateia heterogênea, composta também por eleitores que não necessariamente votaram *a favor* de sua legenda, mas *contra* um outro projeto político, o OR articula seu discurso de modo a comportar o que imagina que a PL espera dele naquele momento: união. É nesse intuito que afirma que governará para 215 milhões de brasileiros, não apenas para aqueles que lhe confiaram seu voto, complementando que “não existem dois Brasis” (Lula da Silva, 2022).

No discurso de Lula, identifica-se, com nitidez, a construção que o OR (quer que acreditemos que ele) faz de sua PL, nomeadamente em afirmações como “a ninguém interessa viver num país dividido, em permanente estado de guerra [...]. Esse povo não quer mais brigar. Esse povo está cansado [...]” (Lula da Silva, 2022). Para o OR, a PL estaria desgastada e decepcionada com os quatro anos do governo anterior e suas ideologias. Por isso, projeta em seu discurso aquilo que julga ser o pensamento de seu interlocutor e o que ele espera que a própria PL coloque no seu discurso.

Outro ponto relevante do discurso diz respeito ao empenho do OR em desconstruir o que apresenta como falácias que teriam prejudicado consideravelmente a campanha do presidente eleito. Para tanto, destacam-se a tentativa de recuperação dos símbolos nacionais, como as cores da bandeira brasileira, extensamente explorados como marcas do governo anterior, e a tentativa de aproximação com grupos religiosos, que massivamente apoiaram o presidente Bolsonaro em razão de seu propalado viés conservador. Dado o complexo momento de processo eleitoral, a imagem que o OR supõe que a PL faz dele é de oposição a esses dois pontos (nacionalismo e religiosidade). Portanto, para o OR parece necessário reafirmar que o verde-amarelo e a bandeira não figuram como propriedades exclusivas de nenhum grupo específico, mas pertencem a uma coletividade encarnada na forma do povo. Neste esforço de desconstrução, apela-se também aos ensinamentos do Papa Francisco e de Jesus Cristo, assim se

incorporando ao discurso uma prática de fé, que valida a imagem do presidente eleito, igualmente piedoso e, portanto, disposto a dialogar com aqueles cujos votos foram destinados ao candidato da direita por razões religiosas.

4.1 A reação da plateia ao discurso de Lula

Tratando da imagem que a PL se atribui e projeta de si mesma diante do discurso de Lula, consideramos algumas reações, na forma de comentários, de seguidores do presidente eleito no X. Na postagem de Lula após seu discurso de vitória na Avenida Paulista – acompanhada de uma foto aérea de Ricardo Stuckert mostrando a multidão que, naquela noite, ouvia a fala do presidente –, pode-se notar a forma como muitos usuários reproduziram a ideia de uma vitória principalmente popular e coletiva, ou a “vitória do povo brasileiro”, como destaca a fala de Lula já no início de seu discurso. Em muitos comentários, identifica-se a repetição do sintagma verbal “vencemos”, em primeira pessoa do plural, veiculando a ideia de que as pessoas, em sua maioria representadas pela vitória da esquerda na noite de 30 de outubro, abraçaram e reproduziram, de fato, a imagem idealizada pelo OR, como se pode observar no comentário da @usuária 4:

Vencemos! Vencemos Lulinha! Obrigada por não desistir do Brasil! Nós voltamos! (USÁRIA 4, 31 out. 2022).

Nesse recorte, a usuária não apenas compartilha com o OR do sentimento de vitória, mas corrobora, pelo enunciado “Nós voltamos!”, o pensamento de que Lula representa o retorno do povo ao poder, ideia exaustivamente reforçada no discurso do OR eleito. Isso é naturalmente replicado nos discursos da PL, que não hesita em demonstrar o sentimento partilhado de alegria em estar de volta a uma espécie de lugar imaginário reforçado pelo OR.

Outros comentários, como o do @usuário 5 –

Foi tenso, sofrido. Sem perder a esperança na vitória, suamos frio temendo a diferença estreita. Mas não importa por quantos votos, vencemos!!! Estou um trapo, mas leve como uma pluma. O Brasil vai ser feliz de novo! (USUÁRIO 5, 31 out. 2022).

– e o da @usuária 6 –

choreiiii de alegria e felicidade. Mereceste querido e amado Lula, nós te ajudaremos a governar o nosso Brasil, e que eles destruíram. Hoje, acordei

com a alma, e o coração leves. 13 beijos no teu (emoticon de coração) Bom dia (emoticon de moça com mão levantada) paz e bem (emoticon de mãos em oração) (USUÁRIA 6, 31 out. 2022).

– reproduzem o discurso de vitória do povo.

O @usuário 5 destaca a dificuldade para a vitória de Lula, por conta da pequena diferença de votos, mas também realça o sintagma “vencemos!!!”. No recorte seguinte, dotado de substancial linguagem emotiva, a @usuária 6 promete: “nós te ajudaremos a governar o nosso Brasil, e que eles destruíram”. A PL, neste caso, dialoga com o discurso do OR, quando este apela – “Vou precisar de todos”, ou quando diz que “Todos juntos seremos capazes de consertar este país” (Lula da Silva, 2022). Observe-se que o OR conclama o povo a uma restauração da nação, fazendo pressupor, dessa maneira, que o Brasil foi destruído. Ainda que o discurso se apresente como pacificador, são perceptíveis – embora sutis – as críticas que ele estabelece quando se pronuncia contra temas caros ao candidato derrotado, como é o caso do porte de armas, e quando suscita a ideia de uma reconstrução, já que só se reconstrói aquilo que, por alguma razão, foi destruído. Portanto, a PL reproduz discursivamente a imagem do OR de solução para os problemas estabelecidos pelo presidente anterior, e, assim como proposto no discurso de vitória do presidente eleito, se assume parte essencial para essa solução.

Por fim, no comentário do @usuário 7 –

Que discursos lindos, presidente eleito. O senhor encarnou a alma brasileira – o melhor dela (USUÁRIO 7, 31 out. 2022).

– observa-se uma nítida reprodução do que o OR afirma em determinado momento do discurso: é necessário reconstruir a própria alma do país. A PL, na qual se inscreve o @usuário 7, reproduz discursivamente a noção de um Brasil cuja alma precisa ser recuperada, o que será possível, segundo o OR do presidente eleito, reavendo-se a generosidade, a solidariedade, o respeito e o amor perdidos durante os quatro anos do governo anterior. A PL reproduz tal ideia atribuindo essa alma brasileira ao vencedor do pleito presidencial.

Na análise dos termos-pivô do discurso de Lula e dos comentários de seus seguidores, verifica-se o encaminhamento de um sentimento de união e de esperança partilhado pelo OR presidenciável e pela sua PL. No discurso de Lula, os termos-pivô são, além de *esperança* e *união*, *democracia*, *justiça social*, *diálogo*, *país* e *povo*, palavras que encaminham a materialização pela sua PL de emoção, apoio e senso de

renovação (caso da @usuária 4, cujos termos-pivô em seu comentário são: vencemos; Lulinha; obrigada; Brasil; voltamos); de superação e otimismo (caso do @usuário 5, em que os termos-pivô são: esperança; vencemos; Brasil; feliz); de celebração e compromisso com o futuro (caso da @usuária 6, cujo comentário tem como termos-pivô: alegria; felicidade; ajudaremos; nosso Brasil; alma e coração leves; paz e bem); e de admiração pelo presidente eleito (caso do @usuário 7, cujo comentário tem os seguintes termos-pivô: encarnou; alma brasileira; presidente eleito; o melhor dela). O termo-pivô comum ao discurso de Lula e às postagens da sua PL é “vencemos”.

No que respeita à argumentação, o discurso de Lula e os comentários de seus eleitores repousam, portanto, em termos genéricos, sobre o seguinte modelo: alegação (C): o povo brasileiro/o Brasil tem um futuro promissor pela frente; dado (D): Lula venceu a eleição; garantia (g): Lula sempre defendeu os interesses do povo brasileiro; apoio (a): programas sociais como “Minha casa, Minha vida”; refutação (r): a menos que se concretize algum golpe eleitoral. Isto é, Lula e seus eleitores alegam que o povo brasileiro e o Brasil têm um futuro promissor pela frente (C), uma vez que ele (Lula) venceu a eleição (D), já que sempre defendeu os interesses do povo brasileiro (g), como atestam os programas sociais, do tipo “Minha casa, Minha vida”, por ele criados (a). Portanto, dado que Lula venceu a eleição (D), o povo brasileiro e o Brasil têm um futuro auspicioso (C) (se D, então C), a menos que o adversário ponha em andamento um golpe eleitoral (r) (se D, então C, a menos que r). A expressão “se D, então C” é, em última instância, reduzida a: se Lula venceu (D), então nós (povo brasileiro) vencemos (C).

5 Considerações finais

Fazendo um levantamento dos sintagmas mais recorrentes nos dois pronunciamentos dos presidenciáveis aqui considerados, podemos reforçar as asserções feitas em nossa análise. No discurso de Bolsonaro, por exemplo, o termo mais recorrente é “liberdade”, com quatro ocorrências. De fato, o *ethos* de libertador da nação é o principal traço pretendido pelo OR, como vimos anteriormente. A PL, por sua vez, nos comentários analisados, reproduz discursivamente essa ideia e reforça tal imagem quando, inconformada com os resultados das eleições, quase sempre

atribui ao candidato derrotado uma suposta liberdade econômica e ideológica que o país teria experimentado durante seu governo.

No levantamento de termos-pivô encontrados no discurso de Lula, por seu turno, observa-se uma grande recorrência dos sintagmas “país” (vinte ocorrências) e “povo” (dezoito ocorrências). O *ethos* de homem do povo é coconstruído com a PL, de modo que ela reproduz discursivamente tal imagem, haja vista a quantidade de comentários exaltando a vitória de Lula como se fosse uma conquista de todos os brasileiros que, de alguma forma, sentem-se representados em suas palavras e que, em uma medida algo significativa, são pessoas vitimadas pela pobreza e algumas pertencentes a minorias em situação de vulnerabilidade social.

Quando atentamos à argumentação, verificamos que a reprodução discursiva *OR x PL* acontece a todo tempo. Se Bolsonaro usa uma argumentação do gênero “se *p*, então *q*”, em que *p* (Bolsonaro [eu] perdeu [perdi] a eleição) obriga a *q* (a eleição foi fraudada), seus apoiadores, no mesmo sentido, argumentam que “se Bolsonaro perdeu a eleição (*p*), então a eleição foi fraudada (*q*). Da mesma maneira, Lula, usando fórmula idêntica, alega que o povo brasileiro/o Brasil tem um futuro promissor pela frente (*q*), dado que Lula [ele] venceu a eleição (*p*), e sua PL o reproduz integralmente.

Como podemos observar na nossa pesquisa, “[...] o discurso ao construir um enunciador constrói também um enunciatário” (Negri, 2009, p. 207), isto é, *OR* e *PL* se autodeterminam e se coconstroem, de tal modo que, em seus discursos, se vislumbram as vozes um do outro. O *eu* e o *outro*, em inter-relação, se constituem mutuamente. Pelo tom (dimensão vocal), corpo (dimensão física) e caráter (dimensão psíquica), a *PL* adere/incorpora um fiador¹⁸, com o qual se identifica e forma um todo orgânico discursivamente, uma espécie de “único discurso”. Em outras palavras, os *ethos* discursivos de Lula e de Bolsonaro são replicados e operam como elementos constituintes dos discursos de seus eleitores, e vice-versa.

BOLSONARO, LULA AND THEIR SUPPORTERS: ETHOS AND DISCURSIVE REPRODUCTION

¹⁸ Fiador é uma entidade imaginária intradiscursiva que pelo seu tom, caráter e corporalidade atesta o que é dito.

Abstract: In this article, we focus on the concept of *ethos* and, through its conceptualization and design, supported by data collected on social networks (more specifically, on X), seek to analyze the influence that the discursive *ethos* of political leaders can have on the speech of their followers. Our research question is, therefore, *whether* and *how* the discursive *ethos* of a political leader is materialized in the discourse of those who support him. In this sense, we carried out a comparative analysis of Luiz Inácio Lula da Silva's victory speech, in São Paulo, on the night of 30 October 2022, and the post-election communication of the then President of the Republic, Jair Messias Bolsonaro, on 1 November 2022, at Palácio do Planalto, with posts on X from supporters of both presidential candidates. As a theoretical contribution, we highlight Amossy (2005; 2011), Maingueneau (2008; 2013); Fiorin (2004); Negri (2009); among others. As a conclusion, we point out that the discursive *ethos* of public figures such as former President Bolsonaro and President Lula is replicated and a constituent element of the speeches of those who identify with them ideologically, and vice versa.

Keywords: discursive *ethos*; discursive reproduction; argumentation.

Referências

ADAM, J.-M. Imagens de si e esquematização do orador: Pétain e De Gaulle em junho de 1940. In: ADAM, J.-M. (Org.). *Imagens de si no discurso: a construção do ethos*. São Paulo: Contexto, 2005. p. 93-117.

AMOSSY, R. *A argumentação no discurso*. São Paulo: Contexto, 2018.

AMOSSY, R. Introdução: da noção retórica de *ethos* à análise do discurso. In: AMOSSY, R. (Org.). *Imagens de si no discurso: a construção do ethos*. São Paulo: Contexto, 2005. p. 9-28.

ARISTÓTELES. *Retórica*. 2. ed. Lisboa: Imprensa Nacional-Casa da Moeda, 2005.

BOLSONARO, Jair. *Primeiro pronunciamento pós-derrota no pleito presidencial*. 2022. Disponível em: <https://g1.globo.com/politica/eleicoes/2022/noticia/2022/11/01/veja-e-leia-a-integra-do-discurso-de-bolsonaro-dois-dias-apos-derrota-em-segundo-turno.ghtml>. Acesso em: 12 fev. 2024.

CHARAUDEAU, P.; MAINGUENEAU, D. *Dicionário de Análise do Discurso*. 3. ed. São Paulo: Contexto, 2016.

D'ANCONA, M. *Pós-verdade: a nova guerra contra os fatos em tempos de FAKE NEWS*. Barueri: Faro Editorial, 2018.

FIORIN, J. L. *Argumentação*. São Paulo: Contexto, 2018.

FIORIN, J. L. O éthos do enunciador. *Razões e sensibilidades*. Araraquara: Cultura Acadêmica Editora, v. 1, p. 117-138, 2004.

LULA DA SILVA, Luiz Inácio. *Primeiro pronunciamento como presidente eleito*. 2022. Disponível em: <https://g1.globo.com/politica/eleicoes/2022/noticia/2022/10/31/leia-e-veja-a-integra-dos-discursos-de-lula-apos-vitoria-nas-eleicoes.ghtml>. Acesso em: 12 fev. 2024.

MAINGUENEAU, D. *Análise de textos de comunicação*. 6. ed. São Paulo: Cortez, 2013.

MAINGUENEAU, D. A propósito do *ethos*. In: MOTTA, A. R.; SALGADO, L. (Org.). *Ethos discursivo*. São Paulo: Contexto, 2008. p. 11-29.

MAINGUENEAU, D. *Cenas da Enunciação*. São Paulo: Parábola Editorial, 2008.

MAINGUENEAU, D. *Doze conceitos em análise do discurso*. São Paulo: Parábola Editorial, 2010.

MAINGUENEAU, D. *O contexto da obra literária*. 2. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2001.

MAINGUENEAU, D. Problemas de *ethos*. In: POSSENTI, S.; SOUZA-E-SILVA, M. C. P. de (Orgs.). *Cenas da Enunciação*. São Paulo: Parábola Editorial, 2008b. p. 55-73.

NEGRI, L. A determinação recíproca entre *pathos* e *ethos* discursivo. Ou, uns e outros. *Organon*, Porto Alegre, v. 29, n. 46, 2009, p. 205-217.

ORWELL, G. *Lutando na Espanha*. Porto Alegre: Editora Globo, 2006.

PÊCHEUX, M. III Análise Automática do Discurso (AAD-69). In: GADET, F.; HAK, T. (orgs.). *Por uma análise automática do discurso: Uma introdução à obra de Michel Pêcheux*. Campinas: Editora da Unicamp, 1990, p. 61-105.

TOULMIN, S. *Os usos do argumento*. São Paulo: Martins Fontes, 2001.

USUÁRIO 1. *O sistema realmente achou que toda a população ficaria calada frente a flagrante parcialidade do TSE no processo eleitoral? A revolta não é com o resultado em si, mas com o procedimento parcial. Se o processo eleitoral tivesse sido imparcial, haveria CHANCE de outro resultado*. 01 nov. 2022. X: @usuário 1.

USUÁRIO 2. *Os brasileiros de bem estão indo para os quartéis!! Não aceitamos essa eleição manipulada por bandidos, ex-presidiário, STF, STE, TRE, compras de votos, censura em redes sociais, quartéis a população de bem está chegando*. 01 nov. 2022. X: @usuário 2.

USUÁRIA 3. *Obrigado Presidente Bolsonaro, vivemos quatro anos de tranquilidade e Paz, infelizmente o sistema venceu, fomos roubados descaradamente, o que podemos esperar de um governo socialista, serão dias de incertezas, Deus o abençoe e conte com seu povo*. Porto Alegre, 01 nov. 2022. X: @usuária 3.

USUÁRIA 4. *Vencemos! Vencemos Lulinha! Obrigada por não desistir do Brasil! Nós voltamos!* 31 out. 2022. X: @usuária 4.

USUÁRIO 5. *Foi tenso, sofrido. Sem perder a esperança na vitória, suamos frio temendo a diferença estreita. Mas não importa por quantos votos, vencemos!!! Estou um trapo, mas leve como uma pluma. O Brasil vai ser feliz de novo!* 31 out. 2022. X: @usuário 5.

USUÁRIA 6. *choreiiii de alegria e felicidade. Mereceste querido e amado Lula, nós te ajudaremos a governar o nosso Brasil, e que eles destruíram. Hoje, acordei com a alma, e o coração leves. 13 beijos no teu (emoticon de coração) Bom dia (emoticon de moça com mão levantada) paz e bem (emoticon de mãos em oração).* 31 out. 2022. X: @usuária 6.

USUÁRIO 7. *Que discursos lindos, presidente eleito. O senhor encarnou a alma brasileira – o melhor dela.* 31 out. 2022. X: @usuário 7.

Recebido em 12/02/2026

Aceito em 22/03/2026

Publicado em 30/04/2026