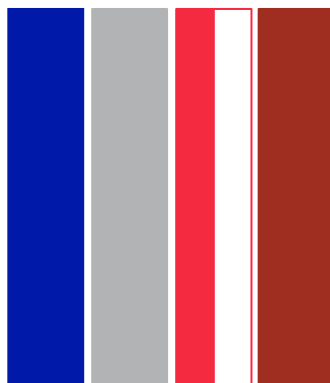


MESTRADO EM CIÊNCIA DA COMUNICAÇÃO
COMUNICAÇÃO POLÍTICA

**De “Para la victoria” a “Argentina de pie”:
uma análise comparativa do *Ethos* nos discursos de
Daniel Scioli e Alberto Fernández nas eleições
presidenciais da Argentina em 2015 e 2019**

Anderson Carlos Gomes de Lima

2021



Anderson Carlos Gomes de Lima

**De “Para la victoria” a “Argentina de pie”:
uma análise comparativa do *Ethos* nos
discursos de Daniel Scioli e Alberto Fernández
nas eleições presidenciais da Argentina em
2015 e 2019**

Dissertação realizada no âmbito do Mestrado em Ciência da Comunicação, orientada
pelo Professor Doutor Vasco Ribeiro e pelo Professor Doutor Júlio Azevedo.

Faculdade de Letras da Universidade do Porto

2021

Anderson Carlos Gomes de Lima

**De “Para la victoria” a “Argentina de pie”:
uma análise comparativa do *Ethos* nos discursos de
Daniel Scioli e Alberto Fernández nas eleições
presidenciais da Argentina em 2015 e 2019**

Dissertação realizada no âmbito do Mestrado em Ciência da Comunicação, orientada
pelo Professor Doutor Vasco Ribeiro e pelo Professor Doutor Júlio Azevedo.

Membros do Júri

Professor Doutor (escreva o nome do/a Professor/a)

Faculdade (nome da faculdade) - Universidade (nome da universidade)

Professor Doutor (escreva o nome do/a Professor/a)

Faculdade (nome da faculdade) - Universidade (nome da universidade)

Professor Doutor (escreva o nome do/a Professor/a)

Faculdade (nome da faculdade) - Universidade (nome da universidade)

Classificação obtida: (escreva o valor) Valores

Dedico este trabalho aos meus pais.

Sumário

Declaração de honra	4
Agradecimentos	5
Resumo	7
Abstract.....	8
Introdução	9
1.Retórica, argumentação e discurso político.....	14
1.1.Argumentação no discurso.....	17
1.1.1. Doxa e Evidências Compartilhadas	19
1.2. Discurso Político	20
1.2.1. Contrato de Comunicação e as Instâncias	22
1.3. Ethos.....	25
1.3.1. <i>Ethé</i> de Credibilidade.....	28
1.3.1.1 Ethos de Sêrio	29
1.3.1.2 Ethos de Virtude	29
1.3.1.3 Ethos de Competência	29
1.3.2. <i>Ethé</i> de Identificação	30
1.3.2.1 Ethos de Potência	30
1.3.2.2 Ethos de Caráter	31
1.3.2.3 Ethos de Inteligência.....	31
1.3.3. <i>Ethos</i> de Humanidade.....	32
1.3.3.1 Ethos de Chefe	32
1.3.3.2 Ethos de Solidariedade	33
2.Peronismo, Kirchnerismo e contexto eleitoral de 2015 e 2019.....	34
2.1. Peronismo	35
2.2. Kirchnerismo	39
2.3. “Para la victoria” - Eleições presidenciais de 2015.....	44
2.4. “Argentina de Pie” – Eleições presidenciais de 2019	45
3.Estudo de caso: A criação da imagem através do discurso eleitoral	48
3.1. Definição de Objetivo.....	48
3.2. Objeto de Estudo.....	48
3.2.1. Descrição e justificação da escolha dos discursos	49
3.2.2. Perfil de Daniel Scioli	50

3.2.3. Perfil de Alberto Fernández.....	50
3.3. Questão de partida.....	51
3.4. Metodologia.....	51
3.4.1. Análise de Discurso.....	51
3.4.2. Entrevistas Semiestruturadas.....	54
3.5. Resultados.....	55
3.5.1. Resultados da análise do discurso.....	55
3.5.1.1. Resultados da análise do discurso de Daniel Scioli em 2015.....	55
3.5.1.2. Resultado da análise do discurso de Alberto Fernández em 2019.....	64
3.5.1.3 Comparação entre os discursos.....	74
3.5.2. Resultados comparados das entrevistas semiestruturadas.....	77
3.5.2.1 Contexto político em 2015 e 2019.....	78
3.5.2.2 A participação de Cristina Kirchner em cada eleição.....	78
Conclusão.....	80
Referências Bibliográficas.....	84
Apêndice 1.....	86

Declaração de honra

Declaro que o presente trabalho/tese/dissertação/relatório/... é de minha autoria e não foi utilizado previamente noutro curso ou unidade curricular, desta ou de outra instituição. As referências a outros autores (afirmações, ideias, pensamentos) respeitam escrupulosamente as regras da atribuição, e encontram-se devidamente indicadas no texto e nas referências bibliográficas, de acordo com as normas de referência. Tenho consciência de que a prática de plágio e auto-plágio constitui um ilícito académico.

Porto, 2021

Anderson Carlos Gomes de Lima

Agradecimentos

Primeiramente, quero agradecer a minha família, pilar fundamental na minha vida, por todo o apoio e carinho que recebi ao longos desses dois anos vivendo longe de todos em busca de um objetivo. Em especial, aos meu pais, André e Sônia, por todas as conversas, amor e palavras essenciais para minimizar as dificuldades de viver longe do seu país e fundamental apoio em momentos difíceis. Sempre com uma palavra amiga e reconfortante, sem eles nada disso seria possível. A minha irmã Amanda, minha amiga, confidente e conselheira, por cada palavra e, muitas vezes, por apenas ouvir atenta os meus desabafos. Ao meu irmão Bruno, pela amizade, solidez e cuidado de sempre. A minha sobrinha e afilhada Laura, que ainda não tive a oportunidade de conhecer pessoalmente, mas cujo nascimento encheu meu coração de amor, felicidade e paz. Minha sobrinha e afilhada Ana Clara, por ser luz, amor e alegria na minha vida. Ao meu cunhado Bruno e minha cunhada Elytania, um irmão e uma irmã que ganhei na vida. A Carolina, por todo companheirismo, carinho e apoio durante a caminhada, tornando toda essa jornada mais bela e fácil.

Aos meus amigos do Brasil e aos amigos que fiz em Portugal, família que criamos e que escolhemos, por todo amor demonstrado durante todo esse tempo.

Ao meu orientador Vasco Ribeiro, que se mostrou disponível desde sempre, por todo contributo teórico e ajuda em todos os momentos necessários, e pela liberdade de criação que me foi dada. Ao meu coorientador Júlio Azevedo pelo apoio durante o processo.

Por fim, gostaria de agradecer ao meu tio/padrinho Cláudio (in memoriam), por sempre ter me recebido com um sorriso aberto, uma boa piada e uma palavra amiga; e a minha tia/madrinha Janine (in memoriam), minha segunda mãe, por todo ensinamento, carinho, amor e aprendizado que me foi passado e que carregarei comigo por toda vida.

Este trabalho tem um pouco de cada um e, em tempos pandêmicos, todo esse apoio se tornou ainda mais fundamental para, não só a finalização do trabalho, como

também para manter a cabeça boa, na medida do possível, diante do difícil cenário mundial.

Resumo

O resultado da eleição presidencial da Argentina no ano de 2015 foi histórico e findou uma Era que durou 12 anos e ficou conhecida como Kirchnerismo. Nesse período o país foi presidido por Nestor Kirchner entre 2003 e 2007 e por Cristina Kirchner, sua esposa, que governou o país entre 2007 e 2015. O candidato apoiado pela ex-presidenta Cristina Kirchner, Daniel Scioli, foi derrotado por Maurício Macri e foi a primeira vez, após o restabelecimento da democracia no país, em 1983, que a eleição foi decidida em segundo turno e vencida pelo candidato opositor. No ano de 2019, Maurício Macri foi candidato à reeleição e Alberto Fernández, juntamente com Cristina Kirchner, dessa vez como candidata a vice, formaram a oposição kirchnerista ao governo. O resultado foi a vitória de Alberto Fernández ainda no primeiro turno; dessa maneira, Maurício Macri se tornou o primeiro presidente a não ser reeleito desde que a opção passou a ser válida na constituição de 1949. Duas eleições sequenciais com resultados distintos e com grandes marcos históricos em seus resultados. Sendo assim, analisar e comparar como cada candidato representante da centro-esquerda criou seu *ethos* através do discurso, sendo o primeiro derrotado e o segundo vitorioso, é um caminho para identificar mudanças e repetições que fizeram parte de ambos discursos. A linha de Análise de Discurso francesa norteou o trabalho, que tem objetivo de identificar as diferenças na forma com que cada candidato buscou criar o *ethos* através do discurso. Como resultado, conseguimos apontar a diferença na forma com que cada candidato buscou criar sua imagem. Como por exemplo, no discurso de Daniel Scioli, em 2015, identificamos a maior presença do *ethos* de chefe, recorrente em toda sua fala; e no discurso de Alberto Fernández, predominou o *ethos* de solidariedade.

Palavras-chave: Análise de Discurso; Argentina; Cristina Kirchner; Discurso Político; *Ethos*.

Abstract

The result of Argentina's presidential election in 2015 was historic and the end of an era that lasted 12 years and became known as Kirchnerism. By that time, between 2003 and 2007 the country was presided over by Nestor Kirchner and was after governed by his wife Cristina Kirchner between 2007 and 2015. Afterwards, Daniel Scioli was the candidate supported by former president Cristina Kirchner who ended up defeated by Mauricio Macri. After the reestablishment of democracy in Argentina in 1983 that was the first time that the election was decided in a second round and won by the opposition candidate. In 2019 Mauricio Macri was a candidate for re-election and Alberto Fernandez formed the Kirchnerist opposition to the government together with Cristina Kirchner as vice candidate. Alberto Fernandez's victory in the first round was the result to that and in this way Mauricio Macri became the first president not to be reelected since the option of reelection became effective in the 1949 constitution. Two sequential elections with distinct results and major historical milestones in their results. Therefore, through analysis and comparisons of how each candidate representing the center-left created their ethos through the speech there is a way to identify changes and repetitions that were part of both speeches: the first one while being defeated and the second one while being victorious. The French Discourse Analysis line guided this work, which aims to identify differences in the way each candidate sought to create ethos through discourse. As a result, we were able to point out the difference on how each candidate sought to create their image. As for example, in Daniel Scioli's speech in 2015 we identified the greater presence of the boss's ethos recurring throughout his speech; and in Alberto Fernandez's speech the ethos of solidarity predominated.

Key-words: Discourse Analysis; Argentina; Cristina Kirchner; Political speech; *Ethos*.

Viver sem conhecer o passado é viver no escuro.
(Uma história de Amor e Fúria, 2013)

Introdução

O outubro de 2019 foi um mês de pura ebulição política no continente latino-americano. Eleições presidenciais marcaram com mudanças, conflitos, manifestações, comoção, luta e esperança três países: Bolívia, Argentina e Uruguai. São elementos *sine qua non* das eleições e da luta social no continente de um povo que vive a política de maneira aguerrida e combativa e que resiste diante de toda a intervenção que a região sofre desde as colonizações, ditaduras e golpes sofridos. Como sintetizado na canção do trio porto-riquenho *Calle 13*: “*Soy América Latina. Un Pueblo sin piernas, pero que camina*”.

Na Argentina a primeira volta da eleição para presidente aconteceu no dia 27 de outubro de 2019, mas foi no dia 18 de maio daquele ano, que o anúncio de que Cristina Kirchner seria candidata a vice-presidenta surpreendeu e modificou todo o xadrez político do país. Em suas redes sociais, a ex-presidenta publicou um vídeo de quase 13 minutos intitulado de “*En la Semana de Mayo, reflexiones y decisiones*”¹, em que narra seu comunicado com imagens de sua trajetória política de fundo. No comunicado, a então senadora afirmou que os cargos políticos nunca foram sua principal motivação e que “depois de ter sido duas vezes presidente deste país, a expectativa ou ambição pessoal está subordinada ao interesse geral”. No seguimento da sua declaração, o anúncio que aturdiu o país: “Pedi a Alberto Fernández que encabece a chapa que integraremos juntos, ele como candidato a presidente e eu como candidata a vice, para participar das próximas eleições primárias, abertas, simultâneas e obrigatórias, sim, as famosas PASO”. O peso político e a força de Cristina Kirchner podem ser observados na repercussão do seu anúncio, que foi destaque nos portais de notícias de diversos países, não só da América Latina, como também da América do Norte, Europa e Ásia.

Diante desse cenário político e do resultado avassalador da eleição, culminando com a vitória da coalizão *Frente de Todos*, capitaneada por Alberto Fernández e Cristina Kirchner – ainda na primeira volta, com 48% dos votos válidos, quatro anos após a derrota eleitoral de Daniel Scioli –, o candidato governista apoiado por Cristina Kirchner.

¹ O vídeo oficial pode ser visto no seguinte endereço: <https://www.youtube.com/watch?v=QmwCCksE-VE>

Nasce assim a motivação do autor para a escolha temática do presente trabalho, aliando uma trajetória pessoal, no que diz respeito à paixão e interesse por diversos temas que envolvem a América Latina; e os estudos de política, em conjunto com a comunicação, nomeadamente, a Comunicação Política, através de suas diversas vertentes.

“Toda fala política é, evidentemente, por definição, um fato social” afirma (Charaudeau, 2018, pp. 32), ou seja, analisar o discurso político também é observar as estruturas sociais e as normas culturais existentes naquele contexto de fabricação de discurso. Na esteira do discurso político, Charaudeau (2018) explicita que “[o] sujeito que fala não escapa da questão do *ethos*, a *fortiori* o sujeito político” (pp.86).

Destacamos que a análise de discurso tem diversas vertentes e ramificações para se analisar o objeto de estudo; porém, mediante os contributos de Charaudeau (2018) e de Amossy (2018), sem fazer oposição às demais vertentes e autores, escolhemos problematizar o discurso político através de uma análise comparativa na construção do *ethos* discursivo de Daniel Scioli na eleição de 2015 e de Alberto Fernández no pleito eleitoral de 2019, ambos apoiados por Cristina Kirchner.

Utilizaremos a categorização de *ethos* proposta por Charaudeau (2018) que os divide em dois grandes grupos. (1) Os *Ethé* de credibilidade: *Ethos* de sério, virtuoso e competente; e (2) os *Ethé* de identificação: *Ethos* de potência, caráter, inteligência, humanidade, chefe e de solidariedade.

Para tal, definimos como nosso **objeto de pesquisa**, o discurso público que marcou o encerramento da campanha de cada candidato. O discurso de Daniel Scioli ocorreu no dia 22 de outubro de 2015, na cidade autônoma de *Buenos Aires*; e o de Alberto Fernández foi produzido em um comício no dia 23 de outubro de 2019 na cidade de *Mar Del Plata*.

Baseado nessas considerações, destacamos a **questão da pesquisa**: Quais as diferenças na construção do *ethos* entre Daniel Scioli, derrotado nas eleições de 2015, e Alberto Fernández, eleito no ano de 2019?

A presente pesquisa não tem como objetivo concluir que a maneira com a qual cada candidato construiu seu *ethos* foi determinante para o resultado, mas sim, comparar e

identificar as diferenças existentes em cada discurso e analisar como o contexto sociopolítico contribuiu na forma com que cada candidato criou sua imagem. Isso tudo, partindo do pressuposto de que se faz necessário sempre analisar o contexto em que o discurso foi produzido: “[o] discurso é contextualizado. (...) não existe discurso que não seja contextualizado: não se pode, de facto, atribuir um sentido a um enunciado fora de contexto” (Charaudeau & Maingueneau, 2004, pp. 171).

Dessa maneira, esta dissertação tem como **objetivo principal** identificar como cada candidato construiu seu *ethos* através do discurso e apontar as diferenças encontradas, buscando analisar como cada contexto contribuiu para tal.

Como **objetivos específicos** o trabalho terá como foco verificar (i) de qual maneira cada candidato utilizou seu *ethos* prévio no discurso: se procurou realçar uma boa imagem já existente ou melhorar uma imagem prévia negativa. Além desse ponto, o outro **objetivo específico** é (ii) apontar qual *ethos* mais aparece no discurso de cada candidato, compará-los e analisá-los, juntamente com o contexto de cada eleição.

O **capítulo 01** da presente dissertação traz luz ao caminho percorrido pela retórica aristotélica e as três provas de persuasão sugerida por Aristóteles: *Ethos*, *Pathos* e *Logos*. Juntamente com influência da retórica na Análise Argumentativa com o contributo de Amossy (2018), destacando a relação entre a retórica e o auditório – o segundo sendo o alvo do primeiro, com o objetivo influenciá-lo. É também no **primeiro capítulo** que destacamos e definimos o discurso político pelo contributo de Charaudeau (2018) e a explanação do contrato de comunicação e a sua multiplicidade de elementos que fazem com que não exista uma fórmula correta para a efetividade do discurso. As instâncias existentes no esquema de comunicação do discurso político são a instância política e a instância cidadã, interessando para nossa pesquisa apenas a primeira, representada pelos candidatos aqui analisados – a instância cidadã se refere à sociedade de maneira geral, que é atingida pelo discurso. No referido capítulo, também são aprofundados os dois grupos de *ethos*, primeiramente, os *ethos* que fazem parte do grupo de credibilidade; e, posteriormente, o grupo que representa os *ethos* de identificação.

O **capítulo 2** é voltado à contextualização essencial para analisar o discurso. Primeiramente com o contributo de Cavlak (2018) e Parga (2006), fizemos uma digressão pela história política da Argentina, iniciando nos anos 30, para pavimentar a chegada da década de 40 e, junto com ela, o surgimento da maior corrente política do país: o peronismo. Na década de 40, Juan Domingo Peron fazia parte do grupo de militares que deu um golpe de estado e assumiu o poder do país em 1943. Ao assumir o comando da Secretaria de Trabalho e Providência, Peron inicia sua aproximação aos sindicatos argentinos e à classe trabalhadora. No ano de 1946, ele vence a eleição e se torna presidente da Argentina. Foi durante seu primeiro mandato que surgiu o maior partido político do país até os dias atuais, o Partido Justicialista, conhecido também como o Partido Peronista. Seu governo termina após avanços para classe trabalhadora, porém carregando diversos embates com outros setores da sociedade e culmina com um golpe militar, em 1955, que retira Peron do poder, levando o mesmo a se exilar na Espanha. Ainda no **segundo capítulo**, com o contributo de Medeiros & Chaia (2015), Montero & Vincent (2013), Soares & Milani (2016) e Retamozo & Trujillo (2019), explanamos o aparecimento de uma das principais forças políticas do país, o kirchnerismo, surgido durante os mandatos presidenciais de Nestor Kirchner (2003-2007) e de Cristina Kirchner (2007-2015) – políticos que inauguram essa corrente política dentro do Partido Justicialista, fazendo parte de uma ala mais de esquerda e que, mesmo dentro do peronismo, ganha musculatura e cria sua própria força política através das realizações do Casal Kirchner frente à Casa Rosada². O caminho que percorremos durante todo esse capítulo culmina na explicação dos contextos sociopolíticos e econômicos vividos em cada eleição aqui analisada.

Por fim, no **capítulo 3** apresentamos nosso estudo de caso; aprofundamos o objeto da nossa pesquisa; apresentamos a justificativa e relevância na escolha do nosso tema; além de apresentar o perfil dos candidatos aqui analisados, destacando os principais caminhos metodológicos utilizados para alcançar o objetivo proposto – com o contributo de Charaudeau (2018), Amossy (2018) e Amossy (2011) pavimentamos o

² Casa Rosada é a sede oficial da presidência da Argentina

caminho metodológico relativo à Análise de Discurso. Já com a contribuição de Duarte & Barros (2006) e Bonit & Quaresma (2005), delineamos o caminho metodológico referente às entrevistas semiestruturadas. As entrevistas foram utilizadas em nossa pesquisa para auxiliar a contextualização dos momentos políticos distintos vivido em cada ano. Ainda no **terceiro capítulo**, apresentamos os resultados das análises feitas de cada discurso e, posteriormente formalizamos a comparação entre os discursos analisados.

Na **Conclusão**, destacamos os resultados de nossa análise, em que observamos que ambos os candidatos utilizam seu discurso para reafirmar o seu *ethos* prévio, mas no que diz respeito ao *ethos* construído através do discurso, ambos são diferentes: Daniel Scioli busca repetidamente criar uma imagem própria tentando se deslocar um pouco da imagem da ex-presidenta, com destaque para o *ethos* de chefe apontado diversas vezes em seu discurso; e Alberto Fernández procura demonstrar seu alinhamento com a ex-presidenta e, durante todo discurso, reforça a imagem de quem fazia parte do mesmo grupo e que tinha os mesmos objetivos que Cristina Kirchner, ao mesmo tempo em que destacava a união do peronismo em torno de sua candidatura, com destaque para o *ethos* de solidariedade mais presente durante o discurso analisado.

1. Retórica, argumentação e discurso político

A Retórica de Aristóteles surge na Grécia antiga por volta de 350 e 335 a. C., como uma disciplina que tem o debate centrado relativamente não só ao uso da palavra com a finalidade de influenciar, mas também de reunir todos os argumentos possíveis para tal finalidade. “Entendamos por retórica a capacidade de descobrir o que é adequado a cada caso com o fim persuadir” (Aristóteles, 1998, pp. 48). É importante esclarecer que na época já existiam outros estudiosos, principalmente na Grécia, que entendiam a retórica clássica de maneiras distintas, tais como Córax, Tísia, Górgias, Hermágoras, Platão e outros. Para Júnior (1999) o diferencial relativamente ao estudo da retórica de Aristóteles aos demais entendimentos já existentes foi o destaque do argumento lógico como ponto essencial na arte da persuasão. “A sua Retórica é sobretudo uma retórica da prova, do raciocínio, do silogismo retórico; isto é, uma teoria da argumentação persuasiva” (*ibid.*, pp.22).

Aristóteles delimitou a retórica em três géneros de discurso: Judicial/forense, deliberativo/político e epidíctico/demonstrativo. Com essa tríade “(...) a retórica foi conceitualizada, formalizada e regulamentada na Retórica de Aristóteles” (Amossy, 2018, pp. 16) – considerando o ambiente situacional do discurso constituído por um orador, auditório e pelo próprio discurso. No entendimento de Amossy (2018) com relação a Aristóteles, a retórica tem como alvo o auditório e como objetivo influenciá-lo.

Em resumo, pode-se dizer que, para a retórica clássica, a palavra tem uma força que se exerce nas trocas verbais, no decorrer das quais os homens dotados de razão podem, por meio de vias não coercitivas, levar seus semelhantes a compartilhar de suas perspectivas, fundamentando-se no que lhes parece plausível e razoável de crer e fazer (*ibid.*, 2018, pp.17).

Com o objetivo de persuadir, faz-se necessário a utilização das chamadas “provas de persuasão”, que são fornecidas pelo discurso e são de três idiosincrasias: “umas residem no carácter moral do orador; outras, no modo como se dispõe o ouvinte, e outras, no próprio discurso, pelo que este demonstra ou parece demonstrar”

(Aristóteles, 1998, pp.49). Ou seja, as três espécies são também denominadas, respetivamente de: *Ethos*, *Pathos* e *Logos*.

No presente trabalho, sem desmerecer as outras duas provas e ressaltando a importância que cada uma tem no processo argumentativo, iremos utilizar em nossa análise apenas uma das três provas de persuasão, que será o *Ethos*. Ele será abordado mais profundamente *a posteriori*, com os conceitos de Patrick Charaudeau (2018) e Ruth Amossy (2018), que nortearão nossa análise. Entendemos também que apesar da não utilização das outras duas provas de persuasão, faz-se necessário uma breve explanação de ambas para um melhor prosseguimento do estudo.

O *pathos* está relacionado diretamente com o auditório e, mais precisamente, em como o discurso é capaz de despertar-lhe emoção. É o “(...) discurso que se endereça ao sentimento do auditório em detrimento da reflexão” (Amossy, 2011, p. 134) e assim, evidencia uma troca entre o orador e o auditório que ocorre durante a troca discursiva. Segundo Aristóteles (1998, pp.49) “[p]ersuade-se pela disposição dos ouvintes, quando estes são levados a sentir emoção por meio do discurso”. Em seu estudo, Aristóteles escreveu um livro inteiro (Livro II) relativo ao *pathos*, dedicando determinante atenção aos diversos sentimentos causados ao auditório provenientes do discurso.

O *logos*, diferentemente das outras provas de persuasão, que pertence ao domínio da emoção, encontra-se no domínio da razão para convencer. De acordo com Reboul (1998 apud Cruz, 2020, pp.31) “[e]ssa argumentação, no nível dos logos, está ligada ao fator dialético da Retórica, isto é, fundamenta-se nos raciocínios lógicos.” Para Aristóteles (1998) é evidenciar a verdade ou o que parece verdade. O *logos* “(...) baseia-se essencialmente em duas operações que são, respectivamente, o entimema e o exemplo” (Amossy, 2018, pp. 17). No campo da política, Charaudeau (2018) entende que o discurso, ao passar do tempo, deixou de se concentrar no *logos* e passou a flutuar entre o *Ethos* e o *Pathos*. Na sua concepção, os discursos políticos antigos eram baseados em argumentos e os atuais, com o passar do tempo, cada vez mais, dão lugar à encenação. Nesse sentido, Amossy (2011, pp.134) tem uma visão diferente no que se refere à decadência do *logos*: “Os três componentes clássicos da retórica aristotélica clássica continuam sendo necessários à estratégia de persuasão, em dosagens e

combinações variáveis” com o analista como responsável pela função de observar e definir a forma como cada um é utilizado, caso seja esse o seu objetivo de análise no discurso, ou escolher alguma das provas de persuasão para análise, sem minimizar a importância de cada uma delas.

No fim da década de 50, mais precisamente, no ano de 1958, estabelece-se a Nova Retórica a partir dos estudos de Chaim Perelman e Lucie Olbrechts-Tyteca (1970 apud Amossy, 2018), nos quais escrevem o Tratado da Argumentação: Nova Retórica. A noção de auditório é retomada com destaque e devida importância, já que se entende o auditório como peça imprescindível para o desenvolvimento da argumentação e que a mesma só ganha sentido, justamente, na relação entre o orador e o auditório. Para Perelman & Olbrechts-Tyteca (1970 apud Amossy, 2018, pp.5) a argumentação pode ser entendida como “(...) as técnicas discursivas que permitem provocar ou aumentar a adesão dos espíritos às teses que são apresentadas ao seu assentimento”, explicitando a importância da troca comunicacional no processo de argumentação. Sobre essa definição, Amossy (2018) destaca, justamente, a relevância que essa reorientação coloca no aspecto comunicacional da argumentação e elabora também uma adaptação, ampliando o conceito existente da nova retórica, com relação à definição de argumentação:

[...] os meios verbais que uma instância de locução³ utiliza para agir sobre seus alocutários,⁴ tentando fazê-los aderir uma tese, modificar ou reforçar as representações e as opiniões que ela lhes oferece, ou simplesmente orientar suas maneiras de ver, ou de suscitar um questionamento sobre um dado problema (*Ibid.*, 2018, pp.47).

Elaborado a definição desse modo, em outras palavras, a argumentação no discurso vai além do objetivo de persuadir para se ter mais adesão a determinada tese; ela também pode gerar reflexão, novas formas de entendimento a determinada tese e ainda ampliar um apoio já existente.

³ No presente trabalho denominado como orador.

⁴ No presente trabalho denominado como auditório.

Sendo assim, o discurso argumentativo segue duas tendências claras relativamente ao seu objetivo. A primeira se faz presente quando a intenção do orador é fazer com que seu discurso tenha um grande impacto no auditório e que sua tese conquiste a adesão esperada. Desta forma, esse discurso, tem uma visada argumentativa. A segunda tendência ocorre quando o discurso busca uma reorientação na forma de ver e sentir. O discurso então possui uma dimensão argumentativa (Amossy, 2018).

Na prática linguageira, essas duas tendências estão intimamente ligadas e são, por vezes, indissociáveis. É por isso que a teoria da argumentação no discurso – explorando não somente a visada, mas também a dimensão argumentativa da fala – deseja cobrir um vasto inventário de discursos que ora conquista a opinião, ora simplesmente orientam o olhar. Nessa perspectiva, considera-se que, na relação intersubjetiva, a fala eficaz não é somente aquela que manipula o outro, pois ela é também aquela que compartilha do raciocínio e do questionamento. (*Ibid.*, 2018, pp.11).

Apesar de por vezes as tendências se tornem indissociáveis, Amossy (2018) destaca a importância de se saber diferenciar a visada da dimensão argumentativa. Exemplificando: o discurso eleitoral como sendo um discurso que busca a adesão a uma tese, possui, portanto, uma visada argumentativa. Seguindo o presente raciocínio, interessa-nos aqui o conceito de visada argumentativa, conceito no qual se encontra, entre tantos outros, o **discurso político**.

1.1. Argumentação no discurso

A Argumentação ou Análise Argumentativa do discurso é alvo de estudo por diversas teorias, como a retórica, nova retórica, filosofia, pragmática e a análise de discurso. Como já citado anteriormente, o presente trabalho irá seguir pelo viés da Análise de Discurso, doravante AD, seguindo o estudo proposto por Amossy (2018) e Charaudeau (2018).

A argumentação ante a prisma da AD “(...) relaciona a fala de um sujeito enunciador ao seu lugar social e às instâncias institucionais” (Cruz, 2020, pp.13). Desta maneira é considerado por essa análise: “1. o conjunto de regras de organização e funcionamento da coletividade em que o sujeito enunciador se enquadra; 2. as circunstâncias sociais e

históricas em que ele enuncia; 3. as características do enunciatário visado; 4. a distribuição prévia dos papéis sociais que a interação aceita ou tenta refutar; e 5. as opiniões e crenças que se propagam na época em que se toma a palavra” (*Ibid.*, 2020, pp.13-14).

Ou seja, a relação entre orador e auditório é um ponto essencial juntamente com o contexto em que o discurso foi produzido, sendo assim inviabilizado o estudo argumentativo de um discurso sem que se faça, intrinsecamente, a análise do auditório ao qual o orador se dirige; a posição do orador; e o contexto do momento em que se é produzido do discurso.

Para que o objetivo do discurso argumentativo seja atingido faz-se necessário que o orador conheça e, além disso, se adapte ao auditório “(...) se quiser agir, o orador é obrigado a adaptar-se a seu auditório” (Perelman & Olbrecht-Tyteca, 1970 apud Amossy, 2018, pp.21). E, mais profundamente:

Em todos os casos, entretanto, a necessidade de se adaptar ao auditório (a expressão é de Perelman) ou a importância concedida às opiniões do outro é uma condição *sine qua non* de eficácia discursiva. Uma das consequências principais que decorrem disso é a centralidade, em todo discurso com visada persuasiva, da doxa ou opinião comum (*Ibid.*, 2018, pp.54).

Em outras palavras:

É imprescindível que o orador (ou o enunciatário, ou o locutor) conheça o auditório (ou o enunciatário, ou o alocutário) que procura influenciar. Ele deve ter conhecimento das opiniões e convicções dominantes entre aqueles que procura persuadir e partir desses pontos de acordo para levá-los a aderir às suas teses. O orador deve basear a sua argumentação em lugares comuns que possui com o seu auditório (Cruz, 2020, pp.22).

Assim é possível adaptar o modo de fala, estratégias de argumentação e outros pontos do discurso de uma melhor maneira de acordo com o público que deseja atingir. O discurso acontece em situações de interação, mesmo que o interlocutor não tenha possibilidade de fala naquele momento, ou até mesmo se o auditório não estiver presente. “Para constituir uma peça-chave do dispositivo argumentativo, o auditório não precisa intervir concretamente” (Amossy, 2018, pp.52). Dessa maneira,

concordamos com a afirmação de que o discurso na argumentação é sempre dialógico, mas não necessariamente é dialogal, como dito por Amossy (2018); e, sendo assim, destaca-se a diferença que existe entre um discurso em que o auditório tem direito de resposta e outro no qual acontece, justamente, o contrário, alterando, assim, a estratégia de argumentação utilizada em cada situação.

1.1.1. Doxa e Evidências Compartilhadas

A palavra *doxa* tem sua origem na Grécia e, nos tempos atuais, podemos traduzi-la como “conhecimento comum”, “senso comum” etc. Sendo assim, a *doxa* é inteiramente antagônica ao conhecimento científico ou, nomeadamente, ao conceito de *Episteme*.

O estudo da *doxa* na Grécia Antiga percorre caminhos teóricos desde o filósofo pré-socráticos Parmênides, passando por Platão e sendo conceituada também por Aristóteles que evidencia uma outra categoria de *doxa*, denominada de *endoxa*, que se refere a opiniões comuns, mas que têm reputação; ou seja, opiniões que são ditas por filósofos ou por pessoas que possuem alguma credibilidade diante do auditório.

Para que o objetivo de persuadir seja alcançado, como já dito anteriormente, é necessário não só a adaptação ao auditório, como também que o orador partilhe, ou ao menos pareça partilhar, das crenças em comum com o auditório, ou seja, a *doxa*. Para Amossy (2018, pp. 54–55), “[a]daptar-se ao auditório é, antes de mais nada, levar em conta sua doxa. Prolongando as perspectivas aristotélicas sobre a importância dos lugares-comuns”. Mais precisamente, é pelo fato da indispensável relação e adaptação entre orador e auditório que a *doxa* se faz efetivamente presente em um processo dialogal e argumentativo.

a importância atribuída ao auditório acarreta naturalmente a insistência no conjunto de valores, de evidências, de crenças, fora dos quais todo diálogo se revelaria impossível; em outras palavras, conduz a uma doxa comum. É mediante um trabalho sobre a doxa que o orador tenta fazer seu interlocutor partilhar seus pontos de vista. [...]. (Amossy, 2005 apud Santos, 2012, pp. 123).

Dessa maneira a *doxa* se faz presente em um processo argumentativo de maneira efetiva. “A doxa é um elemento constituinte e indispensável às trocas verbais que

realizamos diariamente tanto em situações institucionais quanto em contextos informais” (Santos, 2012, pp. 3).

Devido ao seu teor não científico, o uso da doxa na argumentação é visto com críticas quando analisado a partir de um viés ideológico. “Uma análise ideológica sobre esse conceito defende que o senso comum aliena a consciência individual” (Cruz, 2020, pp. 25). Sobre essa questão, Amossy (2018, pp. 112) explica que não é função da análise argumentativa fazer juízo de valor diante de situações como a citada, e que a análise da argumentação “(...) extrai as camadas dóxicas sobre as quais se constrói o enunciado sem, para tanto, ter de tomar partido a respeito de seu valor ou de seu grau de nocividade, já que ela não em nome de uma verdade exterior.” Ou seja, não cabe à análise argumentativa se referir a essa questão, fazendo qualquer tipo de julgamento, mas, sim, entender como o discurso busca um consenso através de elementos dóxicos utilizados na argumentação.

1.2. Discurso Político

O discurso político é um “jogo de máscaras”⁵ no qual se faz uso de diversas estratégias para atingir seu objetivo, seja ele angariar votos ou aumentar a adesão para determinada ação, sendo assim, essencialmente, persuasivo. A máscara se refere, justamente, às estratégias ou à imagem que é criada pelo orador diante do auditório. Para Charaudeau (2018), nessa relação entre o orador e o auditório, cada um tem uma imagem relativamente do outro, não sendo, necessariamente, uma imagem falsa ou enganosa – tornando-se a máscara representativa do ser presente que nos representaria como nossa imagem perante o outro.

Diversas são as disciplinas que têm como objeto de estudo o discurso político. A Análise do Discurso Político compartilha alguns pontos de vistas e noções com a Filosofia Política, Ciências Políticas e a História, mas se diferencia delas pela sua finalidade (Charaudeau, 2018).

⁵ Charaudeau, 2018.

A Filosofia Política busca entender e questionar os regimes políticos e suas especificidades. Procura-se aprofundar na comparação entre modelos de governo e qual é mais legítimo na relação entre estado e sociedade. A Ciência Política, por sua vez, questiona-se menos com relação aos pensamentos. Charaudeau (2018, pp.34) explica que “(...) ela procura tornar evidentes as normas que se instauram como princípios de governança, revelar as razões que as instituem e medir seus efeitos sobre o estado das sociedades” e a História buscou sempre compreender os fatos políticos do passado e explicar as causas e consequências (Charaudeau, 2018).

Assim esse autor define a diferença entre as disciplinas citadas e a análise do discurso:

A análise do discurso, contrariamente às disciplinas precedentes, não se questiona sobre a legitimidade da racionalidade política, nem sobre os mecanismos que produzem esse ou aquele comportamento político, nem sobre as explicações causais, mas sobre os discursos que tornam possíveis tanto a emergência de uma racionalidade política quanto a regulação dos fatos políticos. (*Ibid.*, 2018, pp.37).

Seguindo assim uma questão geral de que a análise de discurso político tem a finalidade de mostrar que o discurso político se alinha à ação política, e que, dessa maneira, “(...) não poderia haver ação política se não houvesse discurso que a motivasse e lhe conferisse sentido” (Charaudeau, 2018, pp.39).

Todo enunciado, por mais simples que seja, pode ser enviesado para um sentido político e, da mesma maneira, pode ser dito o inverso: uma fala política pode determinar um sentido não político. Concordamos com Charaudeau (2018, pp.40) com relação à situação comunicacional que determina sentido do discurso. “Não é, portanto, o discurso que é político, mas a situação de comunicação que assim o torna. Não é o conteúdo do discurso que assim o faz, mas a situação que o politiza.” O autor divide em três, os lugares de fabricação do discurso político, sendo eles: sistema de pensamento; ato de comunicação; e comentário.

A troca linguageira que ocorre no discurso político como um sistema de pensamento tem em seu viés a formação política, a construção de opiniões enveredando para a determinação de filiações ideológicas. Já o discurso político como comentário, não tem,

necessariamente, envolvimento de atores políticos e, em vias de fato, é a opinião do sujeito que faz o discurso. É possível observar esse tipo de discursos em reuniões de amigos, encontro familiares etc (Charaudeau, 2018).

É no discurso político como um ato de comunicação que nosso trabalho se enquadra. Charaudeau (2018, pp.40) explica que é nesse local de fabricação do discurso no qual a troca linguageira tem como principal objetivo persuadir o interlocutor. “O discurso político como ato de comunicação concerne mais diretamente aos atores que participam da cena de comunicação, cujo desafio consiste em influenciar as opiniões a fim de obter adesões, rejeições ou consensos.” É possível observar essas manifestações em eventos políticos, comícios, debates, slogans, declarações televisivas etc., e, seguindo assim o caminho essencial da argumentação no discurso, no que se refere à relação entre o orador e o auditório, é nesse local que “(...) o discurso político dedica-se a construir imagens de atores e a usar estratégias de persuasão e de sedução, empregando diversos procedimentos retóricos.” (*Ibidem*).

Os três lugares de fabricação do discurso não necessariamente andam separados. O discurso atravessa grupos sociais; são lembrados, distorcidos, modulados, recriados, adaptado em diferentes momentos e esferas, muitas vezes se fazendo existir no futuro com uma nova roupagem, novas palavras, mas com o mesmo conteúdo.

1.2.1. Contrato de Comunicação e as Instâncias

O discurso se constrói entre o campo da ação e o da enunciação, firmando dessa maneira o “contrato de comunicação”⁶. É nesse contrato que se faz presente toda a multiplicidade que envolve uma troca linguageira e seus atores. Essa heterogeneidade e diversos modos enunciativos que o sujeito político possui, faz com que não exista apenas uma maneira ou uma fórmula para que se tenha eficácia nos discursos.

O discurso político, no que concerne às suas significações e a seus efeitos, não resulta da simples aplicação de esquemas de pensamento pré-construídos que se reproduziriam sempre da mesma maneira quer se esteja do lado dos dominantes ou dos

⁶ Charaudeau, 2018.

dominados. As significações e os efeitos resultam de um jogo complexo de circulação e de entrecruzamentos dos saberes e das crenças que são construídos por uns e reconstruídos por outros. (Charaudeau, 2018, pp. 52).

Dessa maneira, a troca linguageira acontece em um espaço em que não existe um pensamento linear e naturalizado, a depender da situação e do lugar dos atores. “As significações do discurso político são fabricadas e mesmo refabricadas, simultaneamente, pelo dispositivo da situação de comunicação e por seus atores.” (Charaudeau, 2018, pp.53), sendo o dispositivo definido como algo

que estrutura a situação na qual se desenvolvem as trocas linguageiras ao organizá-las de acordo com os lugares ocupados pelos parceiros da troca, a natureza de sua identidade, as relações que se instauram entre eles em função de certa finalidade. (Charaudeau, 2018, pp.53).

No esquema definido por Charaudeau (2018), são quatro as instâncias que fazem parte do contrato de comunicação política: Instância política e instância adversária, que exercem um lugar de governança; instância midiática, que exerce o lugar de mediação; e a instância cidadã, na qual se define o lugar de opinião.

Como explanado anteriormente, as instâncias política e adversária se situam em um lugar de governança, sendo a instância política um lugar em que se detém o poder da realização além do poder de decisão.

O discurso da instância política pode apenas se dedicar a *propor* programas políticos quando se trata de candidatar-se aos sufrágios eleitorais, a *justificar* decisões ou ações para defender sua legitimidade, a *criticar* as ideias dos partidos adversários para melhor reforçar sua posição e a *conclamar* o consenso social para obter apoio dos cidadãos, tudo com a ajuda de diversas estratégias de persuasão e sedução. (Charaudeau, 2018, pp.56).

A instância política se encontra no poder, comumente, validada pela instância cidadã através do voto, e é justamente por ter essa legitimidade reconhecida através de uma eleição, que a instância política tem uma relação estreita com a instância cidadã.

A instância política estabelece com seu parceiro principal, a instância cidadã, relações diversas segundo a maneira como a imagina: como um público heterogêneo, quando se trata de dirigir-se a ele por meio das mídias; como um público-cidadão que tem uma opinião, quando se trata de fazer promessas eleitorais; como um público-militante que já tem orientação política, quando se trata de “mobilizar” os filiados. (*Ibid.*, pp.57).

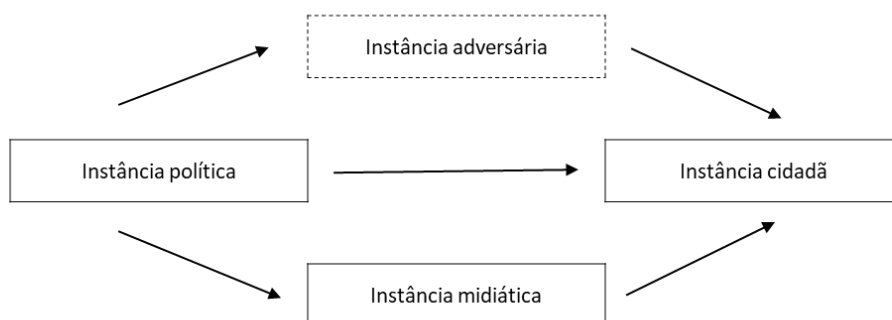
Já a instância adversária, que também tem um lugar de governança, encontra-se fora do poder – normalmente, na oposição –, e utiliza as mesmas estratégias discursivas que a instância política, conforme Charaudeau (2018).

A instância cidadã, diferente das anteriores, encontra-se em um lugar de opinião, que se materializa fora do governo. De acordo com Charaudeau (2018), a instância cidadã produz três tipos de discursos sendo eles o discurso de reivindicação, com o objetivo de protestar contra alguma decisão deliberada; de interpelação, quando busca explicações sobre determinados assuntos; e de sanção, ao definir as eleições com o voto. Devido à pluralidade que existe nessa instância, com diversos entendimentos e percepções diante das outras instâncias, o autor propõe dividi-la em dois subconjuntos: a *sociedade civil*, local onde os atores expõem opiniões contrárias ou a favor de tudo que envolve a sociedade, mas fazem isso de maneira isolada ou em pequenos grupos; diferentemente da chamada *sociedade cidadã*, que “reúne indivíduos que têm consciência de um papel a desempenhar na organização política da vida social.” Sendo assim composta por “indivíduos de direitos e não de pessoas físicas concretas” (Charaudeau, 2018, pp.60).

De modo semelhante à instância anterior citada, a instância midiática também se encontra fora do lugar de governança, ocupando um espaço de mediação e é “(...) o elo que se vale de diferentes modos de mediação – panfletos, cartazes de rua, cartas confidenciais e grandes veículos de informação – para unir a instância política à cidadã” (Charaudeau, 2018, pp.62).

O mesmo autor (Charaudeau, 2018, pp.56) apresenta o esquema envolvendo as quatro instâncias da seguinte forma:

Figura 1 - Instâncias do contrato de comunicação política



Fonte: Charaudeau (2018, pp.56).

“O que define o contrato do discurso político é a partilha entre a instância política e a instância cidadã de uma mesmo ideal de sociedade: a primeira o propõe; a segunda o reivindica” (Charaudeau, 2018, pp. 189). Diante dessa explanação, relativamente ao contrato de comunicação política e as instâncias que fazem parte desse processo, é do nosso interesse e ambição focar na relação entre a instância política e a instância cidadã, que tem um estreito e essencial encadeamento, para que se possa agir no jogo político do dizer e fazer, no qual existe uma relação recíproca de influência entre ambos. De acordo com Charaudeau (2018, pp.69), “[o] sujeito que se encontra assim legitimado (instância política) sabe que essa legitimidade lhe é acordada pelos mesmos indivíduos (instância cidadã) que são alvo do seu discurso.” É nessa troca languageira que, regularmente, acontece o jogo de máscara, sedução e persuasão, através das diversas técnicas discursivas. Uma delas é a construção da própria imagem pelo orador diante do auditório, sendo uma das provas de persuasão destacadas e pontuadas por Aristóteles, mais precisamente, o *Ethos*.

1.3. Ethos

Ao iniciar com a explanação sobre a Retórica de Aristóteles no início do capítulo, citamos as três provas de persuasão que o autor definiu como essenciais para o processo argumentativo: *Ethos*, *Pathos* e *Logos*.

O *ethos* é o meio de persuasão relativo à imagem que o orador constrói de si em seu discurso. Duas linhas de entendimento se opõem, relativamente, a definição do *ethos*: o *ethos* ligado “à pessoa real que fala”⁷ ou “à pessoa como ser que fala”⁸. Ou seja, se o *ethos* além de ser construído no discurso, também se relaciona com a imagem prévia que se tem do orador por parte do auditório; ou se a construção do *ethos* ocorre apenas no ato do discurso. Para Aristóteles (1998, pp.49), filiado à segunda corrente, o caráter do orador se constrói durante o discurso: “Persuade-se pelo carácter quando o discurso é proferido de tal maneira que deixa a impressão de o orador ser digno de fé”, sendo, portanto, exclusivamente resultado do discurso. “É, porém, necessário que esta confiança seja resultado do discurso e não de uma opinião prévia sobre o carácter do orador; pois não se deve considerar sem importância para a persuasão a probidade do que fala” (*Ibidem*).

Por outro lado, na antiguidade, Isócrates, Cícero entre outros estudiosos da retórica no passado, filiavam-se à primeira corrente, defendendo a existência de um *ethos* antes mesmo do discurso. A imagem anterior que se tem do orador e a posição que o orador ocupa legitimam a construção do *ethos*. Podendo ser chamado de *ethos* prévio ou pré-construído.

Concordamos com o ponto intermediário adotado pelo entendimento de Charaudeau (2018), no qual o auditório ou interlocutor se guia pelo que é dito no discurso, mas também pelas informações já conhecidas, para assim construir a imagem do orador.

De fato, o *ethos*, enquanto imagem que se liga àquele que fala, não é uma propriedade exclusiva dele; ele é antes de tudo a imagem de que se transveste o interlocutor a partir daquilo que diz. O *ethos* relaciona-se ao cruzamento de olhares: olhar do outro sobre aquele que fala, olhar daquele que fala sobre a maneira como ele pensa que o outro o vê. Ora, para construir a imagem do sujeito que fala, esse outro se apoia ao mesmo tempo nos dados preexistentes ao discurso – o que ele sabe *a priori* do locutor – e nos dados trazidos pelo próprio ato de linguagem (*Ibid.*, p.115).

⁷ Charaudeau, 2018, p.114.

⁸ *Ibidem*.

E, aprofundando sua posição, o autor explica o cruzamento entre os dois elementos de construção do *ethos*:

Em sua primeira componente, o sujeito mostra-se com sua identidade social de locutor; é ela que lhe dá direito à palavra e que funda sua legitimidade de ser comunicante em função do estatuto e do papel que lhe são atribuídos pela situação de comunicação. Em segunda componente, o sujeito constrói para si uma figura daquele que enuncia, uma identidade discursiva de enunciador que se atém ao papeis que ele se atribui em seu ato de enunciação, resultado das coerções da situação de comunicação que se impõe a ele e das estratégias que ele escolhe seguir. O sujeito aparece, portanto, ao olhar do outro, com uma identidade psicológica e social que lhe é atribuída, e, ao mesmo tempo, mostra-se mediante a identidade discursiva que ele constrói para si. (*Ibidem*).

Ou seja, a identidade social e a identidade discursiva, se entrelaçam e assim resulta o *ethos*. “Trata-se de uma interdependência de dois espaços reguladores do ato de comunicação: um contendo determinações sociais, outras discursivas, sendo o *ethos* realizado sociodiscursivamente” (Costa, 2018, pp. 72).

Ao encontro dessa abordagem, Amossy (2018, pp.90) nomeia de *ethos* prévio “a imagem que o auditório pode fazer do locutor antes que ele tome a palavra” e explica os diversos aspectos que auxiliam a criação dessa imagem:

O *ethos* prévio é elaborado com base no papel que o orador exerce no espaço social (suas funções institucionais, seu status e seu poder), mas também com base na representação coletiva ou no estereótipo que circula sobre sua pessoa. Ele precede à tomada de palavra e condiciona parcialmente. Ao mesmo tempo deixa no discurso traços tangíveis que podem ser identificados, ora nas marcas linguísticas, ora na situação de enunciação que está na base da troca. (*Ibidem*).

A imagem do orador, como dito, se constrói também pelo estereótipo e a representação coletiva inerente à pessoa política, interligando-se, assim, aos modelos culturais. É necessário buscar compreender, segundo Amossy (2018, pp.92), os seguintes aspectos:

[a] imagem que se faz da categoria social, profissional, étnica, nacional etc. do locutor; a imagem singular de um indivíduo que circula no momento da troca argumentativa; a

possibilidade de imagens diferentes, até mesmo antagônicas, do mesmo locutor, segundo o auditório visado. (Amossy, 2018, pp.92).

Assim, a partir do momento que é sabido qual a imagem prévia que se tem do locutor, pode-se observar em seu discurso se essa imagem é usada ao seu favor ou se o discurso busca remodelá-la. Podendo, dessa maneira, utilizar o seu discurso para maximizar uma imagem prévia positiva, ou utilizar recursos para alterar, minimizar e contrapor pontos negativos.

Se a representação preexistente se revela favorável e apropriada à circunstância, o orador pode apoiar-se nela. Mas ele deve modulá-la ou reorientá-la se, ao contrário, ela lhe for desfavorável, ou se não convier aos objetivos persuasivos que almejou. (Amossy, 2018, pp. 92).

Sendo o *ethos* uma construção sociodiscursiva, envolvendo um imaginário social e o ato de enunciação, Charaudeau (2018) afirma a importância, no discurso político, de que o orador transmita credibilidade na sua capacidade do *poder de fazer*, e que se tenha uma forte identificação, já que é necessário aderir à sua pessoa para aderir às suas ideias. O autor propõe o desenvolvimento das figuras identitárias do discurso político com a criação de dois grandes conjuntos de *ethos*: Os *ethé* de credibilidade e o *ethé* de identificação. O primeiro referente aos *ethos* que se situam em um discurso da razão e o segundo motivado no discurso do afeto.

1.3.1.Ethé de Credibilidade

A credibilidade é uma busca incessante pelos atores políticos, qualidade essa que se encontra ligada à identidade discursiva do orador.

De maneira geral, um indivíduo pode ser julgado digno de crédito se houver condições de verificar que aquilo que ele diz corresponde sempre ao que ele pensa (condição de sinceridade ou de transparência), que ele tem os meios de pôr em prática o que anuncia ou promete (condição de performance), e que o que ele anuncia e aplica é seguido de efeito (condição de eficácia). (Charaudeau, 2018, pp.119).

Ou seja, a credibilidade resulta em uma imagem que o político consegue criar no seu discurso, relativamente à sua capacidade de poder fazer o que é falado. Para tal, essa credibilidade é resultante da complexa trindade:

Condição de sinceridade, que, como no discurso de informação, obriga a dizer a verdade; condição de performance, que (...) obriga a aplicar o que se promete; condição de eficácia, que obriga a provar que o sujeito tem os meios de fazer o que promete e que os resultados serão positivos. (*Ibid.*, pp.120).

Fazem parte do conjunto de *ethé* de credibilidade: *Ethos* de sério, de virtuoso e de competente, como veremos a seguir detalhadamente.

1.3.1.1 Ethos de Sério

Diversos índices compõe a construção desse *ethos*, alguns relativos à postura e reações corporais e à forma com a qual o político reage a determinadas situações. No que corresponde ao ato da fala, observa-se o tom firme e a escolha de palavras simples e claras na construção das frases. A construção desse *ethos* também se apoia na afirmação sobre si e nas ideias que guiam o político (Charaudeau, 2018).

1.3.1.2 Ethos de Virtude

Para que se construa uma imagem de virtuoso, é necessário que o político seja transparente e que, juntamente a isso, demonstre-se fiel e sincero. A fidelidade aqui apontada, refere-se à trajetória do político em sua forma linear de pensamento e ação (Charaudeau, 2018).

“De maneira geral, o *ethos* de “virtude” se faz acompanhar por uma atitude de respeito para com o cidadão: o político deve ser transparente, não deve se valer de embustes, deve ser direto” (*Ibid.*, pp.124).

1.3.1.3 Ethos de Competência

A busca pela construção desse *ethos* é frequente no universo político: construir uma imagem de quem entende como funciona a máquina política e que sabe como atuar diante dos cenários políticos.

O *ethos* de competência exige de seu possuidor, ao mesmo tempo, saber e habilidade: ele deve ter conhecimento profundo do domínio particular no qual exerce sua atividade, mas deve igualmente provar que tem os meios, o poder e a experiência necessários para realizar completamente seus objetivos, obtendo resultados positivos (Charaudeau, 2018, pp.125).

Segundo o autor, para construir essa imagem, os políticos, em seus discursos, buscam explicitar sua caminhada política, estudos e seu *savoir-faire*.

Portanto, apesar da credibilidade não ser uma qualidade ligada diretamente à identidade social, o “(...) *ethos* de credibilidade se constrói em uma interação entre a identidade social e a identidade discursiva, entre o que o sujeito quer parecer e o que ele é em seu ser psicológico e social” (Charaudeau, 2018, pp.137).

1.3.2. *Ethé* de Identificação

Ao contrário do conjunto anterior, o conjunto de *ethos* relacionado à identificação se constitui em um discurso do afeto, que conduz o cidadão a se identificar com o que é dito e, após esse processo, funde sua identidade à do político (Charaudeau, 2018).

No discurso político, as figuras do *ethos* são ao mesmo tempo voltadas para si mesmo, para o cidadão e para os valores de referência. É assim com os *ethé* de credibilidade, e também com os de identificação, cujas imagens, dessa vez, são extraídas do afeto social (...) (*Ibid.*, pp.137).

Fazem parte do conjunto de *ethé* de identificação, os *ethos* de: potência, caráter, inteligência, humanidade, chefe e solidariedade.

1.3.2.1 *Ethos* de Potência

A construção do *ethos* de potência ocorre juntamente ao discurso com a imagem de um político que consegue, através de feitos esportivos, militar etc., organizar eventos que exaltam a força, demonstrando virilidade. No campo da enunciação, pode-se observar uma “apresentação de si como vociferador pela voz e pelo verbo” e, até mesmo, “exercer uma violência verbal em relação aos adversários políticos” (Charaudeau, 2018, pp.139).

1.3.2.2 Ethos de Caráter

Segundo Charaudeau (2018), o *ethos* de caráter faz parte do imaginário de força, não a força física ou bruta, mas uma força de espírito. Pode-se construir esse *ethos* através das seguintes figuras: a *vituperação*, resultado de uma indignação expressada com gritos relativos a uma “indignação pessoal e provém de um julgamento da mente, que tem necessidade de ser expresso com força”; a *provocação*, que tem como objetivo obter uma reação do adversário; e a *polêmica*, comum em debates e comumente é a pessoa do adversário que é exposta, e não suas ideias (*Ibid.*, pp.141-142).

Pode-se observar, ainda, as figuras de: *força tranquila*, através de uma serenidade e confiança de quem sabe o que deve ser feito; o *controle de si* – aqui o político demonstra seu equilíbrio; a *coragem*, imagem que o político demonstra para enfrentar os desafios; o *orgulho*, relacionado ao desejo de fazer uma grande obra através de uma ambição pessoal; a *firmeza*, uma imagem minimizada da anterior na qual o político demonstra grande energia e determinação inabalável; e, por fim, a *moderação*, presente em palavras de conciliação (Charaudeau, 2018).

1.3.2.3 Ethos de Inteligência

O *ethos* de inteligência faz parte do *ethé* de identificação, na medida em que pode provocar a admiração e o respeito dos indivíduos por aquele que demonstra tê-lo e assim os faz aderir a ele. A inteligência é uma característica humana difícil de ser definida, mas aqui se trata de considerá-la um imaginário coletivo que testemunha a maneira como os membros de um grupo social a concebem e a valorizam (Charaudeau, 2018, pp.145).

Ou seja, o autor se refere não a uma simples configuração de sentido a inteligência, mas sim em uma concepção ligada ao que é considerado como inteligência pelos cidadãos e suas múltiplas visões.

Charaudeau divide esse *ethos* em duas figuras: a primeira denominada de *honnête homme cultive* – refere-se ao capital cultural, origem social e formação; e a segunda figura pode ser chamada de astúcia ou malícia – e se refere ao jogo do ser com o parecer.

1.3.3. *Ethos* de Humanidade

Acreditamos que o *ethos* de humanidade é uma das principais buscas dos políticos. “O ser humano é mensurado pela capacidade de demonstrar sentimentos, compaixão para com aqueles que sofrem” e além disso, também é visto “pela capacidade de confessar suas fraquezas, de mostrar quais são seus gostos, até os mais íntimos” (Charaudeau, 2018, pp.148).

Três figuras fazem parte da construção desse *ethos*, a figura do *sentimento*, na qual o político deve demonstrar sua própria aflição e garantido uma ajuda para determinadas situações como visita aos menos favorecidos, catástrofes etc.; a figura da *confissão*, o político assume alguma falha ou determinadas ações que não foram suficientes; e a figura de *intimidade*, mais comumente demonstrada em uma relação com a mídia em declarações que de cunho pessoal.

1.3.3.1 *Ethos* de Chefe

De acordo com Charaudeau (2018), nesse *ethos* o político cria uma imagem com a qual o outro se identifica em uma idealização de si. A relação entre ambos é vista na relação de reciprocidade entre as instâncias política e cidadã.

O *ethos* do chefe requer propriedade que destacam essa relação de dependência, como uma imagem que é explicitamente oferecida ao cidadão. Ele se manifesta por meio de diversas figuras, de guia, de soberano e de comandante. (Charaudeau, 2018, pp.154).

Sobre a figura de “guia”, o autor explica que existe uma necessidade de determinados grupos de serem guiados por alguém superior. Essa pessoa poderia ser uma forma de herói ou, em um segundo caso, um ser abstrato baseado em mitos, lendas etc.

A figura de chefe-soberano se constrói quando o político busca “assumir uma posição de fiador dos valores até o ponto de confundir-se com eles” (Charaudeau, 2018, pp.157).

Para conseguir essa posição pode-se observar diferentes maneiras no discurso:

De um lado, proferindo discursos que lembram quais são seus valores, de modo a *encarnar-se* neles: falar da democracia, da soberania do povo, da identidade nacional, do que devem ser as grandes linhas de um projeto político, celebrando o povo, o país, o regime institucional (...) (Charaudeau, 2018, pp.157).

Por outro lado:

tomando uma posição acima do conflito, o político deve mostrar que não entra no jogo das pequenas querelas politiqueras, que se recusa a polemizar quando é diretamente implicado, de maneira a se dar uma estatura de homem que domina a cena política (...) (*Ibidem*).

Por fim, Charaudeau (2018) cita a figura de “comandante” como uma figura ligada ao autoritarismo, frases relacionadas à guerra, declarações de conflitos, elementos que fazem com que se observe uma figura agressiva.

1.3.3.2 *Ethos de Solidariedade*

O último *ethos* relacionado aos *ethé* de identificação também é, para nós, um dos mais importantes na construção da imagem do ser político.

O *ethos* de solidariedade faz do político um ser que não somente está atento às necessidades dos outros, mas também as partilha e se torna responsável por elas. A solidariedade caracteriza-se pela vontade de estar junto, de não se distinguir dos outros membros do grupo e, sobretudo, de unir-se a eles a partir do momento em que se encontrarem ameaçados. (Charaudeau, 2018, pp.163).

Em outras palavras, é o político que demonstra ouvir diversos grupos e, mais que ouvir, mostra que faz parte daquele grupo, em busca de determinado objetivo.

Um político pode ser levado a sentir-se solidário com seu partido, seu governo, sua família ideológica, seu país, ou mesmo além, em circunstâncias extremas, com sua cultura (latina, germânica, anglo-saxã, anglo-americana), com sua civilização (ocidental, oriental, asiática). Para que se manifeste essa solidariedade, é preciso, portanto, uma ideia a ser defendida, um grupo que se identifique como portador dessa ideia, circunstâncias (sobretudo quando o grupo está ameaçado) que desencadeiem esse movimento identitário. (Charaudeau, 2018, pp.164).

Portanto, para demonstrar solidariedade, o político deve deixar evidente que a reivindicação de determinado grupo também faz parte da sua pauta de governo através de declarações e ações.

2. Peronismo, Kirchnerismo e contexto eleitoral de 2015 e 2019

A Argentina tem um sistema de governo presidencialista, sendo o presidente chefe de estado e de governo, além de comandante das forças armadas. É uma república federativa estruturada, com 23 províncias e a cidade autônoma de Buenos Aires. O País vive o regime bicameral, ou seja, o poder legislativo é exercido por duas câmaras: sendo a Câmara dos Deputados e o Senado, respectivamente, com 257 e 72 membros. O Presidente tem um mandato de 4 anos, desde a reforma constitucional de 1994, podendo ser reeleito para mais um mandato consecutivo.

A história política recente da Argentina se confunde com a sua maior corrente política do país, conhecida como Peronismo, em referência às ideias de Juan Domingos Perón, ex-presidente e militar argentino. Pode-se dividir a história política na Argentina em antes do governo Perón e depois dele.

Dantes ao governo de Perón, a Argentina teve um início de século marcado pela grande presença de imigrantes e pressão dos trabalhadores, relativamente ao direito de voto e suas consequências:

[...] a pressão que os imigrantes, trabalhadores e classes médias exerceram no início do século, levando a adoção do voto universal secreto masculino em 1912. Esse fenômeno deitou raízes na peculiaridade da sociedade naquele momento, com a forte presença dos imigrantes europeus, que chegavam ao país fugindo das péssimas condições na Europa e aproveitavam da expansão da fronteira agrícola platina. (Cavlak, 2018, pp. 3).

Nesse momento da história, devido ao grande número de imigrantes, o governo da Argentina investiu fortemente em universidades públicas, construções de escolas, fortalecimento das forças armadas e outras medidas, com o objetivo de criar o sentimento de pertencimento no argentino e na sociedade de maneira geral, acreditando que, dessa maneira, seria possível evitar conflitos e revoltas (Cavlak, 2018).

Na década de 30, a Argentina viveu um momento de diversas fraudes eleitorais, privilegiando o esquema oligárquico, o que favoreceu também uma grande exploração da classe operária, apesar de juntamente a isso, haver o aumento da força industrial no país. Com o avanço da industrialização:

(...) incrementou-se a abertura de postos de trabalho, atraindo gentes que então viviam no interior. O problema foi que essa classe, já cristalizada desde o início do século, politizada pelas grandes greves dos anos 1910 e pela militância depois da instauração do voto secreto adulto masculino, contanto com sindicatos e partidos estruturados, não encontrou reconhecimento e apoio dos conservadores na década de 1930, período em que a economia platina incrementou significativamente o ramo urbano industrial. (Cavlak, 2018, pp. 6–7).

Sendo assim, com o setor de operários mais organizado e combativo e sem reconhecimento no governo, é onde nasceria o peronismo.

Na década de 40, mais precisamente em 1943, Perón faz parte do grupo chamado DOU (Grupo de Oficiais Unidos), que tomou o poder na Argentina. Nesse governo, Peron foi escolhido para chefiar a Secretaria de Trabalho e Previdência, uma pasta que não tinha muita estrutura na época (Cavlak, 2018). Nesse cenário é que a relação de Peron com os operários fica estreita e nasce seu poder político.

2.1. Peronismo

Juan Domingos Perón, ao assumir o comando da Secretaria de Trabalho e Previdência, inicia sua aproximação com os sindicatos argentinos e “(...) através deste órgão os operários obtém conquistas, como por exemplo, férias remuneradas e assistência médica, além de ampliarem sua participação na vida política argentina” (Parga, 2006, pp. 4) .Assim, iniciou-se a implementação mais profunda de sua política também com o

[...] reconhecimento da importância da classe trabalhadora, dialogando com os sindicatos, reconhecendo a legitimidade das greves, concedendo reajustes salariais e toda uma rede de proteção social, ou seja, aquilo que por décadas os trabalhadores argentinos haviam se mobilizados para tal sem serem atendidos pelo Estado. (Cavlak, 2018, pp. 8).

Ou seja, buscou-se não só resoluções superficiais de problemas existentes por tempos, como também se enveredou em um caminho de soluções de estrutura e aplicação de leis já existentes.

Além de dirimir conflitos específicos, por via de contratos coletivos, supervisionado pela Secretaria, se estendeu o regime de aposentadorias, de férias remuneradas, de acidentes de trabalho, se ajustou as categorias ocupacionais e no geral se equilibrou as relações entre trabalhadores e patrões, inclusive nas atividades no chão da fábrica. Em muitos casos se tratou de simplesmente aplicar disposições legais ignoradas. (Cavlak, 2018 *apud* Romero, 1998, pp. 143).

Após essa aproximação com a classe operária e o grande avanço nas questões trabalhistas, a classe dominante, juntamente com os Estados Unidos, marcou uma forte oposição aos avanços trabalhistas e, em 1945, com o objetivo de frear as mudanças, Perón é retirado do seu cargo e preso no dia 09 de outubro. No dia 17 do mesmo mês, após uma grande pressão popular com milhares de argentinos ocupando as ruas, juntamente com sindicatos, pedindo a liberdade do líder político, Perón é solto e essa data fica marcada na história do populismo argentino (Cavlak, 2018).

Com todo esse cenário, Perón se fortalece cada vez mais e se torna um dos principais nomes para a eleição de 1946, polarizada em dois grupos. Um deles contrário a Perón:

[...] se plasmou na União Democrática, conjunto de partidos tradicionais, de centro e até o Partido Comunista, conjugando não só os conservadores como setores da sociedade antifascistas, que enxergavam em Perón e na sua base uma horda de pobres manipulados em conluio com tiranos autoritários, prontos para estragarem a nação. (Cavlak, 2018, pp. 10).

E o outro, apoiando-o, composto por:

[...] alguns militares que apoiavam o colega de fardas mais famoso, e que enxergavam na sua vitória uma possibilidade de continuação no poder, algumas facções dissidentes dos partidos de centro-esquerda, e uma irresistível força dos trabalhadores organizados, que certamente percebiam a vitória da União Democrática como a derrota do trabalhismo. (*Ibidem*).

As organizações patronais, não formalmente, apoiavam a União Democrática e ao lado de Perón estava uma nova organização política, chamada Partido Laboral, criado por sindicalistas (Cavlak, 2018).

Com esse cenário formado, as eleições de 1946 terminam com a vitória de Perón e do Partido Laboral. “No dia 24 de fevereiro, numa eleição sem fraudes, o que não ocorria desde 1928, com apenas 300 mil votos de vantagem, algo em torno de 10%, Juan Domingo Perón foi eleito presidente da república (2.734.386 votos contra 1.207.155)” (Cavlak, 2018, pp.10).

Durante seu primeiro mandato, o Partido Laboral deixa de existir e, no lugar, surge o conhecido Partido Peronista, oficialmente Partido Justicialista – até os dias de hoje, é o maior partido da Argentina, com diversas correntes políticas distintas. Segundo Cavlak (2018), em seu primeiro mandato, Perón inicia uma forte nacionalização de setores, como o sistema ferroviário, telefonia, gás, companhia de eletricidade, marinha mercante e uma rede de indústrias alemãs; e, por outro lado, seguem os avanços trabalhistas e fortalecimento dos sindicatos:

Entre 1946 e 1949 se estenderam e generalizaram as medidas sociais lançadas antes de 1945. Pela via das negociações coletivas, organizadas por lei, os salários começaram a subir notavelmente. A ele se agregou as férias remuneradas, licenças médicas e os sistemas sociais de medicina e de turismo, atividades em que os sindicatos tiveram importante papel. (Cavlak, 2018 *apud* Romero, 1998, pp. 158).

O resultado concreto desse avanço se observa no número de sindicalizados que “saltou de 400 mil no início dos anos 1940 para 3 milhões no início dos anos 1950” (Cavlak, 2018, pp. 13).

Juntamente com esses avanços, o nome de sua esposa, Eva Perón, chamada de Evita, ganhava cada vez mais força e popularidade na sociedade argentina. A fundação que tinha seu nome, ajudava os que ficavam às margens dos avanços trabalhistas e dos sindicatos.

[...] as pessoas do interior profundo, de baixa qualificação, viúvas, órfãos, e mesmo aqueles que não logravam permanecer de forma estruturada na população economicamente ativa passaram a ser atendidos por outra forte rede de o que chamaríamos hoje de compensação de renda, a Fundação Eva Perón. (Cavlak, 2018, pp. 13).

Evita foi essencial na criação e fortalecimento da ala feminina do Partido Peronista que, posteriormente, com sua influência, conquistaria o direito do voto para as mulheres.

No ano de 1951, apesar de um cenário mais turbulento de greves e algumas insatisfações dentro do exército, Perón conquistou a reeleição, muito com a ajuda dos votos das mulheres, que exerciam esse direito pela primeira vez na história. A vitória com 64% dos votos e a conquista da maioria no congresso fortalece o modelo de governo (Cavlak, 2018).

Durante seu segundo mandato, em 1952, Eva Perón faleceu em decorrência de cancro de útero. “O governo elaborou politicamente a morte de Evita, embalsamando seu corpo e transformando-o em símbolo do regime, fontes de visita de multidões com o ataúde exposto na Fundação” (Cavlak, 2018, pp.15).

No ano seguinte, Perón é vítima de um atentado por parte da oposição, o que gerou uma reação dos peronistas.

Em 1953, numa tentativa de assassinar o presidente, opositores explodiram bombas na Praça de Maio durante um comício, matando alguns civis. Em resposta, uma multidão de peronistas incendiaram o maior símbolo das classes dominantes argentinas, o Jockey Club, além de depredarem a sede da UCR e do Partido Socialista (Cavlak, 2018, pp. 15).

Segundo a mesma autora, no ano de 1954, a igreja se torna contrária ao governo, devido ao culto à imagem de Evita. Diversas ações foram tomadas em retaliação às críticas que a igreja católica fazia publicamente ao governo. Inflados pela tensão entre a Igreja e o governo, a crise culminou em ataques entre os grupos.

Em 8 de junho de 1955, na procissão de Corpus Christie, um infiltrado da polícia tocou fogo na bandeira argentina, acusando os católicos. Sentindo a crise, um grupo dissidente da Marinha tentou assassinar o presidente, bombardeando a Praça de Maio e matando cerca de 300 civis. Em resposta, militantes peronistas invadiram e incendiaram várias igrejas na capital. (Cavlak, 2018, pp. 16).

Após esse cenário caótico, no mesmo ano, em setembro, Perón sofre um golpe de um movimento militar e, juntamente com as Forças Armadas, derrubam o governo, e Perón termina exilado na Espanha.

Perón retorna à Argentina, depois de 18 anos de exílio e vence a eleição de 1973, após a renúncia do presidente eleito, o peronista Hector Cámpora⁹, e a convocação de novas eleições. Seu terceiro mandato termina rapidamente, após sua morte, menos de um ano depois de ter sido eleito.

O Peronismo então fica marcado pelo avanço nos direitos da classe trabalhadora, dos operários, fortalecimento dos sindicatos, nacionalização da economia, mas também por um viés autoritário em alguns momentos do governo, relativamente, aos opositores.

Pode-se afirmar que, depois da eleição de Juan Domingo Perón, em fevereiro de 1946, até os dias atuais, o peronismo se fixou no sistema político argentino como um dos principais atores, para o bem ou para o mal. Testemunho do grau de importância que esse movimento desempenhou na história, conseqüentemente da sua complexidade e da dificuldade em conceituá-lo de forma simples. (Cavlak, 2018, pp. 17).

O peronismo é um movimento onipresente na política argentina, sendo uma corrente tão grande tanto que, dentro da ideologia peronista, existem diversos movimentos políticos que vão da esquerda para a direita, mesmo dentro do mesmo Partido Justicialista.

Mais recentemente, um movimento se destacou na política do país, ganhando força dentro do peronismo e se tornou uma das principais correntes políticas da Argentina: o kirchnerismo, o qual abordaremos a seguir.

2.2. Kirchnerismo

Na Argentina o período e modelo de governo que ficou conhecido como Kirchnerismo, ocorreu entre os anos de 2003 e 2015, inicialmente com o governo de Néstor Kirchner (2003-2007) e, posteriormente, com o de de sua esposa, Cristina Fernández Kirchner (2007-2015). Ambos iniciaram a vida política como membros da Juventude Peronista na década de 70, durante a luta contra a ditadura. O kirchnerismo faz parte da ala de esquerda dentro do peronismo e nomeadamente do Partido Justicialista.

⁹ Hector Campora foi um político argentino e presidiu o país entre maio e julho de 1973, com a volta de Peron do exílio, renunciou e pediu novas eleições para abrir caminho para o retorno de Peron a presidência.

Néstor Kirchner chega ao poder no ano de 2003, após dois anos de intensa crise econômica, política e social na Argentina.

Durante as jornadas de 19 e 20 de dezembro de 2001, as mobilizações populares que ocuparam as ruas de Buenos Aires derrubaram o governo de Fernando De La Rúa (União Cívica Radical). Em 26 de junho de 2002, o “Massacre da Ponte de Pueyrredón” evidenciou o ambiente de ruptura total com o sistema, e proporcionou, conforme pensadores como Alain Badiou, um espaço de criação política. (Medeiros & Chaia, 2015, pp. 12).

Ou seja, o clima de instabilidade, crise, caos social permitia o surgimento de novos nomes e projetos para as eleições posteriores.

Apenas um ano e meio depois da retumbante queda do governo de Fernando De La Rúa em dezembro de 2001 e o consequente processo de crise política, social e institucional que o país passou, as eleições nacionais de abril de 2003 trouxeram uma novidade: a chegada ao poder de Nestór Kirchner, o pouco conhecido candidato peronista apoiado pelo então presidente Eduardo Duhalde e eleito com apenas 22% dos votos¹⁰. (Montero & Vincent, 2013, pp. 125, tradução nossa).

A vitória de Néstor com apenas 22% dos votos acontece em consequência da desistência de seu adversário, Carlos Menem, que abandonou a eleição antes da segunda volta. Já em sua posse, com um discurso contrário ao neoliberalismo e sua culpabilização pela crise em 2001, Néstor também assemelhava suas palavras com as de Peron.

[...] o kirchnerismo representou também um resgate e uma identificação com o peronismo. Há semelhanças entre o discurso de Perón e Kirchner, a partir da representação como parte do povo, e de políticas que visavam à justiça e à inclusão social, temáticas centrais do peronismo. (Soares & Milani, 2016, pp. 219).

Foi em seu governo, reconhecido pela forte defesa dos Direitos Humanos, que importantes ações foram tomadas em combate aos crimes ocorridos na ditadura militar. Ações de caráter simbólico:

¹⁰ De agora em diante toda tradução é de responsabilidade nossa.

Kirchner ordenou que fossem retiradas as fotos dos ex-presidentes de fato Rafael Videla e Reynaldo Bignone do Pátio de Honra do Colégio Militar e criou o Museo de la Memoria na *Escuela de Mecánica de la Armada* (ESMA), que havia sido um centro de detenção da ditadura. (*Ibidem*).

E ações ainda mais efetivas, que permitiram com que os culpados por cometer crimes na ditadura fossem devidamente julgados e presos.

Kirchner logrou ainda que a Corte Suprema de Justiça anulasse, em maio de 2005, as leis de *Obediencia Debida y Punto Final*, o que permitiu a volta do julgamento dos responsáveis pelos crimes contra a humanidade cometidos durante o período da ditadura militar. Neste aspecto, as medidas colocadas em prática por Kirchner significaram a busca de Memória e Justiça no que se refere ao período do regime militar e geraram o apoio de organizações de Direitos Humanos como a das Mães e Avós da Praça de Maio. (*Ibidem*).

Outra forte marca do kirchnerismo foi na política externa que, segundo Soares & Milani (2016), foi marcada por uma busca na reforma no sistema internacional, questionando o modelo de governança global, principalmente, relacionado à economia e com um discurso contrário ao do Fundo Monetário Internacional, doravante FMI, e em defesa de um maior alinhamento entre os países da América Latina. No ano de 2005, o governo declara o pagamento e, conseqüentemente, o cancelamento da dívida com o FMI: “O pagamento da dívida externa com o FMI foi outro marco no plano das relações internacionais. Em dezembro de 2005 o governo anunciou que cancelaria a totalidade da dívida com o organismo” (Montero & Vincent, 2013, p. 142). Assim, em seu discurso relacionado ao FMI, o governo reforça sua posição de emancipação e soberania que ficaria marcado no kirchnerismo.

Com um tom reembolsável, emancipatório e anti-imperialista, reforçou a necessidade de “ultrapassar o passado”, encerrando um período histórico em que as “receitas” de ajuste e a dependência reagiam a economia, e começava uma nova etapa de independência, soberania e crescimento. (*Ibidem*).

Por essas e outras ações, o kirchnerismo começa a se consolidar, e, apesar de ter como guia a ideologia peronista, cria também sua própria identidade dentro do Partido Peronista. A consolidação dessa força política fica evidente entre os anos 2005 e 2006:

Entre as eleições legislativa de outubro de 2005 e o ato de 25 de maio de 2006 pela celebração dos três anos de governo, finaliza a consolidação da identidade kirchnerista. Nessa etapa o governo manteve o controle de diversas frentes de disputa, impondo a agenda pública e midiática. (Montero & Vincent, 2013, pp. 141).

À vista disso, Medeiros & Chaia(2015, p. 15) destacam que:

Néstor Kirchner, de acordo com Ana Soledad Montero e Lucía Vicent, desenvolveu durante seu mandando uma identidade política própria – pautada no peronismo, de matriz populista, chamada hoje de kirchnerismo – que na atualidade vê sua continuação na figura de Cristina Fernández de Kirchner.

Na eleição presidencial de 2007, Cristina Fernández Kirchner, doravante CFK, é escolhida como candidata do governo. Segundo Medeiros & Chaia(2015), a escolha ocorreu com o objetivo de evitar o retorno de um antigo governo e, para isso, foi escolhido alguém novo. Por essa razão, Néstor não buscou a reeleição.

Ao final da eleição, CFK, até então senadora, vence com 45% dos votos e conquista maioria no congresso nacional. Sua vitória marcou “a consolidação final do kirchnerismo enquanto identidade política própria ao mostrar-se capaz de eleger uma sucessora – a primeira mulher a ocupar o cargo de Presidenta da República Argentina” (Medeiros & Chaia, 2015, pp. 21).

Após a vitória e já no primeiro ano de mandato, em 2008, inicia-se um embate interno no Partido Justicialista; o Kirchnerismo busca uma reorganização do partido com novos apoios internos, com isso procurou se estabelecer no PJ, como uma força de centro-esquerda (Retamozo & Trujillo, 2019).

No ano de 2009, após conflitos internacionais e uma derrota kirchnerista nas eleições legislativas, o governo, com baixa aprovação popular diante desse cenário, inicia uma mudança para recuperar a popularidade:

Em um contexto de fragilidade, o kirchnerismo iniciou uma etapa identificada como “radicalização progressista” “exacerbação nacional-popular” “reperonização” que incluiu uma “audaz política de expansão de direitos” inclusive que, como afirma Anunziata, não se encontram explícitas nas promessas de campanha e, no entanto, tiveram um efeito de legitimação e politização do espaço público. (Retamozo & Trujillo, 2019, pp. 200).

No ano de 2010, observa-se uma recuperação da imagem de CFK, devido ao avanço econômico que ocorre após a crise de 2008.

É no governo de CFK que se cria uma relação mais estreita entre o kirchnerismo e a juventude peronista, buscando consolidar um local de segurança e de defesa do legado kirchnerista nos grupos de jovens militantes peronistas, como relata Retamozo & Trujillo Salazar (2019, pp. 201, tradução nossa): “No que se refere à construção de uma força própria, é neste período que se adquire uma centralidade iniludível da “juventude” como sujeito tanto no discurso kirchnerista quanto na formação de movimentos juvenis.”

Com um primeiro mandato marcado por política de distribuição de renda, recuperação econômica e criação de emprego, CFK se reelege presidente em 2011, com mais de 53% dos votos; foi a maior vitória eleitoral no país, desde a redemocratização no ano de 1983¹¹.

Com a vitória eleitoral, o segundo mandato se inicia com grandes desafios, como o controle da inflação e o déficit fiscal. Durante o mandato, CFK perde apoio popular e também no campo político, o que culmina com a derrota do candidato Daniel Scioli, que tinha o apoio de CFK nas eleições presidenciais de 2015.

Com isso, o kirchnerismo deixa o poder na Argentina após 12 anos de governo, mas cria sua identidade que, mesmo dentro do peronismo, tem sua própria imagem e força política. Assim, marca-se como protagonista, não necessariamente vitorioso, em todas as eleições durante e após o período em que governou o país.

¹¹ Disponível em: https://www.bbc.com/portuguese/noticias/2011/10/111024_argentina_kirchner_dg. Acesso em 10 jun. 2021.

2.3. “Para la victoria”¹² - Eleições presidenciais de 2015

Após 12 anos de governo Kirchner, a constituição da Argentina, não permitia um terceiro mandato consecutivo. Com isso, CFK não poderia ser candidata e, pela primeira vez, desde 2003, a Argentina não teria um Kirchner concorrendo à presidência do país. O governo, após perder apoios importantes durante o segundo mandato de CFK, tem como candidato o então governador de Buenos Aires e ex-vice-presidente no governo de Néstor Kirchner, Daniel Scioli, representando a coligação *Frente Para La Victoria*, fundada em 2003, que, além do Partido Justicialista, era composta por mais 12 agremiações.

Isso tudo ocorreu em um contexto de crise econômica e de um aumento da pobreza no ano de 2015, após quedas nos anos anteriores e esvaziamento de lideranças que o governo perdeu durante o segundo mandato dentro do próprio peronismo. Consequentemente, assistiu-se a uma eleição com muitos candidatos, o que contribuiu para tal resultado eleitoral.

Na primeira volta, Daniel Scioli é o mais votado, com 37,08% dos votos; e, em segundo lugar, o opositor Mauricio Macri, representando a coligação *Cambiamos*, ficou com 34,15% dos votos.¹³

Com esse resultado, pela primeira vez na Argentina, a eleição para presidente foi levada para uma segunda volta.¹⁴

Na segunda volta, nenhum candidato derrotado na primeira declarou formalmente apoio aos candidatos escolhidos pelo voto, para seguir na disputa eleitoral.

O resultado final, marcou o fim dos 12 anos de governo kirchnerista, com a derrota de Daniel Scioli, candidato apoiado por Cristina Kirchner e que obteve 48,66% dos votos contra 51,34% do opositor Mauricio Macri.

¹² Nome da coligação e também slogan de campanha.

¹³ Disponível em: https://pt.wikipedia.org/wiki/Eleição_presidencial_na_Argentina_em_2015. Acesso em: 11 jun 2021.

¹⁴ Disponível em: https://www.bbc.com/portuguese/noticias/2015/10/151026_eleicao_argentina_mc_lgb. Acesso em: 11 jun 2021.

Assim ocorreu a eleição de 2015, com um peronismo dividido entre os apoiadores do kirchnerismo e os peronistas contrários, juntamente ao ano ruim da economia e denúncias de corrupção – que devem ser levados em consideração para a derrota eleitoral.

A mudança do kirchnerismo – que foi construído no poder –, para a oposição, permite novos horizontes e mudança no discurso e na ação.

“Se o kirchnerismo foi uma força que se conformou com o poder instituído, o deslocamento para o espaço da oposição constituiu um novo lugar de enunciação e uma mudança no campo das práticas potenciais. É evidente que esta situação gera novas condições de fazer política, uma vez que se dilui a responsabilidade de garantir a governabilidade e exercer a gestão a nível nacional (mas não a níveis subnacionais). Isto reposiciona as outras duas dimensões a que fizemos referência: a formação da força própria e a estratégia eleitoral” (Retamozo & Trujillo, 2019, pp. 206).

2.4. “Argentina de Pie”¹⁵ – Eleições presidenciais de 2019

Se nas eleições de 2015 a fragmentação dentro do peronismo com mais de um candidato contribuiu para a derrota, nas eleições de 2019, CFK consegue concentrar e juntar as diversas correntes do peronismo em torno de uma candidatura.

A coligação anterior *Frente Para La Victoria*, que tinha, além do Partido Justicialista, mais 12 agremiações, deixa de existir e, no lugar, surge a *Frente de Todos*, que consegue reunir, além do Partido Justicialista, mais 19 agremiações. Com isso, o peronismo se une em torno de apenas um candidato, com o objetivo de derrotar a direita liberal, representada no então presidente Mauricio Macri. Essa união é possível após CFK desistir de ser candidata a presidenta e colocar seu nome como candidata à vice presidenta na coligação, abrindo espaço para que Alberto Fernández fosse o chefe da fórmula.

Na visão de Courel (2021), coordenador das campanhas presidenciais de Alberto e de Daniel Scioli, ao entregar a posição de candidato à presidência a um nome surpresa

¹⁵ Slogan utilizado pela campanha da coligação *Frente de Todos*.

como o de Alberto Fernández, facilitou-se a unidade do peronismo. Além disso, uma diferença entre o 2015 e 2019 é que, por fazer parte da chapa como candidata a vice, em 2019, CFK apareceu mais na campanha, participando ativamente das propagandas e eventos. E apesar de sua força eleitoral, em ambas as eleições, a ex-presidenta cedeu o protagonismo aos candidatos (informação verbal).¹⁶

O jornalista Tomaz (2021), também destaca o papel de Cristina Kirchner em 2019, como fundamental para a unidade do peronismo, ao ceder o espaço de candidata à presidência para Alberto Fernández e, diferente de 2015, por ser candidata como vice, teve uma maior participação durante na campanha (informação verbal).¹⁷

Essa eleição é decidida ainda na primeira volta, com a coligação de Alberto Fernández e Cristina Kirchner eleita com 48,24% dos votos válidos, contra 40% de Mauricio Macri.

Juntamente com o resultado da eleição, duas marcas históricas foram atingidas. Primeiramente, uma marca negativa: Macri se torna o primeiro presidente a tentar uma reeleição e perder; e, ao contrário, Cristina Kirchner alcança uma marca histórica para sua trajetória pessoal, ao se tornar a primeira cidadã a ocupar todos os cargos da hierárquica nacional. Já tendo sido eleita deputada nacional, senadora nacional, presidenta e agora, vice presidenta.¹⁸

Para Courel (2021), alguns aspectos explicam a derrota de Macri: o de não ter conseguido cumprir o prometido em campanha, com relação às questões econômicas; e o outro, o endividamento com o FMI, acarretando problemas econômicos e sociais, que se agravaram nos 4 anos do governo de seu governo. O consultor político ainda afirma que as duas eleições apresentaram em comum o retorno do bipartidarismo (informação verbal).¹⁹

¹⁶ Informação fornecida pelo consultor político Juan Courel em 14 mai 2021.

¹⁷ Informação fornecida pelo jornalista político Rogério Tomaz Junior em 21 mai 2021.

¹⁸ Disponível em: <https://www.eldestapeweb.com/nota/elecciones-2019-cristina-kirchner-gano-sera-la-proxima-vicepresidenta-y-alcanzo-un-record-historico-en-la-politica-2019102814430>. Acesso em: 11 jun 2021.

¹⁹ Informação fornecida pelo consultor político Juan Courel em 14 mai 2021.

Portanto, duas eleições em contextos econômicos e políticos distintos e com diferente organização eleitoral, relativamente: a organização do peronismo e do kirchnerismo. Isso evidencia a já conhecida força do peronismo, mas também a resiliência e potência eleitoral do kirchnerismo, representado na figura de Cristina Kirchner. Na eleição de 2015, na segunda volta, há a derrota do candidato apoiado por CFK, Daniel Scioli e, já em 2019, houve o retorno do peronismo e do kirchnerismo ao poder, com uma vitória ainda em primeira volta de Alberto Fernández.

3. Estudo de caso: A criação da imagem através do discurso eleitoral

3.1. Definição de Objetivo

O objetivo da pesquisa é analisar o discurso eleitoral e fazer uma análise comparativa dos discursos realizados em comício pelos candidatos Daniel Scioli – que representava o governo de Cristina Kirchner e foi derrotado em 2015 –, e o discurso de Alberto Fernández – candidato que teve como vice Cristina Kirchner e foi vencedor do processo eleitoral de 2019. Assim, procura-se identificar como cada candidato cria sua imagem, o *ethos*, através do discurso e observar as diferenças nessa construção, considerando os elementos que poderiam ter levado a uma mudança, através do contexto de cada eleição.

3.2. Objeto de Estudo

O presente trabalho tem como objeto de investigação analisar comparativamente um discurso proferido pelo candidato Daniel Scioli, em 2015, e um discurso feito por Alberto Fernández, em 2019. Por questão de uma maior delimitação na análise, os discursos escolhidos serão os últimos feitos em cada campanha.

O discurso de Daniel Scioli que utilizamos no nosso *corpus* aconteceu no dia 22 de outubro de 2015, três dias antes da eleição da primeira volta e foi o último ato de campanha de Scioli. O evento aconteceu no *Luna Park*, uma casa de eventos localizada na Cidade Autônoma de Buenos Aires, com capacidade de cerca de 12 mil pessoas e com um público que lotou o local.²⁰ O público presente era de apoiadores de diversos partidos, e o discurso, além de ser direcionado a esse público, também foi transmitido a quem não se encontrava na casa de evento, através da comunicação social e da

²⁰ Disponível em: <https://www.rfi.fr/es/americas/20151023-cierre-de-campana-con-un-discurso-para-seducir-los-indecisos>. Acesso em: 18 jun 2021.

Internet. Retiramos o discurso na íntegra através da plataforma YouTube²¹, transcrevemos e traduzimos o discurso para fazer a análise.

Já o discurso de Alberto Fernández, último ato de campanha, foi proferido no dia 23 de outubro de 2015, três dias antes da primeira volta eleitoral, na cidade de Mar Del Plata, ao ar livre e para um público de 35 mil pessoas.²² Ao seu lado, no palco montado, sempre esteve presente a candidata à vice-presidenta, Cristina Kirchner, e outros políticos apoiadores. O público presente era de apoiadores, simpatizantes e militantes, mas, assim como o discurso de Scioli, Fernández não se direcionou apenas ao público presente, tendo também como alvo pessoas que tiveram acesso ao discurso através da Internet e da comunicação social. O discurso na íntegra foi retirado do canal do YouTube do jornal argentino *La Nacion*²³ e, igualmente ao anterior, foi transcrito e traduzido para realização da análise.

Com esse objeto delimitado, a intenção é comparar de maneira mais próxima à realidade dos anos, de uma forma, que aproxime o contexto, não histórico, mas temporal e, dessa maneira, tornando mais estreita a ligação entre os discursos.

3.2.1. Descrição e justificação da escolha dos discursos

No presente estudo, escolhemos utilizar dois discursos feitos em comícios de encerramento de campanha para um grande público. A escolha de fazer uma comparação entre o discurso na eleição de 2015 e o da eleição de 2019 acontece por diversos pontos históricos que unem as duas eleições e seus participantes.

A eleição de 2015, como já dito anteriormente, culmina com o fim do Kirchnerismo no poder, identidade política que se cria dentro do governo e que, após 12 anos, torna-se oposição pela primeira vez. Essa eleição tem outro marco histórico: foi a primeira eleição presidencial na Argentina a ser decidida em um segundo turno.²⁴

²¹ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=SFWZQWeTHH4&t=580s>. Acesso em 05 mai 2021.

²² Disponível em: <https://www.lanacion.com.ar/politica/alberto-fernandez-cristina-kirchner-cierran-mar-del-nid2300287/>. Acesso em: 18 jun 2021.

²³ Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=eVSqhCdI_w4&t=1s. Acesso em: 05 mai 2021.

²⁴ Disponível em: <https://www.terra.com.br/amp/noticias/argentina-tera-segundo-turno-pela-primeira-vez,e6cf6fb78131defc4d0bb020c5cb910bluh6e3a9.html>. Acesso em: 15 jun 2021.

O pleito eleitoral de 2019 simboliza a volta do peronismo e do kirchnerismo ao poder; Cristina Kirchner, principal representante do kirchnerismo, retorna como vice-presidenta, na fórmula que levou Alberto Fernández à presidência do país. Nessa eleição, Maurício Macri, então presidente, como já dito anteriormente, torna-se o primeiro presidente na história da Argentina a tentar e não conseguir se reeleger.

Por esses motivos, justifica-se a escolha dos discursos, dois contextos políticos diferentes para a centro-esquerda Argentina e em 2015, uma guinada para a direita, com a derrota de Daniel Scioli e, após 4 anos de governo de Maurício Macri e da direita na Argentina, assiste-se à volta de uma centro-esquerda, com a vitória de Alberto Fernández e Cristina Kirchner.

Motivos que nos levam a procurar entender e comparar como cada candidato buscou criar sua imagem pelo discurso, tendo em vista cada contexto e identificar a possível diferença na criação desse *ethos* em cada discurso.

3.2.2. Perfil de Daniel Scioli

Daniel Scioli, além da vida política também foi um esportista ligado à corrida de barcos. Na vida pública, filiado ao Partido Justicialista, foi vice-presidente de Nestor Kirchner em seu governo e governou a província de Buenos Aires entre 2007 e 2015, sendo reeleito com uma votação expressiva de 55%.²⁵ Sua entrada na vida política foi chancelada pelo ex-presidente da Argentina, Carlos Menen, representante de um peronismo liberal. Daniel Scioli concorre em 2015 com o apoio de Cristina Kirchner que indicou o candidato a vice-presidente da fórmula.

Atualmente, no governo de Alberto Fernández, Daniel Scioli atua como embaixador da Argentina no Brasil.

3.2.3. Perfil de Alberto Fernández

Alberto Fernández é um advogado, professor e político filiado ao Partido Justicialista. Alberto foi chefe de gabinete de 2003 até 2007 no governo de Nestor Kirchner e durante

²⁵ Disponível em: <https://noticias.uol.com.br/ultimas-noticias/ansa/2015/10/23/perfildaniel-scioli-o-ex-atleta-que-pode-virar-presidente.htm>. Acesso em: 15 jun 2021.

o ano de 2008 no governo de CFK, até romper politicamente com a líder kirchnerista, rompimento que só foi contornado em 2017.

Nos anos 80, Fernández foi diretor-geral adjunto de assuntos jurídicos do Ministério da Economia, no governo de Raul Afonsin e, em 1889, foi nomeado Superintendente de Seguros, no governo de Carlos Menem, mantendo-se no cargo até 1995. No ano 2000, Fernández foi eleito vereador de Buenos Aires.

Durante seu rompimento com Cristina Kirchner, Fernández foi um grande crítico do governo da presidenta, fazendo parte de uma ala do peronismo contrária ao kirchnerismo.²⁶ Na eleição na eleição de 2015, foi chefe de campanha do candidato Sérgio Massa, que ficou em terceiro lugar na eleição.²⁷

Por fim, concorreu em 2019 à presidência, com Cristina Kirchner como vice, e venceu a eleição com 48,01% dos votos. Com esse resultado, o peronismo volta ao poder juntamente com o kirchnerismo, com Alberto Fernández, considerado um peronista moderado.

3.3. Questão de partida

Assim, trazemos a seguinte questão: quais as diferenças na construção do *ethos* entre Daniel Scioli, derrotado nas eleições de 2015, e Alberto Fernández, eleito no ano de 2019?

3.4. Metodologia

3.4.1. Análise de Discurso

O presente trabalho se guiará, como já dito, pela linha teórica-metodológica da Análise de Discurso da escola francesa, através dos estudos do discurso político de Patrick Charaudeau, juntamente com os estudos da argumentação no discurso de Ruth Amossy, ambos relacionados com a criação do *ethos* prévio e o *ethos* discursivo. É necessário

²⁶ Disponível em: <https://g1.globo.com/mundo/noticia/2019/10/27/conheca-alberto-fernandez-presidente-eleito-da-argentina.ghtml>. Acesso em 15 jun 2021.

²⁷ Disponível em: <https://www.minutouno.com/politica/eleccion2015/alberto-fernandez-es-indudable-el-deterioro-el-voto-sergio-massa-n365661>. Acesso em 15 jun 2021.

esclarecer que não existe uma metodologia pronta no campo de pesquisa da AD, desta maneira, faz-se necessária a interligação entre teóricos e as diversas variantes que existem.

Como destaca Orlandi (2005, pp. 15):

A Análise de Discurso, como seu próprio nome indica, não trata da língua, não trata da gramática, embora todas essas coisas lhe interessem. Ela trata do discurso. E a palavra discurso, etimologicamente, tem em si a idéia de curso, de percuso, de correr por, de movimento. O discurso é assim a palavra em movimento, prática de linguagem: com o estudo do discurso observa-se o homem falando.

Sendo assim, iremos observar o “homem falando”, mais precisamente, Daniel Scioli e Alberto Fernández, em campanha eleitoral. Para Charaudeau (2018), existem três lugares de fabricação do discurso político e, para nossa pesquisa, vamos analisar o lugar de fabricação denominado por ele de “ato de comunicação” que

[...] concerne mais diretamente aos atores que participam da cena de comunicação, cujo desafio consiste em influenciar as opiniões a fim de obter adesões, rejeições ou consensos. Ele resulta de aglomerações que estruturam parcialmente a ação política (comícios, debates, apresentação de *slogans*, reuniões, ajuntamentos, marchas, cerimônias, declarações televisivas) e constroem imaginários de filiação comunitária, mas, dessa vez, mais em nome de um comportamento comum, mais ou menos ritualizado, do que de um sistema de pensamento, mesmo que este perpassse aquele. Aqui, o discurso político dedica-se a construir imagens de atores e a usar estratégias de persuasão e de sedução, empregando diversos procedimentos retóricos. (Charaudeau, 2018, pp. 40).

Aqui o autor cita que o ato de comunicação acontece, justamente, em comícios, exatamente do local do qual foi retirado nosso *corpus* de análise, já que no ato de comunicação acontece a construção da imagem do político. Na nossa pesquisa, analisamos a criação do *ethos* nos *corpora* definidos para análise, como forma estratégica no discurso político.

Para definir e analisar o *ethos*, guiaremos-nos pelos dois grupos de *ethé*, denominados por Charaudeau (2018) como *ethé* de credibilidade e *ethé* de identificação, ligado à

razão e ao afeto, respectivamente. Através das definições de cada forma de *ethos* que se encontra nesses grandes grupos, caracterizamos como cada candidato criou sua imagem no discurso, na tentativa de estabelecer uma imagem de credibilidade ou de identificação.

Separar as ideias do *ethos* é sempre um álbi que impede de ver que, em política, aquelas não valem senão pelo sujeito que as divulga, as exprime e as aplica. É preciso que este seja, ao mesmo tempo, crível e suporte da identificação à sua pessoa. Crível porque não há político sem que se possa crer em seu poder de fazer; suporte de identificação porque para aderir às suas ideias é preciso aderir à sua pessoa. Daí o desenvolvimento das figuras identitárias do discurso político, que se reagrupam em duas grandes categorias de *ethos*: o *ethos de credibilidade* e o *ethos de identificação*. (Charaudeau, 2018, pp. 118, grifo do autor).

Juntamente com a análise do *ethos* através do viés da credibilidade e identificação, utilizaremos a noção do *ethos* prévio, que Amossy (2018) destaca como sendo a imagem que o auditório faz do orador antes mesmo que ele inicie seu discurso.

O *ethos* prévio é elaborado com base no papel que o orador exerce no espaço social (suas funções institucionais, seu status e seu poder), mas também com base na representação coletiva ou no estereótipo que circula sobre sua pessoa. Ele precede à tomada de palavra e condiciona parcialmente. Ao mesmo tempo deixa no discurso traços tangíveis que podem ser identificados, ora nas marcas linguísticas, ora na situação de enunciação que está na base da troca. (*Ibid.*, pp.90).

Ainda segundo Amossy (2018), define-se como necessário buscar identificar e considerar a imagem que se faz do orador no âmbito social, profissional e seu status institucional que designa uma legitimação na sua palavra. Após a tentativa de identificar esse *ethos* prévio, iremos buscar, ao fim da análise, entender se o orador em questão buscou reforçar essa imagem ou alterá-la

Se a representação preexistente se revela favorável e apropriada à circunstância, o orador pode apoiar-se nela. Mas ele deve modulá-la ou reorientá-la se, ao contrário, ela lhe for desfavorável, ou se não convier aos objetivos persuasivos que almejou. (Amossy, 2018, pp. 92).

Com relação à inscrição da argumentação, além do estudo da ciência da linguagem, Amossy (2011) destaca a importância e a necessidade de abranger o estudo para outras disciplinas, como a Ciência da Comunicação: “Essa necessidade pode ser sentida nas Ciências da Comunicação, quando se trata de examinar minuciosamente um determinado discurso político” (pp.139), e segue com o exemplo

Assim, pode-se debruçar sobre um discurso de campanha de Nicolas Sarkozy ou de Ségolène Royal na época das eleições presidenciais de 2007, na França, para ver como eles constroem um *ethos* (...). (*Ibidem*).

Portanto, iremos analisar tanto o *ethos* discursivo, quanto o prévio; e problematizar de que maneira ele influencia ou não no discurso e, conseqüentemente, na construção do *ethos* discursivo. Utilizaremos então estas metodologia de maneira conjunta, como citamos anteriormente.

3.4.2. Entrevistas Semiestruturadas

Além da etapa metodológica citada, o presente trabalho também irá se basear na realização de entrevistas com personagens ligados diretamente às eleições aqui pesquisadas, seguindo a base metodológica das obras: “Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação” de Duarte e Barros (2006) e “Metodologia de Investigação em Ciências Sociais e Humanas” de Coutinho (2014).

As entrevistas realizadas na nossa pesquisa servem para ajudar a contextualizar os diferentes momentos eleitorais, econômicos e sociais em que os discursos do nosso *corpus* foram proferidos. Sendo assim, com relação às entrevistas, elas servem para que “nesse percurso de descobertas, as perguntas permit[a]m explorar um assunto ou aprofundá-lo, descrever processos e fluxos, compreender o passado, analisar, discutir e fazer perspectivas” (Duarte & Barros, 2006, pp. 63) e destaca-se que o objetivo é entender melhor algum contexto ou problema: “Seu objetivo está relacionado ao fornecimento de elementos para compreensão de uma situação ou estrutura de um problema” (*Ibidem*).

Utilizaremos a entrevista de elite semiestruturada, com o consultor político e coordenador das campanhas eleitorais de Daniel Scioli e Alberto Fernández, Juan Courel, e com o jornalista Rogério Tomaz Junior.

A escolha da entrevista como semiestruturada facilita a liberdade de resposta dos entrevistados, mas, ao mesmo tempo, mantém um caminho lógico a ser seguido de acordo com as perguntas elaboradas no guião.

As **entrevistas semi-estruturadas** combinam perguntas abertas e fechadas, onde o informante tem a possibilidade de discorrer sobre o tema proposto. O pesquisador deve seguir um conjunto de questões previamente definidas, mas ele o faz em um contexto muito semelhante ao de uma conversa informal. (Bonit & Quaresma, 2005, pp. 75, grifo do autor).

O guião será preparado para que os dois participantes possam responder às mesmas questões, salvo pequenas particularidades relativas à cada função dos entrevistados e não existindo limitações rígidas na cronologia. A entrevista será feita através de correio eletrónico, sendo assim, não podendo existir perguntas elaboradas a partir da resposta do entrevistado.

Portanto, utilizaremos essa metodologia como forma de aprofundar e entender, através de olhares diferentes, o contexto que envolveu cada eleição e cada discurso que iremos analisar no nosso trabalho.

3.5. Resultados

3.5.1. Resultados da análise do discurso

3.5.1.1. Resultados da análise do discurso de Daniel Scioli em 2015

O discurso de Daniel Scioli que será analisado é aquele proferido²⁸ no *Luna Park*, para cerca de 12 mil pessoas, as quais, no nosso entendimento, formam um público de apoiadores do então candidato. Trata-se de um auditório presente não loquente, como explicado por Amossy (2018), que se refere a um auditório com o qual não se tem uma troca comunicacional. Esse discurso também foi transmitido para um público não

²⁸ O discurso traduzido e na íntegra se encontra nos apêndices do nosso trabalho.

presente, que estaria assistindo pela internet ou pela comunicação social – mas aqui trataremos apenas do auditório como presente e não loquente.

Relativamente ao *ethos* prévio (Amossy, 2018), conforme explicado anteriormente, Scioli se legitima para concorrer como candidato à presidência como ex-governador da província de Buenos Aires e também como ex-vice-presidente de Nestor Kirchner. Visto como um bem-sucedido empresário, de família rica, e apesar de ter sido vice de Nestor, tinha uma relação mais conturbada com Cristina Kirchner, que enxergava nele uma pessoa muita à direita dos seus pensamentos e, por essa razão, escolheu para candidato a vice um nome kirchnerista e de sua confiança.²⁹ Importante destacar que no discurso que vamos analisar, CFK não se fez presente no local, mesmo sendo o ato de encerramento da campanha.

Portanto, no que diz respeito ao *ethos* prévio, além da sua representação institucional que legitima sua palavra, Scioli era visto, por uma representação coletiva, como um homem sério e moderado.³⁰ Ou seja, um *ethos* de sério e uma figura de moderação, o que corresponde ao *ethos* de caráter antes mesmo de iniciar seu discurso (Charaudeau, 2018).

Daniel Scioli inicia sua fala agradecendo nominalmente aos governadores de províncias que estão presentes no momento do discurso e também, de maneira generalizada, aos prefeitos. Para iniciar sua fala e referir-se aos colegas, Scioli utiliza um tratamento legitimador (Charaudeau, 2018), ao chamá-los de “companheiros”, especificando sua filiação aquele grupo de esquerda.

No trecho:

E daqui, muito obrigado aos presidentes e líderes da região latino-americana com quem tenho me encontrado e conversado profundamente nos últimos dias. Compartilhamos visões e projetos de integração comum nos quais estou pronto para trabalhar desde o

²⁹ Disponível em: https://brasil.elpais.com/brasil/2015/06/28/internacional/1435523910_667960.html. Acesso em 22 jun 2021.

³⁰ Disponível em: https://www.bbc.com/mundo/noticias/2015/11/151105_elecciones_argentina_ballotage_scioli_macri_vs. Acesso em 22 jun 2021.

primeiro dia. E muito especialmente obrigado à Presidente da Nação, *Dra. Cristina Fernández de Kirchner*. Porque no dia 10 de dezembro assumiremos um país ordenado, sem dívidas e com paz social e também com mais soberania.

Ao citar os líderes da América Latina e explicitar que “compartilhamos visões e projetos de integração comum nos quais estou pronto para trabalhar desde o primeiro dia”, constrói-se um *ethos* de solidariedade (Charaudeau, 2018), ao demonstrar que faz parte de um grupo, que não se distingue desses líderes e que partilha os mesmos objetivos que os demais, em prol da região latino-americana, tendo em vista que irá “trabalhar desde o primeiro dia” nos projetos em comum. Em seguida, o candidato agradece nominalmente à presidenta Cristina Kirchner e elogia seu trabalho e legado; para nós, é um aceno à sua imagem anterior ao discurso de uma relação ruim com a então presidenta, que, com essa fala Scioli, demonstra que não existe ruídos na relação.

O candidato segue com seus agradecimentos no início do discurso e, mais adiante, no trecho: “Em três dias, nós, argentinos, elegeremos o próximo presidente e estou convencido de que a Argentina neste domingo decidirá pelo avanço do nosso povo para o próximo grande capítulo deste projeto, que é o desenvolvimento nacional.” As enunciações elocutivas e alocutivas se misturam na fala destacada, ao usar o nós e o eu (“estou convencido”); sendo assim, identificamos aqui o *ethos* de virtude (Charaudeau, 2018) ao mostrar convicção de que a “Argentina neste domingo decidirá pelo avanço do nosso povo” – aqui o avanço representa sua própria eleição; e também o *ethos* de chefe, através da figura de guia soberano, ao utilizar uma enunciação delocutiva, ao citar que a “Argentina” é quem decidirá. “A enunciação delocutiva apresenta o que é dito como se a palavra dada não fosse da responsabilidade de nenhum dos interlocutores presentes e dependesse apenas do ponto de vista de uma terceira voz, voz da verdade” (Charaudeau, 2018, pp. 178).

Em seguida, identificamos na fala “Por toda a minha vida, tenha a certeza e a confiança, que me preparei para assumir a responsabilidade de ser o próximo presidente. Percorri Argentina de ponta a ponta. Ouvi cada setor produtivo, cada governador e cada prefeito.” A criação do *ethos* de competência (Charaudeau, 2018), que faz parte do *ethé* de credibilidade, é trazida ao citar que por toda vida se preparou para assumir o cargo

de presidente e, logo após, pode-se observar o *ethos* de solidariedade, destacando o saber ouvir.

Ouvir é sempre valorizado, particularmente nas sociedades em que a palavra prolifera. ‘Escutar’, ‘saber ouvir’, ‘estar atento’ são expressões que denotam uma atitude de consideração para com os outros, seus problemas, seu sofrimento, mas também para com suas necessidades. (Charaudeau, 2018, pp. 165).

Trabalhamos com cada uma das universidades e também, porque estou convencido, que neste próximo domingo a Argentina vai decidir integrar-se cada vez mais, a indústria, o campo, o comércio, a produção, o mundo do trabalho, o mercado interno e o poder de exportação, a ciência e a tecnologia, a educação e a saúde, os jovens e nossos idosos, a Argentina e o mundo. Por isso, hoje mais do que nunca, reafirmo meu compromisso de que minha prioridade serão os humildes, os trabalhadores e a classe média.

No fragmento acima, observamos o uso da enunciação elocutiva e, mais uma vez, na modalidade de convicção, ao repetir que “estou convencido, que neste próximo domingo...”, firmando um *ethos* de virtude (Charaudeau, 2018) e prossegue seu discurso, afirmando que, por tudo isso citado anteriormente, o candidato faz a seguinte promessa: “Por isso, neste quadro e com toda a responsabilidade, comprometo-me a modificar o imposto de renda. O trabalhador ou aposentado que tiver menos de 30.000 pesos líquidos de renda no bolso, não pagara esse imposto.” Ao utilizar, novamente, a enunciação elocutiva na expressão “Eu comprometo-me”, denota a modalidade de compromisso firmando um *ethos* de chefe, na figura de um guia supremo e, ao mesmo tempo, evoca um *ethos* de solidariedade, ao declarar que determinada faixa de trabalhadores e aposentados serão isentos de imposto.

Pode-se observar que Daniel Scioli utiliza, por diversas vezes, o pronome pessoal de primeira pessoa, “eu”, mesmo que de maneira implícita, como no seguinte trecho:

Investirei cada vez mais na educação, porque da mão da educação vêm as soluções básicas para os problemas que enfrentamos e fundamentalmente na busca da igualdade de oportunidades para quem mais precisa. Agregarei cada vez mais ciência e tecnologia à produção para tornar nosso país mais competitivo e produtivo. Sairemos em busca de

investimentos estratégicos que nos permitam dar cada vez mais sustentabilidade social, econômica e produtiva a este projeto nacional e popular.

Novamente, entendemos que o orador evoca o *ethos* de chefe, primeiramente na modalidade de compromisso, estampado na figura de um guia-supremo quando, ao final desse trecho destacado, cita que se trata de um “projeto nacional e popular”. E, também, observamos o *ethos* de chefe, mas na figura de um chefe-soberano, ao falar claramente da soberania do povo e de uma identidade nacional, deixando claro aqui seus valores.

No prosseguimento de sua fala, Daniel Scioli declara seu conhecimento no saber fazer diante de suas propostas e também busca mostrar uma transparência com o auditório:

Já o disse e repito: nunca mais na Argentina nenhum paraíso especulativo financeiro, mas sim produtivo. Produzir, produzir, produzir para que vivamos cada vez melhor. Eu sei o que fazer e como fazer. Ninguém vai trabalhar tanto quanto eu com a minha equipe, que escolhi por sua experiência e aptidão. E eu tomei uma decisão, com toda responsabilidade, sem precedentes, mostrei à sociedade quem vai integrar o meu governo na maioria dos lugares aos quais me referi e vamos completá-los no devido tempo. Porque as pessoas, por respeito a elas, merecem saber quais são minhas prioridades e como vamos cumpri-las.

Observamos que o orador inicia a fala reafirmando que “nunca mais na Argentina nenhum paraíso especulativo financeiro, mas sim produtivo” e demonstra a figura da firmeza ao destacar o “nunca mais”, uma característica do *ethos* de caráter. Além disso, utiliza outra figura do *ethos* de caráter, a provocação, ao destacar que a Argentina não será mais um paraíso especulativo financeiro, já que seu principal adversário, Mauricio Macri, era tido como o preferido do mercado financeiro para ganhar a eleição.³¹ A seguir, afirma que sabe o que fazer e como fazer, demonstrando claramente que conhece a engrenagem da vida política e, por isso, sabe como realizar suas promessas, evocando, assim, o *ethos* de competência, e o *ethos* de sério – esse último que já era uma imagem prévia que se tinha de Daniel Scioli e nessa frase ele reafirma essa imagem

³¹ Disponível em: https://elpais.com/internacional/2015/10/26/argentina/1445881541_098760.html. Acesso em: 24 jun 2021.

ao falar de si mesmo com uma “escolha de palavras e de construções simples” (Charaudeau, 2018, pp. 121). Ao afirmar que tomou uma medida insólita ao divulgar quem faria parte do governo em respeito às pessoas, o orador evoca o *ethos* de virtude que “se faz acompanhar por uma atitude de respeito para com o cidadão: o político deve ser transparente, não deve se valer de embustes, deve ser direto” (Charaudeau, 2018, pp. 124).

Com humildade, venho oferecer ao povo argentino toda a responsabilidade, a previsibilidade, confiança e tranquilidade. Vá no próximo domingo para procurar o verdadeiro voto útil a favor da Argentina, que traz, com o espaço político a *Frente para la Victoria*, que fez ressurgir a Argentina, a transformou e sobre essas bases sólidas vamos construir um país cada vez mais vigoroso no produtivo e mais inclusivo no social.

Aqui o orador inicia a frase a falar “com humildade”, demonstrando que, apesar da sua posição de candidato e da pessoa que diz poder seguir com os projetos, vai manter a Argentina no caminho do desenvolvimento. Desse modo, ele demonstra dependência do povo, na relação entre a instância política e a instância cidadã, aqui representada, na necessidade do voto da instância cidadã. Prossegue elencando o que oferece ao “povo argentino” em troca desse voto. Demonstrando aqui um *ethos* de sério (Charaudeau, 2018) ao se colocar como uma pessoa responsável e que merece confiança do auditório presente e também da sociedade votante de maneira geral, mesmo quem não se encontra no local que o discurso é proferido.

Destacamos também o uso de um argumento de raciocínio casual simples, chamado de raciocínio pragmático que, segundo Charaudeau (2018, pp. 101), tem o objetivo de “fazer os indivíduos crerem que não há outra consequência além da enunciada, ou que não há outro fim a perseguir que o anunciado. Opera-se, portanto, um deslize lógico, de uma casualidade possível para uma casualidade fatal”. Podemos observar isso quando o orador afirma para o auditório que, partindo da premissa de votar na *Frente Para La Victoria*, a consequência é um país mais produtivo e com uma maior inclusão social.

Finalizando a metade do seu discurso e antes de iniciar a etapa final dele, Scioli destaca os aparatos políticos que circunscrevem sua candidatura e a doutrina que o guia como político: “Pertencço a um grande partido nacional, uma força federal e popular. Do meu

lugar de peronista convoco a todos porque governarei para todos.” Nessa frase, podemos observar a construção de um *ethos* que faz parte do grupo de *ethé* de credibilidade: o *ethos* de sério (Charaudeau, 2018). Ao afirmar que pertence a um partido que é grande e que tem raízes populares, o orador indica que as ideias desse partido são a mesma defendidas por ele. Logo em seguida, o orador é ainda mais categórico e reivindica seu lugar de peronista, para finalizar a frase indicando que seu governo será para toda a população. Ao reivindicar esse lugar o candidato, mais uma vez, deixa claro quais as ideias o guiam como político de uma maneira simples e direta.

Caminhando para o fim do discurso, Scioli reforça sua imagem no campo da credibilidade, ao utilizar de uma enunciação elocutiva com o apoio do pronome pessoal “eu” e na figura de convicção no seguinte trecho “estou convencido de que tem chegado o dia em que para um argentino não tem nada melhor do que outro argentino.” Dessa maneira, evoca um *ethos* de virtude (Charaudeau, 2018) ao demonstrar determinada certeza de uma maneira simples e direta com o auditório.

No seguimento da sua fala, o candidato inicia um apelo e convocação aos indecisos e também aos cidadãos de diferentes ideologias, mas em especial ao campo peronista, que se encontrava profundamente dividido naquela eleição:

E convoco aos peronistas que também se afastaram porque renovarão, não tenho dúvidas, a sua fé e ficarão convencidos de que este, o *Frente para la Vitória*, com a liderança da nossa presidente trouxe para estes novos tempos, estes novos desafios, as bandeiras fundadoras do peronismo. Porque hoje a independência econômica é o desendividamento, a soberania política é a segurança energética e a justiça social é o salário-família. Aos socialistas, progressistas, porque juntos defendemos o valor da igualdade.

Ao iniciar assumindo que muitos peronistas se afastaram e pedindo o apoio desse grupo ao afirmar que eles irão “renovar a sua fé”, podemos observar um *ethos* de caráter e, mais precisamente, na figura de moderação. “A moderação do discurso político é uma atitude de conveniência tática que visa a desbloquear as situações em conflito a fim de que o acordo seja alcançado” (Charaudeau, 2018, pp. 145). Entendemos que o acordo que o orador busca é, de fato, o voto daqueles peronistas que não apoiavam sua

candidatura e, para isso, cita o trabalho da então presidenta CFK e afirma que o seu trabalho trouxe de volta “as bandeiras fundadoras do peronismo”. No seguimento de sua fala, podemos observar o uso de metáforas, ao falar de independência econômica, soberania política e justiça social, fazendo o elo comparativo com avanços sociais e econômicos que o governo obteve. Por fim, o orador apela aos socialistas e progressistas, ao expor que “juntos defendemos o valor da igualdade” remetendo assim ao *ethos* de solidariedade (Charaudeau, 2018), deixando clara a diferença entre solidariedade e a compaixão:

[a] solidariedade não é compaixão. A primeira se quer igualitária e recíproca; a segunda caracteriza-se por um movimento assimétrico entre um indivíduo que sofre e outro que, apesar de não sofrer, está, no entanto, emocionado pelo sofrimento alheio. (Charaudeau, 2018, pp.163).

Sendo assim, observamos esse *ethos* quando o candidato afirma que a luta pela igualdade não é só dos socialistas, mas também dele.

Deixe nossos queridos aposentados falarem com sua experiência. Os 3,5 milhões de aposentados que têm sido incluídos. Um grande projeto respeita seus idosos e nós precisamos dos que tem experiência. Que saiam em busca daquele voto a favor do país no próximo domingo. Eu farei tudo por eles para que consigam viver cada vez melhor. Que a família argentina fale nas urnas, porque vocês conhecem muito bem, com minha coerência, meu compromisso com os três T's que o *Papa Francisco* nos prega - e daqui saúdo os militantes dessa bandeira, o da Terra, o do Teto e o do Trabalho. Terra para os camponeses, trabalho formal e um teto para moradia que dê segurança e fortaleza à família.

No trecho anterior, ao citar os aposentados, o orador faz um apelo à memória recente desse grupo que recebeu uma atenção especial na era Kirchner, com a valorização das pensões e aposentadorias³², e isso fica em destaque ao citar diretamente os milhares de aposentados que foram incluídos nas políticas públicas do governo kirchnerista. Em seguida, Scioli afirma: “Eu farei tudo por eles para que consigam viver cada vez melhor.”,

³² Disponível em: <https://infograficos.estadao.com.br/internacional/kirchnerismo-na-argentina/capitulo-2.php>. Acesso em: 19 jul 2021.

criando assim um *ethos* de chefe, na figura de um guia-supremo, ao assumir o compromisso em seu nome diretamente e não do governo. Em seguida o orador mostra uma proximidade com o auditório ao utilizar o vocativo “vocês”, ao se referir diretamente a seu público. Observamos também o uso da religiosidade ao citar o Papa Francisco, líder da igreja católica e também argentino – aqui notamos o uso de evidência compartilhada (Amossy, 2018) com o auditório, tendo em vista que a maioria da população na Argentina se considera católica. É possível notar a construção do *ethos* de virtude e de sério ao, primeiramente, exaltar sua coerência com defesa da bandeira “da terra, do teto e do trabalho” e, posteriormente, ao se comprometer com a constante defesa dessas bandeiras, em que afirma serem as mesmas defendidas pelo pontífice.

E, antes de agradecer aos convidados e finalizar sua fala, Scioli encerra da seguinte maneira:

Por isso, queridos argentinos e argentinas, vamos votar no domingo com muito entusiasmo e otimismo. Queremos um futuro melhor então vamos procurá-lo. Darei tudo de mim para consegui-lo com o meu estilo, com a vontade, tenacidade e todos os valores que aprendi nestes anos, nas minhas lutas e fundamentalmente na escola de vida que é o esporte. E garanto que esta será a vitória do desenvolvimento, garanto que esta será a vitória definitiva da grande Argentina.

Na sua fala final, podemos observar a construção do *ethos* de potência, na afirmação “darei tudo de mim”, “com vontade, tenacidade e todos os valores que aprendi”; e, ao citar a sua força no esporte traz também o *ethos* de chefe, na figura de uma chefe-soberano, ao garantir que a sua vitória represente os valores do desenvolvimento e a “vitória definitiva da grande Argentina”, exaltando a soberania e a identidade do país representada em sua vitória nas urnas.

Portanto, podemos observar que o orador faz um discurso direcionado aos indecisos e que tenta imprimir sua própria marca, seu próprio estilo de discursar, diferentemente dos discursos do casal Kirchner. Iniciando aqui, o contexto da produção do discurso e com o local escolhido refletiram diretamente, como dito anteriormente, com sua imagem prévia de homem sério. Como podemos observar, Scioli faz um discurso que flutua entre os *ethé* de credibilidade e de identificação; porém, destacamos que

candidato, na construção de sua imagem, faz uso dos três *ethos* que compõe o grupo da credibilidade. Primeiramente, o *ethos* de sério, que já fazia parte do seu *ethos* prévio (Amossy, 2018) aparece por quatro vezes mostrando o desejo de reafirmar e reforçar essa imagem também no *ethos* discursivo. O *ethos* de virtude, que também observamos quatro vezes em seu discurso e que, de maneira geral, segundo (Charaudeau, 2018, pp.124):

É uma resposta a expectativas fantasiosas da instância cidadã, na medida em que esta, ao delegar um poder, procura fazer-se representar por um homem ou por uma mulher que seja modelo de retidão e de honradez, ao menos, em uma visão nobre da política.

E o terceiro *ethos*, referente à credibilidade, o *ethos* de competência, é observado por duas vezes no discurso de Daniel Scioli e, segundo Charaudeau (2018), o político deve demonstrar não só que sabe como funciona a vida política, mas também que tem condições e estrutura para realizar tais objetivos e promessas.

No que se refere ao grupo denominado de *ethé* de identificação, são seis *ethos* expostos por Charaudeau (2018) e que seguimos na nossa análise. Dentre esses, apenas quatro identificamos no discurso do orador.

O *ethos* de chefe foi pontuado cinco vezes no discurso; entendemos que a tentativa de impor sua própria marca no discurso contribuiu para utilização recorrente dessa construção de imagem. O *ethos* de solidariedade aparece três vezes no discurso; entendemos que, por essa imagem caracterizar-se, principalmente, pela busca de demonstrar unidade dentro de um grupo (Charaudeau, 2018), compreendemos que foi a busca do orador no contexto eleitoral de divisão dentro do partido e também da corrente política que representava a então presidenta de Argentina, mostrar-se fiel e representante desses grupos. O *ethos* de caráter é observado por duas vezes em seu discurso em forma de demonstração de força, que pode ser representada por diversas figuras; e por fim, apontamos apenas uma vez o uso do *ethos* de potência no discurso, como forma de exaltar seu histórico de atleta profissional. Não observamos o uso dos *ethos* de inteligência e de humanidade no discurso analisado.

3.5.1.2. Resultado da análise do discurso de Alberto Fernández em 2019

Em um grande evento político na cidade de *Mar Del Plata*, em um lugar público com a presença de cerca de 35 mil – que podemos destacar como um público militante e também um público não presente, mas que tem acesso ao discurso por meio das transmissões –, foi o cenário do discurso proferido por Alberto Fernández no último evento de sua campanha, em 2019. Com a presença de vários nomes ligados ao kirchnerismo e da própria Cristina Kirchner, que na ocasião fez o discurso anterior ao de Alberto, um ato político com a dinâmica e marcas do kirchnerismo. Sendo assim, podemos avaliar, segundo Amossy (2018), o auditório como um público presente não loquente.

Com forte ligação com Nestor Kirchner, sendo chefe de governo durante seu mandato e, posteriormente, chefe de governo no primeiro ano de mandato de Cristina Kirchner, Alberto rompeu com a então mandatária e se tornou um grande crítico de seu governo, até a reaproximação no ano de 2018.

Relativamente ao *ethos* prévio (Amossy, 2018), Alberto Fernández era visto como uma pessoa inteligente, com grande capacidade de escuta, criativa e além de tudo com uma forte capacidade de criar pontes e unir pessoas de diferentes movimentos através do diálogo.³³ Relativamente ao seu status institucional, Alberto se legitima para o discurso como candidato à presidência com o apoio de Cristina Kirchner, que decidiu ser candidata à vice em nome da unidade, antigo chefe de governo de Néstor na época que nasceu o kirchnerismo e, juntamente ao seu antigo cargo de governo, a imagem de conciliador dentro do peronismo e do kirchnerismo, que viabilizaria ainda mais a chance de vitória e a volta das duas correntes políticas ao poder.

Alberto Fernández, inicia seu discurso agradecendo às palavras de CFK no discurso anterior ao seu, diz-se feliz e elenca os motivos dessa felicidade:

Feliz, muito feliz. Muito feliz por ter realizado uma campanha tão simbólica para todos nós e principalmente para mim. Feliz porque, como no outro dia foi em *La Pampa*, com o Sérgio, com o Carlos Verna, com tantos outros governadores que celebramos com

³³ Disponível em: <https://www.france24.com/es/20190524-argentina-perfil-alberto-fernandez-candidato>. Acesso em 24 jul 2021.

alegria estarmos juntos novamente um 17 de outubro, hoje estamos encerrando a campanha, novamente todos unidos e a alegria de me reencontrar com Cristina e com ela iremos colocar a Argentina de pé como tem que ser feito.

O então candidato destaca a felicidade pela união dos citados, destaca o encontro com Sérgio Ziliotto³⁴ e Carlos Verna³⁵, ambos, sem ligação com o kirchnerismo, sendo Carlos Verna conhecido como um forte crítico dos governos Kirchner. Ao falar do encontro com ambos e posteriormente afirmar que estão “novamente todos unidos e a alegria de me reencontrar com Cristina e com ela iremos colocar a Argentina de pé”, o orador demonstra um *ethos* de caráter, na figura da moderação, ao se destacar como um elo entre esses nomes, que até a última eleição estavam rompidos politicamente e que, através do seu nome, uniram-se para, em suas palavras, recuperar a Argentina. Destacando também, a reafirmação do seu *ethos* prévio de um político conciliador.

Acredite, não é apenas mais um dia para mim, nem foi mais uma experiência política de quem abraçou a política aos 14 anos. Trabalhei muito na política argentina, mas guardo momentos únicos na minha memória do dia em que conheci o Nestor e do dia em que reencontrei a Cristina. Se tem algo, se tem algo que fizemos juntos, se tem algo que fizemos juntos Nestor, Cristina e eu foi nos encontrar um dia sabendo que a Argentina não poderia continuar vivendo a desonra que estava vivendo.

No trecho acima, o orador inicia destacando o seu tempo trabalhado na política Argentina e com isso demonstrando uma experiência através da idade, sinalizando um *ethos* de competência de quem tem conhecimento de como funciona a vida pública. Ao prosseguir com sua fala, o orador cita novamente o nome do casal Kirchner, atrelando sempre sua imagem à figura de Nestor e de Cristina, um claro aceno para o público kirchnerista, que poderia ter alguma resistência ao seu nome devido ao rompimento político que teve com Cristina. Essa aproximação fica clara com a utilização da enunciação elocutiva (Charaudeau, 2018), como o “nós” ao citar o trabalho em conjunto

³⁴ Na altura do encontro Sérgio Ziliotto era Deputado Nacional e candidato ao governo, foi eleito e atualmente é governador da província de *La Pampa*.

³⁵ Ex-governador da província de La Pampa e também senador federal pela mesma província era tido com anti-kirchnerista.

dos três, criando aqui, o *ethos* de solidariedade, que se constrói com a ajuda do pronome pessoal de primeira pessoa citado anteriormente.

No seguimento do discurso, Alberto Fernández segue exaltando a sua trajetória política, sempre explicitando sua relação com Nestor Kirchner, o peronismo e também com setores não peronistas:

Nunca me esqueço daquele dia que o Nestor me disse, andando por *Tanti*, no segundo encontro do grupo de *Calafate*: “Alberto, deixemos de ser o polo progressista dos grupos conservadores, vamos fazer o que temos que fazer. Vamos convocar os argentinos, sejamos nós que hasteamos a bandeira do melhor progressismo”. E então, em 2002, começamos a convocar argentinos, encontramos muitos camaradas peronistas que estão aqui hoje, encontramos muitos outros camaradas que não eram peronistas: radicais, socialistas. E construímos uma força que nos deu a vitória em 2003, que nos deu a vitória em 2011 e venceu novamente em 2011 e que muitos anos se passaram, mas que está mais viva do que nunca. Está aqui porque somos a própria essência do que o povo argentino deseja!

Nesse ponto, mais uma vez, Alberto aproxima sua trajetória política ao seu papel junto a Nestor Kirchner antes e durante seu governo. Podemos identificar, novamente, o *ethos* de competência pelo tempo de trabalho, ao citar o início de um trabalho em 2002; e, novamente, reafirma sua imagem de conciliador, ao destacar

Começamos a convocar argentinos, encontramos muitos camaradas peronistas que estão aqui hoje, encontramos muitos outros camaradas que não eram peronistas: radicais, socialistas. E construímos uma força que nos deu a vitória em 2003 [...].

Podemos observar repetidamente, e de maneira sutil, a reiteração da sua imagem como um grande conciliador, e sua força para construir uma unidade em torno de um projeto. Em seguida, Alberto Fernández, afirma que foi essa união que levou a vitória eleitoral no ano de 2003, 2007 e 2011. Acreditamos que o orador tenha se confundido e repetido duas vezes o ano de 2011, quando na verdade a intenção era elencar as três vitórias consecutivas do grupo político.

No seguimento de sua fala, o candidato relata a sua conversa com CFK e o convite feito a ele para ser o candidato a presidência.

E assim com as vicissitudes da política que temos de passar, um dia a *Cristina* telefonou-me e disse: - “Alberto, é a tua vez”. Obrigado pela confiança Cristina! E um, que é militante, tirou, tirou a jaqueta de quem operava a unidade e vestiu a jaqueta de quem, desta vez, tinha que dirigir. E eu pedi para Cristina: - “Vamos fazer isso juntos Cristina, para fazê-lo bem. Vamos juntos, vamos mostrar que o melhor time da Argentina é esse! Aquele que pensa pelos argentinos!”.

Nesse trecho, podemos observar que ao contar esse relato, o orador deixa claro seu desejo de seguir junto ao kirchnerismo, ao citar o seu pedido para CFK e evidencia o *ethos* de solidariedade na frase “Vamos fazer isso juntos Cristina, para fazê-lo bem”; como Charaudeau (2018, pp.164) explica: “Para o político, ser solidário é mostrar que as opiniões (ou as decisões) dos membros de seu grupo são partilhadas e defendidas por ele”.

Posteriormente, Alberto Fernández faz fortes críticas a gestão do então presidente Mauricio Macri:

Temos passado quatro anos na Argentina, quatro anos de dificuldades. Temos visto quarenta e três pequenas e médias empresas fecharem por dia, temos visto centenas de milhares de argentinos perderem seus empregos, temos visto as economias regionais caírem, temos visto nossos aposentados verem suas rendas enfraquecerem, temos visto o salário cair 20% em termos reais. Tudo isso aconteceu com um governo que não teve escrúpulos em encher o bolso dos bancos, deixando os bancos enriquecerem enquanto a Argentina toda empobreceu.

Podemos observar aqui, um *ethos* de caráter, ao demonstrar uma indignação pessoal com a situação econômica vivida na Argentina e, segundo o orador, ocasionada por culpa do governo. A fala do candidato se legitima pelo contexto econômico vivido pela Argentina naquele ano e se aproxima do auditório, ao compartilhar uma indignação que também é de quem ouve o discurso.

Alberto Fernández continua sua fala trazendo para o discurso o “Nós x eles”, ao seguir pontuando as atitudes do governo em prol dos mais favorecidos e, conseqüentemente, esquecendo os menos favorecidos.

Nós vimos, lhes dissemos, pedimos que não o fizessem, eles fizeram. E é claro, argentinos e argentinas, que há alguns de nós que abraçamos a política sabendo quais interesses representamos. Eles representam os interesses que beneficiam os poderosos. Nós, entre aposentados e bancos, escolhemos aposentados. Entre a educação pública e os bancos, escolhemos a educação pública. Entre a saúde pública e os bancos, escolhemos a saúde pública. Entre quem trabalha e quem especula, escolhemos quem trabalha.

O candidato sempre utiliza o “nós” em suas falas, uma forma de reafirmar a união entre ele e o kirchnerismo; depois de anos rompido com CFK por divergências políticas, faz-se necessário reafirmar o elo existente entre o candidato e sua vice. Podemos observar que ao determinar que o lado do adversário sempre será o dos poderosos, representado pelos bancos em sua fala, Alberto Fernández novamente evoca um *ethos* de solidariedade, ao destacar que o pensamento e a luta do grupo político será a luta do seu governo ao lado dos aposentados, da educação pública, saúde pública e dos trabalhadores. Entendemos a solidariedade nesse trecho citado, na maneira clara com a qual o orador descreve quais são as lutas e ideias do grupo político representado por ele naquele momento.

Para que se manifeste essa solidariedade, é preciso, portanto, uma ideia a ser defendida, um *grupo* que se identifique como portador dessa ideia, *circunstâncias* (sobretudo quando o grupo está ameaçado) que desencadeiem esse movimento identitário. (Charaudeau, 2018, pp.164, grifo do autor).

Podemos observar, em todos os pontos citados nesse trecho do discurso, as várias ideias defendidas; o grupo que defende representado pelo orador; e também o contexto econômico que justificava a fala do candidato.

Temos viajado todo esse tempo. Fizemos tudo isso e a verdade é que o fizemos com muita alegria. Alegria em saber que milhões de argentinos confiam em nós. E a certeza de saber, que nós sabemos o que é preciso fazer para que a Argentina se levante. Cada um que me abraça e pede ajuda no meu ouvido, gera em mim o compromisso de não decepcioná-lo. Cada um de vocês que nos menciona, que grita nossos nomes, saiba que em cada discurso que fazemos estamos assinando um contrato moral e ético com vocês

para fazer a Argentina que cuida dos despossuídos, que cuida dos esquecidos. Para fazer uma Argentina que volte a crescer.

No trecho acima, podemos observar que Alberto Fernández, primeiramente, ao expressar que “temos viajado todo esse tempo”, recorre a um *ethos* de potência, que também pode ser notado ao demonstrar uma certeza resolutiva no trecho “E a certeza de saber, que nós sabemos o que é preciso fazer para que a Argentina se levante”: aqui vê-se uma imagem de potência, representada pela figura da firmeza. Em seguida, um reforço ao seu *ethos* prévio de bom ouvinte no trecho: “Cada um que me abraça e pede ajuda no meu ouvido, gera em mim o compromisso de não decepcioná-lo”. No seguimento, podemos observar o *ethos* de chefe, na figura de um chefe-soberano, ao “assumir uma posição de fiador dos valores até o ponto de confundir-se com esses eles” (Charaudeau, 2018, pp.157). Podemos observar, justamente, quando o candidato fala que ele e seu grupo político representam um país que cuida dos mais desfavorecidos, e que é com eles que o país voltará a crescer. Como detalhou Charaudeau (2018), essa figura pode surgir através de diversos jeitos no discurso, mas sempre de uma maneira que “lembram quais são seus valores, de modo a *encarnar-se* neles: falar da democracia, da soberania do povo, da identidade nacional, do que devem ser as grandes linhas de um projeto político, celebrando o povo, o país, o regime institucional” (*Ibidem.*, grifo do autor).

Alberto Fernández, segue em seu discurso com um tom nacionalista, citando por diversas vezes o nome do país e, também, fazendo uso do slogan de sua campanha:

Colocar a Argentina de volta no lugar que nunca deveria ter deixado de estar. Uma Argentina digna, não uma Argentina de joelhos. Uma Argentina de pé que respeita os homens e mulheres que trabalham nessa Argentina. Que respeita quem produz. Que respeita aqueles que ensinam. Que respeita aqueles que curam. Desde o primeiro dia trabalharemos para tirar do lugar onde ficaram os cinco milhões de pobres que Macri deixou. Nós vamos fazer, nós vamos fazer, com o compromisso ético que nos deu origem. Todos nós nascemos para ser a voz dos que não têm voz, para ser a voz dos despossuídos, para abraçar aqueles que têm o mínimo.

O slogan da campanha de Alberto Fernández era: *Argentina de pie*, e no início desse trecho, podemos observar a referência direta feito pelo orador e o que representa para ele colocar a Argentina de pé. Em seguida, notamos o *ethos* de caráter, na figura da provocação, ao falar que “Desde o primeiro dia trabalharemos para tirar do lugar onde ficaram os cinco milhões de pobres que Macri deixou”, abordando diretamente a crise econômica vivida na Argentina e culpando seu principal adversário e presidente pelo grande número de pessoas que entraram na pobreza durante seu mandato. Observamos também o *ethos* de solidariedade, no uso do pronome pessoal “nós”, afirmando que irá resolver o problema citado anteriormente e reafirmando a posição ao lado dos menos favorecidos. Pode-se observar esse *ethos* quando o político deixa claro que sabe quais são suas responsabilidades e do seu governo para resoluções de determinados problemas (Charaudeau, 2018).

Ao caminhar para o fim do discurso, Alberto Fernández faz um apelo para quem ainda não sabe em quem votará ou para os que pensam em votar em outros candidatos.

Aqueles de vocês que não acreditaram em nós, vamos pedir para se juntarem a nós. Não vamos perguntar de onde vêm, vamos perguntar se eles querem ir para o mesmo lugar para onde nós queremos ir. E se esses argentinos querem uma Argentina justa, uma Argentina solidária, uma Argentina com trabalho, uma Argentina com educação pública, uma Argentina com saúde pública, vamos abraçá-los, vamos juntá-los a nós e vamos fazer juntos a Argentina que merecemos.

Podemos observar que o orador demonstra intimidade com o auditório e faz um pedido diretamente ao público: um pedido de convencimento daqueles que ainda não acreditam nele, mas que vislumbram o mesmo objetivo; entendemos esse ponto como uma fala que remete aos eleitores indecisos. Identificamos a figura de moderação no discurso, ao fugir de possíveis embates com eleitores indecisos e realçando sua imagem de conciliador. A figura de moderação pertence ao *ethos* de caráter, que tem a tática de resolver conflitos, para atingir um objetivo em comum (Charaudeau, 2018). Observamos também no trecho

E se esses argentinos querem uma Argentina justa, uma Argentina solidária, uma Argentina com trabalho, uma Argentina com educação pública, uma Argentina com

saúde pública, vamos abraçá-los, vamos juntá-los a nós e vamos fazer juntos a Argentina que merecemos.

O uso de um raciocínio casual simples, como explicitado por Charaudeau (2018), que tem o objetivo de buscar a adesão a um projeto político, através de uma ideia simples que coloque o auditório em uma obrigação moral. Além disso, ao citar que, se os indecisos desejam uma Argentina melhor, precisam votar na *Frente de Todos*, Alberto Fernández faz o uso desse artifício argumentativo. Nesse mesmo trecho, podemos destacar o *ethos* de solidariedade, com a contribuição do uso do “nós” (“vamos fazer juntos”), criando a imagem de solidário novamente em seu discurso.

Por fim, Alberto Fernández faz um pedido de voto em seus correligionários do grupo político e agradece a presença dos militantes no local e, assim, encerra seu último ato político de campanha.

Portanto, podemos observar um discurso que se aproximou muito dos eventos políticos tradicionais do kirchnerismo com um grande público militante, além de contar com um lugar grande e estratégico em que se deu o evento, junto da presença de Cristina Kirchner, que fez o discurso anterior ao de Alberto. Primeiramente, observamos que Alberto Fernández, por diversas vezes, realçou seu *ethos* prévio, tendo em vista que era uma boa imagem que se tinha anteriormente ao discurso e, sendo assim, colocou no discurso uma reafirmação dessa imagem.

Outro ponto que marcou o discurso foi o grande destaque dado por Alberto Fernández à sua união com Cristina Kirchner e com Nestor Kirchner. Por diversas vezes, Alberto cita a ex-presidenta, com quem foi rompido por 10 anos politicamente, e que agora era candidata como sua vice. Por isso, o reforço constante no discurso, sobre a união com o principal nome da *Frente de Todos* e seus militantes. O candidato fez uso quase que exclusivo do “nós” em sua fala; poucas vezes usou pronome pessoal em primeira pessoa no singular; sempre buscou demonstrar que trabalhava juntamente com CFK, sua vice; e que a Argentina poderia se recuperar da crise. Para nós, tudo isso é uma clara estratégia de aproximação com uma parte do eleitorado kirchnerista, que ainda poderia

ter desconfiança de Alberto, pelos anos que o então candidato foi um grande crítico dos governos de Cristina.

Com relação ao *ethos* discursivo de Alberto Fernández, observamos que o orador não flutuou entre os dois grupos de *ethé*. Do primeiro grande grupo, o *ethé* de credibilidade, composto pelos *ethos* de sério, virtude e competência, podemos observar apenas o *ethos* de competência, o qual o orador utilizou por duas vezes para demonstrar seu conhecimento de como funciona a política e de tudo que envolve as engrenagens da vida pública (Charaudeau, 2018). Não identificamos os outros dois *ethos* que fazem parte do grupo de credibilidade.

No que diz respeito ao *ethé* de identificação, observamos que foi desse grupo de *ethos* que o orador baseou todo seu discurso, tendo sido observada a utilização de quatro, dos seis *ethos* que fazem parte desse grupo. O *ethos* de potência, foi apontado uma vez no discurso, assim como o de chefe. Presente recorrentemente, o *ethos* de caráter aparece por três vezes no discurso. Entendemos que o contexto econômico e a posição do orador como instância política adversária, ou seja, como oposição ao governo, e seu *ethos* prévio de um grande conciliador, facilitam a presença desse *ethos*. Isso porque o orador é identificado, primeiramente, com a figura da moderação, na qual se reforça o *ethos* prévio do orador de um grande conciliador e, também, na figura de indignação pessoal, ao demonstrar no discurso seu descontentamento com a situação econômica do país e do mais pobres. Ademais, observamo-lo na figura da provocação, quando cita nominalmente o então presidente, Mauricio Macri, como culpado pelos argentinos que entraram na pobreza durante seu governo. O último *ethos* do grupo é o de solidariedade e foi o mais identificado no discurso de Alberto Fernández. Por cinco vezes foi possível notar a utilização dessa imagem. É possível apontar esse uso determinado, pelo fato de o discurso de Alberto procurar sempre demonstrar a união entre ele e Cristina Kirchner, o que é um forte aceno para ala kirchnerista e busca deixar claro que ambos tinham o mesmo objetivo. Mesmo que ele fora antes um forte crítico aos governos de CFK, agora se reencontra com ela e partilha dos ideais kirchnerista para a recuperação do país.

Em sua obra, Charaudeau (2018) deixa claro que para ser solidário, o político precisa, através de declarações e ações, demonstrar que também acredita e defende as opiniões e decisões dos outros membros do grupo.

Por fim, observamos o uso, quase sempre, dos *ethos* que fazem parte do grupo de identificação, justificado pela força do kirchnerismo na imagem de Cristina Kirchner, então candidata à vice, e a crise vivida na Argentina, tendo em vista que os *ethos* desse grupo têm como apelo o afeto social, no qual o cidadão irracionalmente funda sua identidade com a do político. Os *ethos* que correspondem a esse grupo têm como objetivo atingir o maior número de pessoas possível, apesar da heterogeneidade do auditório (Charaudeau, 2018).

3.5.1.3 Comparação entre os discursos

Podemos observar nos dois discursos grandes diferenças, devido ao contexto social, político e econômico de cada época, que influenciou diretamente a construção da imagem de cada candidato, criadas através do discurso: o *ethos* discursivo.

No que se refere ao *ethos* prévio, é importante analisar o status institucional que legitima aquela fala e a imagem que o auditório tem do orador, antes do início do discurso (Amossy, 2018); e, posteriormente, analisar como o orador fez uso dessa imagem prévia:

Se a representação preexistente se revela favorável e apropriada à circunstância, o orador pode apoiar-se nela. Mas ele deve modulá-la ou reorientá-la se, ao contrário, ela lhe for desfavorável, ou se não convier aos objetivos persuasivos que almejou. (*Ibid.*, pp.92).

Relacionado ao *ethos* prévio, podemos observar que Daniel Scioli se legitima para o discurso como candidato à presidência, emplacando suas funções de representante do governo de Cristina Kirchner, de ex-governador da província de Buenos Aires e de ex-vice-presidente de Nestor Kirchner, criando uma imagem prévia de homem sério e moderado.

Já Alberto Fernández se legitima como o escolhido de Cristina Kirchner para o retorno do kirchnerismo e do peronismo ao poder, além do seu papel de chefe de governo no

mandato de Nestor Kirchner; sendo visto como uma pessoa inteligente, criativa, bom ouvinte e capaz de unir diversos polos.

Referente ao uso do *ethos* prévio durante o discurso, podemos observar que ambos se igualam nesse quesito: os dois buscaram, por vezes, em suas explanações, ressaltar a forma com a qual eram vistos antes mesmo de iniciar a fala.

Daniel Scioli destaca sua imagem de sério por diversas vezes em seu discurso, o que também pode ser reforçado pela escolha do local e da estrutura do seu ato eleitoral.

Assim como seu antecessor, Alberto Fernández se apoia no seu *ethos* prévio de bom ouvinte e de conciliador. Por diversas vezes em seu discurso, produz falas direcionadas à união entre os diferentes grupos políticos, que se reuniram em torno de sua candidatura, realçando a importância desse movimento político para buscar a vitória no pleito eleitoral.

No *ethos* discurso, podemos observar grandes diferenças na forma com que cada candidato utilizou para criar sua imagem diante do auditório. Em ambos os momentos, identificamos o auditório como presente e não loquente, apesar dos dois discursos serem transmitidos e replicados através da internet, para o público não presente no momento de sua produção.

No que se refere ao *ethos* discursivo, destacamos primeiro o panorama entre os dois discursos e os dois grupos de *ethé* proposto por Charaudeau (2018): *Ethé* de credibilidade e de identificação. Rememorando que não existe e não temos a pretensão de diagnosticar o uso certo ou errado de cada orador e levando em consideração que o impacto de cada *ethé* varia de acordo com cada situação.

Para surtirem efeito, os *ethé* dependem da conjugação das estratégias empregadas pelo ator político com certa demanda social (vaga e inconsciente) por *ethos*, de forma que esta última possa reconhecer-se no espelho que lhe é mostrado. Em alguns momentos são os *ethé* de credibilidade que têm forte impacto, em outros, os de identificação. (Charaudeau, 2018, pp. 183–184).

Na análise do discurso de Daniel Scioli, observamos um uso equilibrado entre cada grupo de *ethos*, flutuando entre um e outro. Apontamos 10 vezes o uso de *ethos* que faziam

parte do grupo de credibilidade e 11 do grupo de identificação. Entendemos que isso acontece devido ao contexto em que Daniel Scioli estava inserido, a saber: uma campanha que teve pouca participação de Cristina Kirchner e que, apesar de se fazer necessário utilizar a imagem da então presidenta, também foi preciso colocar sua própria identidade em jogo, já que o governo passava por problemas de credibilidade. Diferentemente desse contexto, Alberto Fernández faz um discurso que concentra a construção da sua imagem no *ethé* de identificação, com um foco de realçar justamente a sua união com Cristina Kirchner (candidata como sua vice), e em seu projeto kirchnerista para o país. Alberto, ao contrário de Daniel, utiliza quase sempre o uso do pronome pessoal na primeira pessoa do plural; uma forma de dizer que as mudanças no país só ocorrerão devido a um trabalho conjunto, entre ele, sua vice e os demais políticos que fazem parte da *Frente de Todos*. Daniel, por sua vez, utiliza por diversas vezes o pronome pessoal em primeira pessoa do singular. Destacamos que, evidentemente, favorece esse tipo de escolha pronominal e discursiva a pouca participação de Cristina Kirchner em sua campanha, além do fato de ela não fazer parte da eleição como candidata, diferente da eleição de 2019, na qual a ex-presidenta, como já dito, fez parte eleitoralmente do processo como candidata a vice-presidenta.

O *ethos* que mais identificamos no discurso de Daniel Scioli foi o de chefe, seguido pelo de sério e o de virtude. Conforme dito anteriormente, é possível observar no discurso de Daniel uma tentativa de criar uma própria identidade, na qual obsevamos o *ethos* mais utilizado pelo orador (chefe) que, justamente, significa essa ligação com o auditório em torno de sua imagem. Esse *ethos* é “uma construção de si para que o outro adira, siga, identifique-se a este ser que supostamente é representado por outro si-mesmo idealizado” (Charaudeau, 2018, pp.153). O *ethos* de sério é uma clara reafirmação do seu *ethos* prévio, justamente, visto como um homem sério; e a imagem de virtuoso se observa no discurso, na busca de se colocar como um político que sempre seguiu uma mesma linha de pensamento durante sua carreira.

Já no discurso de Alberto Fernández, o *ethos* que mais identificamos foi o de solidariedade, seguido pelo de caráter. O *ethos* de solidariedade é representado diversas vezes no uso do “nós”, para se referir a ações do governo, como algo em

conjunto com sua vice Cristina Kirchner e que representa, de fato, um discurso que buscou demonstrar para o auditório essa união entre o orador e a sua vice. Esse *ethos* representa, justamente, a busca para demonstrar sua integração no grupo kirchnerista. O *ethos* de caráter, por sua vez, representado no discurso através da *indignação* pessoal pela situação do país; na *moderação*, através da reafirmação de sua imagem de conciliador; e de *provocação*, ao criticar seu adversário.

Portanto, podemos destacar que os discursos dos dois políticos se aproximam apenas quando os oradores destacam seu *ethos* prévio durante a fala. Ambos se utilizam da mesma ferramenta ao buscar exaltar essa imagem que já faz parte do imaginário do auditório, antes mesmo da fala.

Já no *ethos* discursivo, os dois buscam criar um *ethos* de forma completamente diferente. Daniel Scioli busca criar sua própria representação, sem se distanciar completamente da imagem de CFK, mas buscando colocar sua marca durante todo o discurso, utiliza por diversas vezes pronome pessoal na primeira pessoa do singular. Podemos observar o distanciamento de CFK da campanha dele, além das acusações de corrupção do governo, para justificar essa tentativa de focalizar em criar uma própria imagem. No discurso de Fernández, ocorre o contrário e o discurso é voltado a destacar sua união e alinhamento ao kirchnerismo, demonstrando isso não só durante o discurso, como também na produção do comício, recheado de particularidades comuns ao kirchnerismo.

3.5.2. Resultados comparados das entrevistas semiestruturadas

O presente trabalho utilizou o método de pesquisa para auxiliar a contextualizar, no capítulo 3, e a compreender melhor o momento em que cada discurso foi produzido. As entrevistas semiestruturadas foram realizadas através de correio eletrônico, sendo uma delas respondida em áudio, uma por escrito e uma, não utilizada na pesquisa, respondida por videochamada. Faz-se importante destacar que nenhuma entrevista ocorreu de forma presencial.

O nosso objetivo era entrevistar três pessoas, e concluímos o trabalho com duas entrevistas: uma respondida por completo; e a segunda, incompleta, com duas perguntas não respondidas pelo entrevistado.

As entrevistas foram realizadas com o coordenador das campanhas eleitorais de Daniel Scioli em 2015, e da campanha de Alberto Fernández em 2019, Juan Courel. O segundo entrevistado foi o Jornalista Rogério Tomaz, brasileiro, que mora na Argentina e cobre o panorama político do país.

3.5.2.1 Contexto político em 2015 e 2019

No que se refere às diferenças entre os contextos políticos de 2015 e 2019, os dois entrevistados seguem o mesmo caminho ao explicitar o desgaste vivido pelo governo, após 12 anos de mandato que refletiu na eleição de 2015. No ano de 2019, ambos apontam para o grande fracasso econômico do governo Macri, aliado à união do peronismo em torno de um candidato apenas como os principais pontos de dissimilitude com o contexto de 2015.

3.5.2.2 A participação de Cristina Kirchner em cada eleição

Com relação à participação de Cristina Kirchner, principal nome político da Argentina, nas duas eleições, ambos também seguem a mesma linha de pensamento. Em 2015, Cristina não concorreu a nenhum cargo, não participou eleitoralmente – e, com isso, não aparece muito na campanha —, cede o protagonismo para Daniel Scioli, não participando de seus atos eleitorais e, de maneira geral, não se incorpora na campanha para eleger seu sucessor. Já em 2019, como candidata a vice-presidenta, automaticamente se faz uma maior participação dela e apesar, de ceder o protagonismo a Alberto Fernández, ela participa ativamente de eventos políticos e, inclusive, esteve no local do discurso aqui analisado, fazendo um discurso anterior ao de Alberto, quando apresenta e saúda o candidato à presidência. Além disso, sua participação foi, de fato, tão mais ativa do que na eleição anterior, em que a ex-presidenta participou inclusive de *spots* de campanha.

Não conseguimos fazer a comparação entre as repostas das duas últimas perguntas, tendo em vista que as mesmas não foram respondidas por um dos entrevistados. A falta das respostas não afetou a produção do nosso trabalho.

As entrevistas completas se encontram no apêndice 1 desse trabalho.

4. Conclusão

Quando se iniciou o trabalho, constatou-se que as eleições de 2015 e 2019 apresentavam dados inéditos e marcantes na história política da Argentina. O resultado da eleição de 2015 pôs fim à era Kirchner no poder do país, após 12 anos de governo e 3 três eleições vencidas por Nestor e Cristina Kirchner, além de ter sido a primeira eleição decidida em um segundo turno, após o restabelecimento da democracia.

Já a eleição de 2019 determinou a volta da centro-esquerda ao poder, juntamente com o retorno de Cristina Kirchner ao governo, mais precisamente, como vice-presidenta, e o resultado da eleição marcou, pela primeira vez na história da Argentina, a derrota de um presidente que buscava a reeleição, nomeadamente, a derrota eleitoral de Maurício Macri, ao tentar se reeleger presidente da Argentina.

Por conta desses pontos levantados, fez-se importante estudar e comparar o modo como os dois candidatos apoiados pelo kirchnerismo buscaram criar seu *ethos* através do discurso nas duas primeiras eleições após a “era K”³⁶.

Diante disso, a pesquisa teve como objetivo geral identificar se houve diferença na criação do *ethos* em cada discurso e quais os principais pontos antagônicos e equivalentes, de acordo com a classificação de Amossy (2018), relativamente ao *ethos* prévio, e em conformidade com Charaudeau (2018), com relação ao *ethos* discursivo e os dois grandes grupos de *ethé*: credibilidade e identificação.

Constata-se que o objetivo geral foi atendido, tendo em vista que o trabalho, efetivamente, conseguiu constatar grandes diferenças na forma em que cada orador, através do discurso, intentou criar a sua imagem. No discurso de Daniel Scioli, em 2015, identificamos um equilíbrio entre os *ethos* pertencentes ao grupo da credibilidade e de identificação, que foram apontados em seu discurso. Isso ocorre devido a uma busca por criar sua própria imagem, afastando-se um pouco – mas não por completo –, da imagem de Cristina Kirchner, tendo em vista o contexto eleitoral e a pouca participação

³⁶ Foi como ficou conhecido o período entre 2003 e 2015 em que a Argentina foi governada por Nestor e Cristina Kirchner.

da então presidenta em sua campanha eleitoral. O discurso de Alberto Fernández, diferentemente, busca em todo momento, destacar a união existente entre ele e a ex-presidente e candidata à vice, por diversas vezes citando o seu nome, buscando se mostrar pertencente e alinhado, não só ao peronismo, mas também ao kirchnerismo e isso se reflete na concentração de *ethos*, apontados por nossa análise, pertencentes ao grupo de identificação.

O objetivo específico inicial era o de verificar como cada candidato reagiu ao seu *ethos* prévio durante o discurso, realçando a sua imagem já existente com o público ou a tentativa de melhorar uma imagem negativa. O objetivo foi atingido, ao observar que ambos os candidatos utilizaram o discurso para reafirmar uma imagem já existente diante do seu auditório. Daniel Scioli, em seu discurso, reforçou a imagem de sério e moderado. Alberto Fernández, por sua vez, utilizou seu discurso também para reforçar sua imagem diante do auditório, visto como um homem conciliador e com grande capacidade de escuta; essas duas imagens foram reforçadas durante a produção do discurso analisado.

O segundo objetivo específico da nossa pesquisa se deu em, primeiramente, apontar qual o *ethos* cada candidato mais utilizou em seu discurso, comparar a diferença e analisá-la, juntamente com o contexto vivido na época. Diante desse objetivo, conseguimos identificar no discurso de Daniel Scioli o uso, em maior quantidade, do *ethos* de chefe. Alinhado ao contexto vivido na época, de pouca participação de CFK na eleição, denúncias de corrupção, saturação do modo de governo do kirchnerismo após 12 anos no poder, a tentativa era a de deixar sua própria marca para os eleitores. Identificamos que esse conjunto de fatores corroborou para o destaque expressivo do *ethos* citado. Por outro lado, o *ethos* que mais identificamos no discurso de Alberto Fernández foi o de solidário. O discurso voltado para destacar sua união com Cristina Kirchner e seu alinhamento com o ideal político do kirchnerismo diante do contexto político vivido justifica o uso recorrente do “nós” em seu discurso e, consequentemente, uma maior predominância do *ethos* citado. Dois momentos distintos do país e dois discursos igualmente distintos dos candidatos apoiados por Cristina Kirchner, nas eleições de 2015 e 2019.

Diante disso, constata-se correta a nossa hipótese inicial, no que diz respeito a existir uma diferença na forma de criar o *ethos* entre os dois candidatos nos discursos analisados por nós e com uma inequívoca influência do contexto político e social vivido não só pelo país, mas também pelos acordos inerentes à vida política e ao processo eleitoral, que compõem o grupo político em cada eleição analisada, além da influência, no discurso dos candidatos, da participação de Cristina Kirchner em cada processo eleitoral observado. No primeiro discurso, o peronismo se encontrava dividido entre quem era a favor da então presidenta, e o grupo contrário às políticas kirchnerista. A eleição de 2019 marcou, justamente, a união dentro do grupo peronista e do kirchnerismo, uma união que foi possível, dentre outros pontos, ao momento em que Cristina Kirchner cede a candidatura à presidência para Alberto Fernández e decide se candidatar como vice-presidenta.

Durante nossa pesquisa não encontramos trabalhos semelhantes ao nosso, no que diz respeito à análise de discurso comparativa, relativa à construção do *ethos* entre dois discursos de candidatos diferentes, mas de um mesmo grupo político, em eleições subsequentes, com o apoio da maior líder política do país em ambas as eleições e com resultados antagônicos.

Nosso estudo se limitou a analisar apenas um discurso de cada candidato, devido à extensão da pesquisa e à escolha de estudar a imagem criada através do discurso. Nós destacamos esse limite, para apontar para que estudos futuros possam se atentar para uma análise comparativa, através do *pathos* presente em cada discurso; ou para uma análise do material da campanha de cada candidato e, até mesmo, para analisar como se comportou a comunicação social do país, diante de cada eleição. O campo de possibilidades dentro do mesmo objeto de estudo é vasto no bojo da análise de discurso e, mais precisamente, na metodologia cruzada escolhida, dependendo da intenção de cada pesquisador, de modo a obter inúmeros olhares diferentes sobre o mesmo material.

Acreditamos que nosso trabalho irá servir de contributo para que outros pesquisadores possam adentrar o universo político, tão rico e particular, como o que observamos na América Latina e nos processos eleitorais daquela região sob o olhar da comunicação

política, análise de discurso e áreas correlatas. Temos a certeza de que analisar e comparar discursos é uma forma de compreender as mudanças que ocorreram naquele país e nos grupos políticos, no intervalo entre as eleições e em observar como cada mudança afetou a forma, não só de fazer política, como também de se comunicar com seu auditório, de maneira que a instância política consiga atrair o interesse e o apoio da instância cidadã e na maneira como o orador constrói sua imagem através do seu discurso.

5. Referências Bibliográficas

- Amossy, R. (2011). Argumentação e análise do discurso: perspectivas teóricas e recortes disciplinares. *EID&A - Revista Eletrônica de Estudos Integrados em Discurso e Argumentação*, 129–144.
- Amossy, R. (2018). *A Argumentação no Discurso*. Contexto.
- Aristoteles, 384-322 a.C. (1998). *Obras completas de Aristóteles*/coord. António Pedro Mesquita; pref. e introd. Manuel Alexandre Júnior; trad. e notas Manuel Alexandre Júnior, Paulo Farmhouse Alberto, Abel do Nascimento Pena; rev. Levi Condinho. - 3ª ed. - Lisboa: INCM: Centro de Filosofia da Universidade, 200--. - v.; 24 cm. - (Biblioteca de autores clássicos).
- Bonit, V., & Quaresma, S. J. (2005). Aprendendo a entrevistar como fazer entrevistas em Ciências Sociais. *Em Tese*, 2(1), 68–80. <https://doi.org/10.5007/18027>.
- Cavlak, I. (2018, December). Revisitando o populismo: o caso argentino. *Revista Novos Rumos*, 1–19. Disponível em: <https://revistas.marilia.unesp.br/index.php/novosrumos/article/view/8554/5489>
- Charaudeau, P. (2018). *Discurso Político* (2ª). Contexto.
- Charaudeau, P., & Maingueneau, D. (2004). *Dicionário de Análise do Discurso*. Contexto.
- Costa, W. A. dos S. (2018). Estratégias Discursivas Para um *Ethos* e credibilidade No Debate Político. *Linguagem Em (Dis)Curso*, 18(1), 69–86. <https://doi.org/10.1590/1982-4017-180104-5417>.
- Coutinho, C. (2014). *Metodologia de Investigação em Ciências Sociais e Humanas: Teoria e Prática* (2nd ed.). Almedina.
- Cruz, J. D. (2020). *Ideologia, história e relações discursivas: uma análise do discurso de posse presidencial de Jair Bolsonaro*, 21(1).
- Duarte, J., & Barros, A. (2006). *Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação*. Atlas.
- Medeiros, A. P., & Chaia, V. L. M. (2015). Narrativas populistas na Argentina do século XXI: do “peronismo heterodoxo” à consolidação do kirchnerismo. *Aurora. Revista de Arte, Mídia e Política*, 8(24), 5–31.
- Montero, A., & Vincent, L. (2013). Del “peronismo impuro” al “kirchnerismo puro”: la construcción de una nueva identidad política durante la presidencia de Néstor Kirchner en Argentina (2003-2007). *POSTData: Revista de Reflexión y Análisis Político*, 18(1), 123–157.
- Orlandi, E. P. (2005). *Análise de Discurso: princípios & Procedimentos*. Pontes.

- Parga, F. R. (2006). O líder e a massa no populismo Latino Americano. *Revista Ameríndia - História, Cultura e Outros Combates*, 2(dossiê), 1–8. <https://doi.org/10.18226/21784612.v23.dossie.8>.
- Retamozo, M., & Trujillo, L. (2019). *El kirchnerismo y sus estrategias políticas en Argentina: Desde la transversalidad hasta Unidad Ciudadana*. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/oaiart?codigo=7331133>.
- Santos, C. A. R. (2012, August). A doxa como estratégia argumentativa na narrativa esportiva de futebol na televisão. *Cadernos Discursivos*, 1–19.
- Soares, S., & Milani, L. (2016). Kirchnerismo e lulismo na construção de uma identidade em defesa e segurança internacional entre Argentina e Brasil. *Relaciones Internacionales*, 25(50), 227–245.
- Uma história de amor e fúria (2013). Direção de Luiz Bolognesi. Buriti Filmes; Gullane/Lightstar Studios.

6. Apêndice 1

Entrevista: Juan Courel:

1º - Quais as principais diferenças no contexto político das eleições presidenciais de 2015 e 2019?

Em primeiro lugar, o que é óbvio é o fato de que o peronismo em 2015 estava no poder após mais de 12 anos de governo. Também estava no meio de um processo de fragmentação iniciado alguns anos antes. Por alguns anos, o partido governante vinha perdendo líderes que formavam outras coalizões políticas. Isso contribuiu para que ele perdesse as eleições legislativas de 2009 e 2013. Essa diáspora peronista teve seu ponto mais alto em 2017, já com Macri no poder. Em 2019, ao contrário, a eleição apresentou um peronismo unificado em uma frente eleitoral muito poderosa. Essa foi a chave mais importante, após o fracasso do governo Macri em suas promessas econômicas, para ganhar as eleições. Uma coisa que as duas eleições tiveram em comum é a tendência de retorno ao bipartidarismo, algo que não acontecia desde 1999.

2º - Em 2015, Cristina Kirchner era presidenta da Argentina e em 2019, já na oposição ao governo, CFK foi candidata a vice-presidenta. Qual foi o papel do kirchnerismo, nomeadamente de Cristina Kirchner, em cada eleição?

Cristina é a líder com maior peso na Argentina. Tem uma adesão de núcleo duro que não cai abaixo de 30-35%. Em ambos os casos, ela usou esse capital para ordenar a oferta eleitoral. Em 2015, para que não houvesse reclusos no partido no poder dando o seu apoio a Daniel Scioli em detrimento de outros candidatos mais identificados com o kirchnerismo. Em 2019, com a entrega da presidência a um candidato surpresa como Alberto Fernández, facilitando assim a unidade do peronismo. Embora em ambas as eleições tenha mantido um certo nível de centralidade, pelo seu peso e polarização, e pelo fato de que em um caso exercia a Presidência e no segundo fazia parte da fórmula, a verdade é que em ambas as campanhas ela cedeu o destaque aos candidatos. Talvez por ser candidata a vice ou pela natureza do vínculo político, em 2019 seu papel estava mais próximo do de Fernández do que em 2015 com Scioli. Participou de eventos conjuntos e até apareceu em spots de campanha.

3º - As eleições de 2015 puseram fim a um ciclo de 12 anos do kirchnerismo. Quais foram os principais motivos desta derrota?

Situação econômica, proposta política e campanhas, nesta ordem, os aspectos mais relevantes para explicar o resultado de qualquer escolha. Na Argentina, existe uma correlação direta entre o aumento da pobreza e a derrota do partido no poder. Vem acontecendo desde que voltou a democracia em 1983. Em 2007 e 2011, a pobreza diminuiu. Em 2015 começou a subir, embora não tanto quanto com Macri. Posteriormente, o PRO, a Coalização Cívica e UCR montaram uma ampla coalização de oposição, que conseguiu representar uma massa do eleitorado suficientemente poderosa para que a eleição se tornasse ideologicamente polarizada e descartando terceiras forças. Por fim, na campanha do Cambiemos, você tem uma mensagem e uma ordem clara, enquanto o partido no poder falhou em coordenar uma estratégia assertiva e coerente que representasse a diversidade de vozes que compunham a Frente Pela Victoria. Em um resultado tão uniforme, as campanhas são importantes.

4º - Nas eleições de 2019, Alberto Fernández vence a eleição do primeiro turno e Mauricio Macri passa a ser o primeiro presidente a perder a reeleição desde a constituição de 1949. Quais os principais motivos que levaram a esquerda a retornar ao poder?

Macri não conseguiu cumprir nenhuma das promessas de 2015: nem diminuir a pobreza, nem diminuir a inflação, nem resolver a falta de dólares e nem mesmo a de não voltar a endividar o FMI. Ao contrário, todos os problemas econômicos e sociais foram dramaticamente agravados. Diante dessa realidade avassaladora, seu principal ponto forte era que o peronismo dividido poderia lhe dar a oportunidade de se manter competitivo. De facto, apesar do fracasso econômico e do fato de até seus eleitores reconhecerem que as coisas deram errado, ele finalmente conseguiu obter 40% dos votos, o que mostra que sua capacidade de representar o arco ideológico anti-peronista permaneceu intacta. Quando Cristina desistiu do chefe da fórmula em favor de Alberto, essa força entrou em colapso. Também cometeu erros no início da campanha, como quando quis atuar como eixo de defesa da gestão em meio a uma crise econômica que não parava de se agravar. Posteriormente corrigiu e construiu uma mensagem mais de

direita, mais afirmada em valores ideológicos como o anti-peronismo, a segurança e a rejeição ao aborto. Quando apelou para o contraste negativo, ele se mobilizou e cresceu. Na oposição, a frente de Todos fez uma campanha muito boa, principalmente nas primárias. A estratégia sempre foi o contraste em questões econômicas. Um contraste que era prospectivo, que oferecia um horizonte de solução para a crise, e não apenas descritivo, que deprimia e desmobilizava um povo que já tinha pouquíssimas esperanças. Foi bem implementado. Estava limpo e claro. Pudemos desafiar muito do que definimos como nosso eleitor-alvo.

Entrevista: Rogério Tomaz

1º - Quais as principais diferenças no contexto político da eleição presidencial de 2015 e 2019?

No fim 2015 você tinha a Argentina vivendo um projeto que estava 12 anos consecutivos no comando do executivo nacional e isso traz, em qualquer lugar do mundo, desgaste para quem está liderando esse projeto e por outro lado você tinha uma situação econômica que não era exatamente tão boa quanto a Argentina já viveu em outros momentos, mas era uma situação de franca recuperação e franco desenvolvimento da Argentina, com números bem razoáveis, isso tu pode buscar só comparar todos os bancos de dados mostram que a Argentina estava no momento de ascensão econômica do PIB de outros vários outros indicadores de diminuição da pobreza, enfim em relação ao início dos projetos 2003 quando o país estava quebrado tinha acabado de passar pelo trauma de 2001 a crise de 2000, 2001 que em 2001 cominou com queda do presidente Fernando de La Rúa e com aquele episódio histórico da Argentina que eles tiveram cinco presidentes no intervalo de 12 dias. Então em 2015 argentina estava no momento de recuperação e fechando aqui tinha esse desgaste do projeto que governava o país no momento o projeto peronista com uma vertente do peronismo de esquerda bastante popular e com vínculo popular muito forte com os movimentos sociais e com uma atuação em nível internacional muito forte na perspectiva daquela estratégia sul-sul que o Brasil foi o principal, digamos, referente mas não só a estratégia que foi abraçada por Rússia, China, Índia, África do Sul estou falando dos BRICS e é muito mais amplas a estratégia da Argentina que inclusive se mencionava como o novo membro dos BRICS naquele momento e isso aí tem vários registros históricos a imprensa em documentos do debate das relações internacionais e a Argentina seria convidada em breve. Estou falando de 2015 ainda para compor o grupo dos BRICS. E em 2019 o contexto da Argentina era outro, era o momento de crise absurda de desvalorização do peso uma disparada do dólar em relação ao peso o que, entre outras coisas, causou muitíssimas dificuldades a vários setores da indústria Argentina que tinham e tem até hoje tem suas compras muito vinculadas e tem que

fazer pagamentos em dólar. E aí com a desvalorização do peso que é onde essas empresas recebem pagamento aqui no país em peso, com a desvalorização do peso a vida dessas empresas se dificultou muito. Uma inflação que era maior da Argentina nos últimos 30 anos e também existem dados que mostram isso, a inflação 2019 foi o maior inflação da Argentina nos 28 anos e nos anos anteriores também já foi muito alta 2016, 2017, 2018, esse quadriênio foi, de fato, o pior quadriênio da Argentina no indicador de inflação dos últimos 30 anos então era o momento de crise econômica muito grave muito intenso e obviamente se atribui a isso a incompetência do governo que não foi capaz de cumprir as suas promessas.

2º - No ano de 2015, Cristina Kirchner era presidenta da Argentina e no ano de 2019, já como oposição ao governo, CFK foi candidata como vice. Qual foi o papel do kirchnerismo, nomeadamente da Cristina, nessas duas eleições?

No ano de 2015 a Cristina que estava tentando eleger o sucessor e como eu falei era um contexto de Bonança Econômica relativo de acessório com nome de recuperação massa de desgaste político do grupo que estava no comandando Argentina 12 anos a primeira seu marido Nestor Kirchner depois ela 8 anos a partir de 2007 e ela tinha hoje a mente naquele momento uma popularidade muito grande mas essa popularidade não foi suficiente para eleger o sucessor e entretanto vale pontuar aqui o que em 2015 o sucesso dela o candidato a situação dela do seu Bloco o Daniel Scioli, que hoje é o embaixador da Argentina no Brasil, naquele momento ele era o governador da Província de Buenos Aires e ele não era exatamente do setor de Cristina dentro do peronismo, ele não é um cara kirchnerista, ele é um cara historicamente ligado ao peronismo tradicional partido justicialista, inclusive bem mais próximo Alberto Fernández do que a própria Cristina, a Cristina não indicou alguém do grupo político dela dentro do peronismo e assim acabou o peronismo indicando alguém que era ligado às tradições mais históricas do partido justicialista e o papel dela foi esse indicando o candidato a vice-presidente na chapa do Daniel Scioli, uma pessoa que era próximo a Cristina, obviamente naquele momento houve uma resistência o pessoal do PJ tradicional eles não queriam que a La Campora que

é a organização política da Cristina e que indicou o vice, não queriam que a La Campora aparecesse na campanha por existir uma rejeição a la campora semelhante a rejeição que acontece no Brasil ao PT. No ano de 2019 o que se verificou que quem tinha voto no peronismo era Cristina Kirchner que saiu da presidência em 2015 e em 2017 se elegeu Senadora na Província de Buenos Aires, inclusive não foi a vencedora da eleição, mas como eram duas vagas na eleição 2017 para o Senado da província de Buenos Aires a Cristina ficou em segundo e foi eleita para o senado. Isso foi uma jogada obviamente política que o sentido para ela voltar à cena política, mas também para protegê-la dos ataques da direita que vinham tentando e já haviam apontado que tentariam prendê-la para excluí-la das eleições de 2019 então ela foi candidata se elegeu e conquistou o direito ao foro privilegiado e para que ela fosse presa o senado teria que aprovar a prisão dela como uma senadora. Mas verificou- verificou-se que ela que tinha voto ela que de fato arrastava o povo na Argentina do lado peronista do lado nacional popular da esquerda da Argentina. Então ela teria que ter um papel muito mais forte que teve em 2015. 2015 ela praticamente não fez campanha, quase não apareceu nos comícios, deixou bem à vontade o Scioli, o Zanini que era representante dela na campanha. Dito isso, eles começaram a conversar, Cristina e os outros líderes do PJ e aí chegou se a fórmula, como eles dizem, a chapa em que ela seria vice-presidente e isso aí garantiria o apelo emocional popular político da base kirchnerista que teria Cristina na chapa presidencial então era a garantia de ter toda a força popular que o kirchnerismo tem na base da sociedade Argentina nessa campanha mas teria alguém que não tivesse o a rejeição e alguns dizem que a Cristina teria um teto na eleição que qualquer candidato da direita a derrotaria, inclusive, na verdade parte da imprensa aqui diz que o Macri torcia muito para que Cristina fosse candidata já que ele consideravam que seria mais fácil de derrotar porque ela supostamente teria um teto eleitoral que poderia chegar a 35 por cento dos votos um pouco mais, mas que dificilmente superaria os quarenta por cento então era uma candidata mais fácil de ser batida do que o outro outros nomes no peronismo eventualmente que não teriam não carregaria tanto uma rejeição dela e da La Campora. E aí, foi escolhido

Alberto Fernández por representar setores tradicionais do PJ inclusive vinculados ao Scioli em 2015, ou seja, novamente esses setores do PJ indicaria cabeça de chapa mas dessa vez com Cristina como vice para puxar os votos do povo argentino ligado ao projeto kirchnerista. Então em 2015 ela não teve um papel tão preponderante na campanha não foi candidata a nada né e se afastou da política por um pouco por mas em 2019 ela que foi decisiva, foi ela que teve a iniciativa de procurar Alberto Fernández por ela que propôs essa chapa com ela como vice então foi um papel decisivo e quando isso foi anunciado a impressão geral foi de xeque-mate e que ali havia ganhado as eleições e a impressão geral se confirmou nas primárias de agosto. Então, resumindo, a Cristina em 2015 teve um papel mais secundário indicou o vice e não se envolveu diretamente na campanha já em 2019 foi exatamente o contrário, ela se indicou como vice e ela que construiu articulou o diálogo dentro das forças peronistas para construir essa chapa e aí vale lembrar também que isso permitiu trazer de volta ao Sergio Massa aqui em 2015 foi o terceiro colocado nas eleições que teve quinze por cento dos votos em 2015, Massa que foi chefe de gabinete de Cristina.

3º - A eleição de 2015 encerrou um ciclo de 12 anos do kirchnerismo. Quais os principais motivos levaram a essa derrota?

Não respondida.

4º - Na eleição de 2019 Alberto Fernández vence a eleição ainda no primeiro turno e Mauricio Macri se torna primeiro presidente a perder uma reeleição desde a constituição de 1949. Quais os principais motivos que levaram a volta da esquerda ao poder?

Não respondida.