

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
DOUTORADO EM LETRAS VERNÁCULAS**

**O ETHOS DISCURSIVO DE LULA: ANÁLISE DE CONSTRUÇÕES
METAFÓRICAS**

SANDRA MARIA DOS SANTOS RAMOS

Rio de Janeiro
2006

Livros Grátis

<http://www.livrosgratis.com.br>

Milhares de livros grátis para download.

O ETHOS DISCURSIVO DE LULA: ANÁLISE DE CONSTRUÇÕES METAFÓRICAS

Por

SANDRA MARIA DOS SANTOS RAMOS
Departamento de Letras Vernáculas

Tese de Doutorado apresentada à
Coordenação dos Cursos de Pós-
Graduação em Letras Vernáculas da
Universidade Federal do Rio de Janeiro.
Orientador: Professora Doutora Maria
Aparecida Lino Pauliukonis.

Faculdade de Letras, UFRJ
Rio de Janeiro
2006

TESE DE DOUTORADO

RAMOS, Sandra Maria dos Santos. *O Ethos discursivo de Lula: análise de construções metafóricas*. Orientadora: Professora Doutora Maria Aparecida Lino Pauliukonis. Rio de Janeiro: UFRJ/Faculdade de Letras, 2006. 163 fl. Tese [Doutorado em Letras Vernáculas]

BANCA EXAMINADORA

Professora Doutora Maria Aparecida Lino Pauliukonis-UFRJ
Orientadora

Professor Doutor Agostinho Dias Carneiro – UFRJ

Professora Doutora Cláudia Teixeira -FAETEC

Professor Doutor Gustavo Adolfo Pinheiro da Silva – UERJ

Professora Doutora Lílian Manes de Oliveira– UNESA

Professora Doutora Violeta Virgínia Rodrigues-UFRJ(Suplente)

Professor Doutor André Valente – UERJ (Suplente)

Conceito:

Em: ____/____/2006.

DEDICATÓRIA

A Ivan, meu marido, e Marcelo e Marcio, meus filhos.

AGRADECIMENTOS

A Deus, por me ter dado garra para a conclusão desta jornada;

À professora Doutora Maria Aparecida Lino Pauliukonis, pela orientação tranqüila e segura;

A meu marido, Ivan, sempre companheiro;

À amiga, professora Doutora Claudia Atanázio Valentim, pelo incentivo, sempre, opiniões e dicas valiosas, que muito me ajudaram;

A Fábio Alexandre Chiarinelli, do NUD (Núcleo de Documentação do PT), cujo auxílio em aquisição de material bibliográfico foi extremamente relevante;

Ao professor da UERJ, Doutor Gustavo Adolfo Pinheiro da Silva, pela confiança demonstrada ;

Ao colega, professor Mestre Valmir Miranda, pelo apoio;

Ao apoio do professor Cândido Mendes;

À UFRJ, que desde a graduação, marcou minha vida acadêmica;

A todos que, direta ou indiretamente, fizeram parte desta caminhada.

A meus pais, José (in memorian) e Margarida, sempre.

SINOPSE

Lula e seu *ethos*. Metáfora e discurso como fatores argumentativos e persuasivos. Análise de metáforas à luz da Teoria Semiolingüística da Análise do Discurso.

“Todas as grandes conquistas da mente estão além da capacidade de um indivíduo isolado.”

Charles Sanders Pierce

RESUMO

A base de conhecimentos ou domínios conceituais de cada falante torna-se fundamental no momento em que se produz e/ou interpreta significados. Nesse sentido a metáfora pode elaborar um *ethos* apropriado para o falante, construindo ou dando suporte à construção de um perfil positivo de alguém em que se pode confiar. O campo político tem sido fértil de análises na área da retórica e da argumentação. Dessa forma, os pronunciamentos de Luis Inácio Lula da Silva foram escolhidos com o intuito de verificar a construção de um *ethos*. Seu discurso servirá de parâmetro para analisar em que medida o uso de metáforas permite observar sua atuação como instrumento de persuasão e também contribui, em um contexto mais amplo, para a própria formação de uma imagem pública. A presente pesquisa aborda as relações entre discurso e imagem, analisando como se dá a relação entre a construção do *ethos* e o auditório que o constrói. Neste estudo são apresentadas diversas concepções teóricas sobre a metáfora, com ênfase na visão funcional sócio-comunicacional. Leva-se em conta que a metáfora não pode ser dissociada do mundo da cultura. Procura-se mostrar que elas não possuem papel meramente subalterno: elas refletem o *ethos* do enunciador e, ao mesmo tempo, interagem com ele, ajudando a moldá-lo e a transformá-lo.

Palavras-chave: metáfora, discurso, retórica e argumentação, *ethos*.

ABSTRACT

The base of knowledge or concepts of each speaker is essential at the moment he produces or comprehend meanings. In that way, the metaphor must elaborate an appropriated ethos for the speaker, constructing or supporting a positive profile from somebody that can be reliable. Political field has been fertile of analyses in rhetoric and argumentation area. In this direction, Luis Inácio Lula da Silva speeches was chosen in order to verify the construction of a ethos. Its speech will guide us to analyze how the use of metaphors allows to observe its action as a persuasion instrument and also contributes, in a ampler context, to form a public image. The research approaches the relations between speech and image, analyzing the link between ethos construction and the audience that constructs it. This study presents diverse theoretical conceptions about metaphor, emphasizing the functional-cognitive vision. It is taken in account that metaphor can not be dissociated of culture's world. We looked to show that metaphors have not only a secondary paper: they reflect the speaker's ethos and, at the same time, interact on it, helping to mold and to transform it.

Key words: metaphor, speech, rhetoric and argumentation, ethos

RESUMÉ

La base de connaissances ou de domaines conceptuels de chaque parlant devient très important au moment qu'on produit et interprète des signifiés. Dans ce sens, la métaphore peut élaborer un éthos approprié au caractère du parlant en construisant ou en lui donnant une image positive d'une personne sur laquelle on peut compter. Le champ politique est plein d'analyses rhétoriques et d'argumentations. Dans ce sens, le discours de Luis Inácio Lula da Silva a été choisi comme objet d'analyse avec l'intention de vérifier la construction d'un éthos. Celui-ci servira comme un modèle pour analyser dans quelle mesure l'utilisation des métaphores permet d'agir pas seulement comme instrument de persuasion mais aussi contribuer, dans un contexte plus large, pour la formation adéquate d'une image publique. Cette recherche fait référence aux rapports discours - image, et elle analyse les relations de construction de l'éthos et de l'auditoire que le construit. Dans cet étude sont présentées des plusieurs conceptions théoriques sur la métaphore, en donnant de l'importance à la vision semiolinguistique. On considère que la métaphore ne peut pas être dissociée du monde de la culture. On cherche à montrer qu'elles n'ont pas de rôle décoratif ou subalterne: elles reflètent l'éthos de l'énonciateur et, au même temps, interagissent sur lui, en l'aidant à le mouler et à le transformer.

Mots-clés: métaphore, discours, rhétorique et argumentation, éthos.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	12
1.1.CONSIDERAÇÕES INICIAIS.....	12
1.2.JUSTIFICATIVA.....	13
1.3.OBJETIVOS.....	15
1.4.HIPÓTESE.....	15
1.5.METODOLOGIA.....	15
1.6.ESTRUTURA DA TESE.....	19
CAPÍTULO II	
RETÓRICA E ARGUMENTAÇÃO.....	21
2.1.RETÓRICA E O PODER DE PERSUADIR.....	21
2.2.ANALOGIA E ARGUMENTAÇÃO.....	28
2.3. ATOS DE LINGUAGEM E ATOS DE FALA.....	31
CAPÍTULO III	
METÁFORA E PERSUASÃO.....	35
3.1.DIFERENTES ABORDAGENS TEÓRICAS SOBRE A METÁFORA.....	35
3.1.1. A VISÃO FUNCIONALISTA-COGNITIVISTA.....	39
3.2.METÁFORA NO MUNDO DA CULTURA.....	42
3.3.A METÁFORA COMO FIGURA DE CONVENCIMENTO E PERSUASÃO.....	47
3.3.1. METÁFORA X COMPARAÇÃO.....	49
3.4. TIPOLOGIA DA METÁFORA.....	53
CAPÍTULO IV	
DISCURSO E IMAGEM – CONSTRUÇÃO DO <i>ETHOS</i>	56
4.1. ETHOS E AUDITÓRIO.....	61
4.2. AUDITÓRIO E TOPOS.....	66

CAPÍTULO V

CONSIDERAÇÕES SOBRE O PERSONAGEM SOB ANÁLISE: LULA LÁ X LULA QUASE LÁ.....	69
---	----

CAPÍTULO VI

LULA: UM AMIGO FIEL DAS METÁFORAS.....	70
6.1. ANÁLISE DO CORPUS.....	81
6.1.1. METÁFORAS INTRINSICAMENTE CONSIDERADAS: ANÁLISE QUANTITATIVA E CLASSIFICAÇÃO.....	109
6.2. ALGUMAS CONSIDERAÇÕES SINTÉTICAS SOBRE A ANÁLISE.....	123

CONCLUSÃO	128
------------------------	-----

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	131
---	-----

ANEXO

O CORPUS	136
-----------------------	-----

1. INTRODUÇÃO

1.1. CONSIDERAÇÕES INICIAIS

A idéia de que a eficácia da palavra está ligada à autoridade e à credibilidade de quem discursa tem sido objeto de estudo de diversas disciplinas: da Retórica à Pragmática, passando pela Sociologia e Psicologia. Por tais concepções, o discurso pode ser tomado sob dois prismas: o interacional e o institucional. Segundo o primeiro, a eficácia discursiva não pode ser compreendida fora da troca entre participantes. Sob a perspectiva institucional, deve-se levar em conta quais as posições ocupadas pelos sujeitos no campo em que atuam.

Em qualquer dessas perspectivas, há que se ressaltar que, quando se constrói uma imagem de si próprio, parte da autoridade do enunciador é conferida pelo discurso. O discurso político – cujo fim é seduzir – situa-se nesse patamar ao adaptar sua apresentação aos esquemas coletivos, que são reflexos dos valores sociais.

Dentre as teorias que focalizam o estudo da eficácia da palavra está a Teoria da Argumentação. Segundo ela, o orador influencia as opiniões de seu auditório e suas palavras tornam-se atos persuasivos, e é por isso que ele tem de produzir uma imagem confiável e adequada de sua pessoa. A construção discursiva de uma imagem de si é suscetível de conferir ao orador toda sua autoridade, influenciando nas opiniões e modelando atitudes de seu auditório (AMOSSY, 2005).

Em um mundo em transformação, o processo metafórico confere à verdade da experiência a verdade do conhecimento, pois a metáfora é um meio de passar do imediatismo individual a um mundo público estabelecido; o novo deve ligar-se ao antigo e a experiência de um indivíduo deve ligar-se àquela de sua sociedade (SHIFF, 1992:111).

Assim, o estudo de figuras como a metáfora adquire relevância em um contexto de

investigação de retorno não mais às bases metafísicas da Retórica aristotélica, mas, sim, às bases ideológicas do discurso enquanto espaço de manifestação vigiada dos saberes problemáticos (LOPES, 1986).

Nesse sentido, o campo político tem sido fértil de análises na área da retórica e da argumentação. Parece ser da essência da política a necessidade de persuadir o público, de captar a atenção da audiência. Nos tempos atuais esta preocupação é cada vez maior, e esse é um dos motivos por que se optou pelo exame da metáfora no discurso político, neste trabalho.

1.2. JUSTIFICATIVA

Luis Inácio Lula da Silva foi escolhido como tema para análise por ser um personagem complexo e rico. Lula tem sido objeto de polêmica por apresentar algumas características singulares. Com pouca escolaridade, tem sido criticado por cometer erros de gramática e de pronúncia com frequência. Mas a mesma mídia que o critica reconhece sua capacidade de comunicação: ele consegue mostrar um discurso cativante, é carismático e tem capacidade de liderança. Mesmo “derrapando” no português formal, apresenta um discurso sedutor e eficaz. Sua eleição é prova disso, com votos por maioria em todas as classes sociais.

O objeto de análise se justifica, pois pretende-se contribuir para o estudo da Retórica da metáfora, vista não como floreio ou linguagem poética, mas como técnica de persuasão e construção de uma imagem positiva (*ethos*) de seu orador.

O personagem Lula contemporâneo, que certamente recebe orientação dos “marketeiros” de plantão, talvez se mostre, por meio de suas inúmeras metáforas, de forma mais natural do que outras personalidades políticas, o que permite inseri-lo na realidade do cotidiano do homem comum.

A frequência no uso de metáforas por parte do presidente Lula há tempos é percebida pela sociedade e, principalmente, pela imprensa. Um ou outro articulista tem escrito sobre o tema, que é abordado até com uma certa dose de folclore, mas não há até o momento pesquisa sistematizada sobre o assunto. Não se questionou se a presença de metáforas nos discursos de Lula é uma novidade recente ou se elas já o acompanham desde sua juventude. E, sendo uma constante em seu discurso, não se perguntou se existem diferenças entre o estilo e a finalidade das metáforas utilizadas ao longo de sua trajetória política.

O discurso e as posições políticas de Lula, de forma genérica, têm objeto de maior atração. Diz-se que Lula “mudou”. E ele próprio confirma isso. Mas se o seu discurso mudou, suas metáforas também mudaram? Questões como essas merecem discussão e serão enfocadas nesta pesquisa.

Quanto à parte teórica, que embasa o estudo, tem relevância a questão da metáfora. Como afirmou Booth (1992:72), o estudo da metáfora seria uma parte da prática de duas críticas éticas: das pessoas e das sociedades que fazem as pessoas. Para o referido autor, os metaforistas de todas as culturas esperam ser recompensados pelo seu sucesso. “A proteção de um mecenas, e às vezes, uma imensa fortuna, recompensaram os que inventam visões metafóricas da vida e felicidade humana”.

Transportando esse entendimento para o campo político, o que se quer defender neste estudo é que a utilização da metáfora rende dividendos a quem dela faz uso, e, neste sentido, a análise do discurso metafórico de Luis Inácio Lula da Silva servirá de parâmetro para se analisar em que medida este recurso permite não só atuar como instrumento de persuasão sobre seu ouvinte mas também contribui, em um contexto mais amplo, para a formação de uma imagem pública de seu personagem.

1.3. OBJETIVOS

- Abordar as diversas teorias sobre metáfora e sua relação com o mundo da cultura.
- Construir a idéia de que a metáfora é recurso de importante valor persuasivo no discurso político e ferramenta capaz de influir na formação do *ethos*.
- Analisar o discurso de Luis Ignacio Lula da Silva através das metáforas nele presentes, identificando, por meio destas figuras, a imagem do personagem.

1.4. HIPÓTESE

As mudanças ocorridas no discurso de Lula fazem parte de um processo mais amplo da construção de sua imagem, e a (re) construção de seu *ethos* tem como um de seus pilares a utilização de metáforas, que servem para legitimar seu discurso e são instrumentos para melhor convencer a audiência. Seu papel, no entanto, não se restringe a isso, pois funcionam principalmente como elementos fundamentais na formação de uma imagem, de um estilo de ser. Elas dão significado não só ao sujeito discursivo Lula, mas ao próprio Lula, ser social que se deixa transparecer através de seus discursos.

1.5. METODOLOGIA

Uma primeira etapa deste estudo consistiu em pesquisa bibliográfica que nos permitisse construir um referencial teórico acerca da teoria da argumentação, retórica, análise do discurso e o estudo da metáfora, que propiciasse ferramentas para a análise do discurso de Luis Inácio Lula da Silva.

Saber analisar a imagem do personagem, seu *ethos*, o contexto histórico em que se dá o discurso, bem como o perfil do público a quem o discurso é dirigido são três pontos-chave que estão em consonância com a linha de raciocínio até aqui exposta, de que as metáforas estão conectadas ao mundo da cultura, e não podem ser objeto de uma análise dissociada da realidade social da língua.

O *Ethos*, conforme acentua Maingueneau (2000, p.60) não deve ser isolado de outros parâmetros do discurso, pois contribui de maneira decisiva para sua legitimação. Desta forma, antes de se entrar propriamente na análise semântica e lingüística do discurso de Lula e de suas metáforas, torna-se necessário ter conhecimento do *ethos* do personagem. É preciso conhecê-lo um pouco melhor, procurando debater a construção e a transformação de sua imagem em sua trajetória política perante a sociedade brasileira. Isto nos permite ter mais clareza para visualizar uma das premissas básicas deste estudo, que é a de que o discurso de Lula tem sofrido alterações, de forma e de conteúdo, à medida que sua própria imagem e seu papel na sociedade foram se transformando.

No que tange à constituição do corpus, levantou-se um conjunto de textos que vai de 1978 aos dias de hoje. Os textos para análise dizem respeito a dois períodos básicos. O primeiro é compreendido entre 1978 e 1980, época em que Lula dirigia o Sindicato dos Metalúrgicos de São Bernardo e despontava como liderança nacional. O segundo período apresenta o Lula contemporâneo.

No que tange ao primeiro período, as principais entrevistas e discursos de Lula, em revistas, jornais e TV, estão compiladas na obra *Lula – Luis Inácio da Silva: Entrevistas e Discursos* (1981), que nos serviu como principal referência.

O material aí contido foi extraído de veículos de comunicação com perfis os mais diversos: desde publicações de vanguarda e com caráter progressista, como *Pasquim*, passando por jornais locais do Grande ABC, até veículos de grande circulação nacional: *Folha de São Paulo*, *Jornal do Brasil*, *Manchete*, *Isto É*, dentre outras.

O Lula candidato à presidente e, principalmente, o Lula presidente da República são parte de um segundo período de análise. O material selecionado é oriundo principalmente da Revista *Veja*, por ser um veículo de circulação nacional, com boa cobertura dos assuntos políticos, e que se mostra conservadora e reticente em relação ao

presidente Lula.¹ Subsidiariamente foram utilizados outros veículos, com destaque para a Folha de São Paulo.

Os trechos selecionados são apresentados mostrando não apenas palavras e locuções esparsas, mas contextualizadas minimamente, por vezes fazendo pequenas referências e explicações que preencham o sentido das frases. Em alguns deles, a leitura de um único termo permite identificar a metáfora. Noutros, é preciso tomar o período, e às vezes um parágrafo inteiro, para compreender o sentido metafórico. Sublinhamos os termos mais importantes.

Os textos foram catalogados numericamente. A relação de todos os trechos selecionados encontra-se em anexo a este trabalho. Nas análises são citadas as palavras, locuções ou frases que representam as metáforas, acompanhadas dos números, para que o leitor, se necessário, possa consultar o texto completo. Cada fonte de pesquisa é representada por um número. Separado por um ponto, o número da direita representa a frase ou texto em questão. As fontes (numeração da esquerda) seguem uma mesma ordem do início ao fim da pesquisa. Já os textos seguem uma seqüência em cada período básico (Lula entre 1978 e 1980 x Lula Contemporâneo). Ao final do primeiro período esta seqüência é “zerada”, retornando ao número 1 no período seguinte.

Quanto à análise, deve-se levar em conta que seu objetivo central é contribuir para a compreensão do discurso de Lula e do papel das metáforas neste. Não se trata de um simples trabalho de catalogar e classificar metáforas.

O entendimento adotado no presente estudo é o de que a análise do discurso de Lula através das metáforas deve passar por uma contextualização. Neste sentido, não se pode ter um resultado legítimo se simplesmente se isolarem os enunciados discursivos sem

¹ A revista *Veja* tem se colocado ideologicamente à direita, em uma postura “anti-Lula”. Trata-se de um contraponto e um contrapeso interessante ao material referente à década de 1970, em que a imagem de Lula nos meios de comunicação era bastante positiva.

se levar em conta a qualidade e a postura dos falantes, o tempo histórico e o ambiente do discurso². Por isso mesmo é que no Capítulo VI não se optou por uma classificação e análise hermética de metáforas, nem tampouco a divisão em tópicos estanques. Para melhor objetividade do texto é que se segue uma linha condutora que leva em conta a classificação por *frames*. Isto porque, por vezes, o interesse em tecer alguma observação sobre alguma frase ou expressão está ligado à sua repetição em um momento seguinte, ou, às vezes, é interessante comparar frases e sentidos em momentos distintos.

Embora útil em alguns momentos, o agrupamento de análises em blocos de categorias de metáfora também não se fez regra. Muitas vezes a relevância da metáfora para análise não é sua classificação em si, mas sua conexão com outra metáfora de categoria diferente, ou sua inserção em determinado contexto histórico ou mesmo semântico. Quando inter-relacionadas em um contexto mais amplo, permitem extrair dados relevantes para aquilo que é o cerne deste estudo, fornecer elementos para a construção do *ethos* de Lula.

De qualquer forma, não se desprezou a importância de apresentar um quadro classificatório de metáforas, que é apresentado logo em seguida à análise qualitativa.

A análise focaliza vários aspectos. Procura-se buscar o sentido do texto metafórico, (re)interpretando-o. Comparam-se metáforas entre si e com outras figuras de linguagem. Procura-se mostrar peculiaridades que, no contexto de produção do texto, influam no sentido das expressões. Busca-se classificar as metáforas em categorias de acordo com o *frame* que evocam e com o sentido que representam, marcados no anexo em amarelo e verde, respectivamente. São mostrados casos em que a metáfora adquire o *status* de clichê, ou casos em que a manutenção do sentido metafórico é discutível. As metáforas selecionadas servem como gancho para comentários sobre o sentido e o alcance de

² Neste sentido, ver tópico 2.3, *infra*.

determinadas expressões. Esses comentários, por sua vez, sempre terão ligação com as abordagens teóricas ora apresentadas.

1.6. ESTRUTURA DA TESE

Esta pesquisa encontra-se estruturada em seis capítulos. O Capítulo I tem natureza introdutória e apresenta os objetivos, justificativa, hipótese e metodologia do presente estudo.

Os Capítulos II, III e IV constituem o referencial teórico. No Capítulo II são abordadas questões referentes à retórica e à argumentação. Enfatiza-se a importância da retórica e o foco no caráter interenunciativo do ato de linguagem. Também são analisados os mecanismos de persuasão e sua inserção na teoria da argumentação. Por fim, discute-se o papel da analogia nos processos de argumentação.

O Capítulo III é dedicado ao estudo da metáfora, mostrando as diversas concepções teóricas sobre o tema, dando ênfase à visão funcionalista-cognitivista e comunicacional. Leva-se em conta, na abordagem que permeia este capítulo, que a metáfora não pode ser dissociada do mundo da cultura. A colocação da metáfora no campo das figuras de retórica, em seguida, destaca as diferenças e semelhanças entre esta e as comparações.

A questão do *Ethos* é o ponto central do Capítulo IV. O objetivo é mostrar as relações entre discurso e imagem, e como se dá a relação entre a construção do *ethos* e o auditório que o constrói.

No Capítulo V, um estudo sobre o personagem Lula é apresentado. Trata-se de uma biografia resumida, enfocando cronologicamente os principais fatos de sua trajetória, do início da atividade sindical até a eleição para a presidência da república. Embora não tenha como foco a análise de questões políticas, busca-se apontar que uma mudança de rumos do partido do qual Lula faz parte também influenciou na imagem do próprio Lula. Neste capítulo é

abordada a relação de Lula com o seu público eleitor, sua mudança de perfil e de estilo para conquistar uma parcela maior de público.

A abordagem do *Ethos* de Lula se completa no Capítulo VI, no qual são analisados os fragmentos selecionados – dispostos em anexo – contendo metáforas extraídas de jornais e revistas divididos em duas fases: o Lula sindicalista e o Lula contemporâneo. A divisão dos textos em dois períodos tem como objetivo mostrar se é possível identificar, pelo conteúdo e finalidade das metáforas, as diferenças substanciais entre o discurso de Lula sindicalista e Lula presidente.

2. RETÓRICA E ARGUMENTAÇÃO

2.1. RETÓRICA E O PODER DE PERSUADIR

O conceito de retórica vem da palavra, originária do grego, *rhetoriké*. A retórica se instituiu em meados do século V a.C., na Magna Grécia. Pode ser definida a retórica como a persuasão por meio de uma argumentação, ou seja, a arte de argumentar. A retórica se realiza como uma modalidade discursiva e por consequência se aplica a diversas disciplinas e áreas.

Da Pedagogia à Política, da Antropologia à Linguística, da Psicanálise para as Comunicações de Massa, do Direito para a Semiologia, a Retórica motivou sempre o interesse dos estudiosos dos fenômenos de linguagem, da comunicação e da manipulação (LOPES, 1986).

O discurso persuasivo presente na Retórica, segundo Aristóteles (1979) comporta cinco instâncias que seguem um percurso, descrito por Teixeira (2004):

- 1- A invenção – é a escolha do tema, dos argumentos, das técnicas de persuasão.
- 2- A disposição é a ordenação do material que foi selecionado na etapa anterior. Seguindo-se em seqüência tem-se as partes do discurso: exórdio, narração, provas e peroração.
 - a) O exórdio é o começo do discurso ou introdução, que pode ser expresso por uma indicação do assunto, um conselho, uma censura, um elogio.
 - b) A narração é propriamente a argumentação, em que os fatos são relatados e os eventos apresentados.

c) As provas são a comprovação daquilo que se está dizendo. São os elementos que sustentarão a argumentação, tornando o discurso persuasivo.

d) A peroração é a conclusão. Trata-se da última chance de garantir a adesão do interlocutor.

3) A elocução é a escolha e disposição das palavras na frase; trata-se da expressão lingüística dos pensamentos, elaboração formal, estética e expressiva das partes do dispositivo ordenado;

4) A memorização é a retenção, pela memória, do discurso a enunciar;

5) A Enunciação é a apresentação do discurso ao público.

É sobretudo na França, no século XVII, que a Retórica começará a ser sistematicamente demolida enquanto disciplina escolar, saber autônomo e uno. Torna-se matéria subsidiária da Literatura. Restringe-se então à Elocução, e com o tempo passa a ser cada vez mais limitada ao campo das manifestações discursivas trópicas ou desviadas.

Nietzche (1999:29) relata que nos tempos recentes a retórica é tratada com desprezo generalizado, e quando é utilizada, “o seu melhor emprego se reduz ao dialetantismo e ao empirismo grosseiro.”

Nos tempos contemporâneos, porém, a concepção sobre Retórica deixa de ter esse caráter predominantemente ornamental e passa a ser vista como a prática que, subjacente ao “dito”, prescrito ou consentido, opera a manifestação, na figura, do “interdito”. Assim, conforme Lopes assinala (1986:5):

O retórico faz-se, assim, por conseguinte, uma categoria semiótica inerente à dimensão mítica das mensagens, onde o tropo se ergue como a

face visível de uma invisível ideologia que, com as marcas do desvio da norma que a engendra, constrói a sua máscara de presença oculta.

De Aristóteles a Perelman, a retórica parte de quatro premissas: - utiliza - se da argumentação, exercendo a persuasão (convencimento) por meio de um discurso (o bem falar); - sua preocupação é centrada na adesão - faz uso da linguagem cotidiana, pois é direcionada a todo tipo de público.

Dominado pela concepção racional cartesiana, esteve o pensamento ocidental dos últimos três séculos totalmente afastado da tradição retórica grega. Segundo Pacheco (2005), “com a ascensão do pensamento racional mecanicista e a posterior consolidação da perspectiva cientificista, o estudo dos meios de prova utilizados para obter a adesão foi completamente negligenciado pelos lógicos e teóricos do conhecimento”. Tal orientação se explica pelo fato de que a retórica só existe quando há dúvida em relação a uma determinada tese, não se ocupando daquilo que é certo, evidente e incontroverso, mas somente de problemas cuja solução não pode ser fornecida nem pela experiência, nem pela dedução lógica; seu domínio é o do verossímil, do plausível, do provável, na medida em que este último escapa às certezas do cálculo.

A retórica clássica se baseava na diversidade de pontos de vista, no verossímil e não em verdades absolutas. Isso fez com que a filosofia e a dialética da época se aliassem contra ela. Nas últimas décadas, a retórica tem sido reabilitada, beneficiada por estudos de outras ciências como a Lingüística, a Semiótica, a Pragmática e a Análise do Discurso. (Abreu, 2004:p.33).

A tradição da retórica confirma a existência de um elo além de qualquer teoria específica relacionada a um status semântico da metáfora. Afirma, neste sentido, Paul Ricouer (1992:146):

A própria expressão ‘figura de linguagem’ implica que na metáfora, como

em outros tropos ou recursos de expressão, o discurso toma o formato de um corpo, assumindo formas e características que usualmente caracterizam a face humana, a 'figura' do homem; é como se os tropos dessem ao discurso uma exteriorização quase corpórea. Ao dar à mensagem uma capacidade de atuar como um retrato, os tropos fazem com que surja o discurso.

O postulado de base da Retórica é a existência, ao mesmo tempo, de uma linguagem própria com uma linguagem trópica. Do estudo desta última encarrega-se a Retórica, que é, desde Aristóteles, o campo por excelência das figuras, das expressões como realizações transpostas, desviadas, estranhas ao uso ordinário ou neutro da prosa comum (Lopes, 1986:p.14).

Reboul (2000), reconhecendo o destaque dado ao discurso argumentativo nos estudos retóricos, entende que a retórica do século XX difere da antiga em três aspectos: seu objetivo principal não é produzir discursos, mas interpretá-los; seu campo alargou-se sobremaneira; e por último, por estar fragmentada em estudos diversos.

Abreu (2004:26), por sua vez, sintetiza o conceito de argumentação como “*a arte de, gerenciando informação, convencer o outro de alguma coisa no plano das idéias, e, gerenciando relação, persuadi-lo, no plano das emoções, a fazer alguma coisa que nós desejamos que ele faça.*”

O ato de argumentar envolve, ao mesmo tempo, convencer e persuadir. Convencer é saber gerenciar informação, é falar à razão do outro, demonstrando, provando. Bem lembra o autor (2004:25) que, etimologicamente, convencer significa “vencer junto com outro” (com + vencer) e não “contra” o outro. Já persuadir é saber gerenciar relação, é falar à emoção do outro.

Suarez Abreu (2004:25) chama a atenção para a diferença entre convencer e persuadir. Convencer é construir no campo das idéias. “*Quando convencemos alguém, este alguém passa a pensar como nós*”. Persuadir é construir no terreno das emoções, é sensibilizar o outro para agir. Quando persuadimos alguém, esse alguém realiza algo que

desejamos que ele realize.

A concepção de Retórica como técnica de persuadir já estava presente em Aristóteles, segundo o qual a Retórica é:

a faculdade de ver teoricamente o que, em cada caso, pode ser capaz de gerar persuasão . Nenhuma outra arte possui esta função, porque as demais artes têm, sobre o objeto que lhes é próprio, a possibilidade de instruir e de persuadir; por exemplo, a Medicina ,sobre o que interessa à saúde e à doença,a Geometria, sobre as variações das grandezas,a Aritmética, sobre o número;e o mesmo acontece com as outras artes e ciências. Mas a Retórica parece ser capaz de, por assim dizer, no concernente a uma dada questão, descobrir o que é próprio para persuadir. Por isso dizemos que ela não aplica suas regras a um gênero próprio e determinado.(Aristóteles, 1979:33)

ou seja, a retórica é o lugar onde podem ser reveladas as estratégias persuasivas usadas pelo enunciador de qualquer forma discursiva. Nela, podemos distinguir o que é ou não capaz de persuadir.

Em relação à retórica e persuasão, destaca Citelli (2000) que não cabe a elas definir valores de verdade. Ao persuasor cabe a manipulação daquilo que deve ser aceito como fato; verdadeiro ou não. Essa postura ratifica a de Aristóteles (1979:33), para quem o discurso é o meio de persuasão para demonstração de verdade ou do que parece ser verdade.

Nesse sentido, a retórica aristotélica ou a arte de bem falar em público envolve sentimentos, paixões, que são transformadores, uma vez serem importantes ferramentas persuasivas. Contudo, não se faz aqui referência ao amor-paixão, mas a sentimentos vários, capazes de povoar nossos ideais, como por exemplo:

a) a *cólera*, sentimento paradoxal, pois é seguido de prazer, oriundo da possibilidade de vingança em relação ao que a motivou;

- b) o **desdém**, subdividido em *desprezo* daquilo que não é considerado digno de consideração e em *vexame*, resultado do embargo às vontades do outro, de forma a que este não possa aproveitar-se de determinada coisa ou situação;
- c) o **ultraje**, capaz de causar humilhação não em benefício de quem humilha nem em benefício do outro, mas por satisfação;
- d) o **temor**, configurado pelo estado de perturbação em que alguém se encontra por conta da possibilidade próxima de algum acontecimento desfavorável a seus ideais, pois só o que está próximo pode causar ameaça iminente;
- e) a **confiança**, caracterizada por ser o oposto do temor. Ela nos faz ficar tranquilos, por acreditarmos estar longe o que nos pode prejudicar.

Pode-se perceber que para Aristóteles (1979:187) são convenientes tanto o estilo como as paixões externadas. Falando sobre a importância do estilo do orador no processo de conquista de auditórios ele disse:

O estilo exprime as paixões, se, quando houve ultraje, a expressão é de um homem irado; se a ação é ímpia e vergonhosa, se adota o tom de um homem cheio de indignação e de reserva nas palavras. Se a matéria é elevada, falar-se-á com admiração. Se é digna de compaixão, usar-se-ão termos de humildade. E o mesmo nos demais casos. O que contribui para persuadir é o estilo próprio do assunto. Neste caso, o ânimo do ouvinte conclui falsamente que o orador exprime a verdade, porque em tais circunstâncias os homens são animados de sentimentos que parecem ser os seus; e se mesmo que assim não seja, os ouvintes pensam que as coisas são como o orador diz. Acresce ainda que o ouvinte compartilha dos sentimentos do orador que fala de maneira patética, mesmo que o discurso careça de fundamento. Por isso muitos oradores impressionam o ânimo dos ouvintes, fazendo simplesmente ruído.

Em sua obra *Instituições oratórias*, o teórico latino Quintiliano (1944:336) também chama a atenção para a relevância da emoção do orador no processo de conquista de seu auditório, isto é, da persuasão:

Posso eu porventura esperar que o juiz se condoa de um mal, que eu conto sem dor al guma? Indignar-se-á vendo que eu mesmo, que o estou excitando a isso, sou o que menos me indigno? Fará parte das suas lágrimas a um advogado, que está orando com os olhos enxutos? Isto pode ser tanto, como queimar o que não é fogo, molhar o que não é úmido e dar cor o que não a tem. Primeiro, pois devem valer para conosco as coisas, que queremos tenham força para com os outros, e apaixonarmo-nos a nós mesmos antes que apaixonemos os outros.

Percebe-se assim que, para Quintiliano, o comportamento do orador deve ser coerente com a sua mensagem, para que haja o envolvimento e conseqüente conquista dos ouvintes.

Na Teoria da Comunicação contemporânea, Jakobson (1970:123) propõe seis funções para a linguagem: emotiva, referencial, conativa, poética, fática e metalingüística, e ressalta a importância de todas essas funções, e não o predomínio de uma delas, para a análise de textos:

A diversidade reside não no monopólio de algumas dessas funções, mas numa diferente ordem hierárquica de funções. A estrutura verbal de uma mensagem depende basicamente da função predominante. Mas conquanto um pendor para o referente, uma orientação para o contexto – em suma, a função referencial, denotativa, cognitiva – seja a tarefa dominante de numerosas mensagens, a participação adicional de outras funções em tais mensagens deve ser levada em conta pelo lingüista atento.

Vejamos como ele (1970:123-124) se refere à função emotiva que, sem dúvida, é a mais relevante a nosso estudo:

A chamada função emotiva ou “expressiva”, centrada no remetente, visa a uma expressão direta da atitude de quem fala em relação àquilo de que está falando. Tende a suscitar a impressão de uma certa emoção, verdadeira ou simulada; por isso o termo “função emotiva”, proposto e defendido por Marty³, demonstrou ser preferível a “emocional”

³ Mara Marty, Untersuchungen zur Grudlegung der Allergemeinen Grammatik und Sprachphilosophie, v.1 (Haller, 1908, p.10) - Nota de rodapé do livro Lingüística e Comunicação, de Roman Jakobson.

Em época mais recente, ao tratar do ato comunicativo como *mise-en-scène*, também Charaudeau (1983) exalta a importância da emoção do orador no processo de conquista de auditórios. No jogo da persuasão, é importante a capacidade de o EUC (Eu comunicante) demonstrar não a verdade, mas o verossímil, assim como seu caráter moral, capaz de gerar confiança no TUD (TU destinatário) que acreditará estar aquele que fala colocando-se em determinada disposição a seu respeito. Além disso, são relevantes ferramentas persuasivas a habilidade de o EUC fazer seu discurso provocar alegria, ódio, enfim, sentimentos importantes, pois o conteúdo daquilo que proferimos varia segundo nossas emoções.

É compreensível, pois, que a retórica não seja tida como uma ética, mas como uma técnica, uma vez que seu mérito está na eficiência da maneira como o dito é apresentado no discurso.

Essas novas concepções sobre a Retórica culminaram no século XX com a publicação da obra de Perelman e Tyteca (1952), e daí surge a Nova Retórica, que, recusando o normativismo clássico, preocupa-se com o caráter interativo da Retórica, ou seja, considera não só elementos literários ou jurídicos, mas também os temas próprios da mídia, do cinema, da política, etc., sem deixar de lado nada que possa contribuir para o alcance da persuasão.

2.2. ANALOGIA E ARGUMENTAÇÃO

Como um instrumento que contribui para a persuasão, no campo da Retórica argumentativa tem papel relevante a analogia, o que justifica a abordagem do tema em tópico próprio.

Com a analogia, estabelece-se uma correspondência entre duas zonas do real até então separadas, transferindo, assim, as qualidades de uma para outra. Não se trata de

uma dedução implícita, mas de uma correspondência que tira sua força de aspectos aceitos e compartilhados (TEIXEIRA, 2004:31).

De grande importância à argumentação, a analogia permite a escolha entre hipóteses diferentes. Perelman e Tyteca (2000:224) afirmam que o valor argumentativo da analogia só será evidenciado, caso esta seja vista como uma similitude de estruturas, cuja fórmula mais genérica seria: A está para B assim como C está para D.

Os autores (2000:424) propõem dividi-la em *tema* (conjunto de termos sobre os quais repousa a conclusão) e *foro* (conjunto de termos que serve de apoio ao raciocínio analógico). Nesse sentido, o *foro* é quase sempre mais conhecido que o *tema* e responsável pela determinação do valor deste, a partir de uma semelhança de relação.

Ainda segundo Perelman e Tyteca (2000:454), há um estreito vínculo entre analogia e metáfora, sendo esta última definida como uma analogia condensada, resultante de fusão de um elemento do *foro* com um elemento do *tema*. Para eles, dentro do processo de argumentação a metáfora intervém, de forma fundamental, para tornar plausível a analogia.

Para a efetiva ocorrência de analogia é preciso que *tema* e *foro* não pertençam à mesma área. Do contrário, teremos apenas raciocínio pelo exemplo ou ilustração, uma vez que aqueles exemplificam dois casos particulares de uma única regra. Portanto é fundamental o confronto de afinidades entre *tema* e *foro*, ressaltando semelhanças relevantes de relação entre os termos, embora isso não implique uma relação anterior a eles.

Para exemplificar como se dá essa relação, segue um fragmento do discurso do Presidente Lula, quando presente no Fórum Mundial em 2004:

...aprendi com vocês que um técnico importante para um time não é aquele que começa ganhando, mas aquele que

termina ganhando o jogo a que nos propusemos a jogar. E eu tenho quatro anos, quatro anos, para jogar tranqüila, cautelosamente... Eu tenho quatro anos para de forma tranqüila e serena ir fazendo as coisas que têm que ser feitas neste país...

Com essa analogia Lula relaciona dois fazeres. Um político e outro o fazer do jogador, mais próximo ao cidadão comum. Apresenta uma tese principal, “*o governo não pode ser precipitado*” que se apóia na analogia do “*técnico vencedor*”. Além disso, fica estabelecida a relação de similitude entre as duas relações. Mas, como podemos perceber, “*não é uma relação de semelhança; é uma semelhança de relação*”. Assim, uma relação entre A e B é semelhante à existente entre C e D. Daí a possibilidade de a analogia fundar a metáfora cujo valor argumentativo origina-se na analogia (Perelman, 2000:453).

Através da transferência de valor dos termos dessas analogias, Lula pretende que seu auditório compreenda, com facilidade, suas intenções. Por isso, elas têm desempenho relevante no processo argumentativo, pois seus prolongamentos tornam possível a estruturação conceitual do *tema*.

Assim, na argumentação pode haver a sustentação de analogia com a finalidade de provar sua adequação discursiva. Portanto a analogia favorece desenvolvimentos e prolongamentos de base semântica, sendo, pois, de grande importância no processo argumentativo.

Sobre a importância do valor argumentativo da metáfora, Reboul (2000:186) ressalta que ela é um argumento por condensar uma analogia e, nesse caso, é mais convincente do que a comparação; ainda, por ser redutora, traduz mais facilmente semelhança em identidade. A autora argumenta estabelecendo contato entre dois campos heterogêneos, ressaltando um elemento comum em detrimento de outros. Assim, a metáfora destacaria as semelhanças e mascararia as diferenças.

Em princípio a metáfora atua como uma impertinência: estabelece que o

semelhante pode ser tratado como idêntico. Deve-se reconhecer que a metáfora agrega significação ao discurso como uma estratégia de construção do texto argumentativo

2.3. ATOS DE LINGUAGEM E ATOS DE FALA

A análise do discurso de Lula, conforme o já exposto na Metodologia deste estudo, deve ser feita não através do simples isolamento de enunciados discursivos, mas levando em conta os sujeitos do discurso e a conjuntura histórica em que este se dá.

Neste sentido, avulta a importância das contribuições teóricas da Semiologia do Discurso. A Semiologia do Discurso se interessa por um objeto que só se constitui através de intertextualidade, dependente dos sujeitos de linguagem. A análise semiológica, quanto aos atos de linguagem, deve efetuar um trabalho de contextualização estrutural de fatos linguageiros, isto é, de representações comunicativas da linguagem.

A significação discursiva é o resultado da junção de dois fatores: um lingüístico e outro situacional. Conforme Machado (1999:99), a semiologia do discurso parte do princípio de que o discurso não é mais “sociologizante” que lingüístico, nem vice-versa: há um equilíbrio e uma interdependência entre os dois fatores. Uma teoria do discurso não pode ser efetuada sem que se leve em conta, ao mesmo tempo, um espaço interno e um espaço externo no ato de linguagem.

A Semiologia do Discurso utiliza-se de noções trazidas pela Pragmática, como a idéia de ato de linguagem. Ao considerar o espaço enunciativo, põe-se em contato com a Teoria da Enunciação. Relaciona-se, ainda com a Sociolingüística, que propõe vincular o enunciado ao contexto social e cultural.

Trabalhando com estes conceitos, entende-se a *competência de linguagem* como a capacidade que o sujeito (comunicante ou interpretante) deve dominar para construir o sentido textual. Essa competência se subdivide de acordo com os três níveis a que

pertencem os recursos de linguagem usados para a construção do sentido: situacional, discursivo e semiolingüístico.

A competência situacional refere-se às aptidões para perceber as circunstâncias da comunicação, como a identidade dos protagonistas envolvidos no ato de linguagem, a finalidade desse ato, seu propósito e suas circunstâncias materiais. A competência discursiva está ligada às aptidões para manipular ou reconhecer as estratégias de encenação e para recorrer a relações intertextuais .

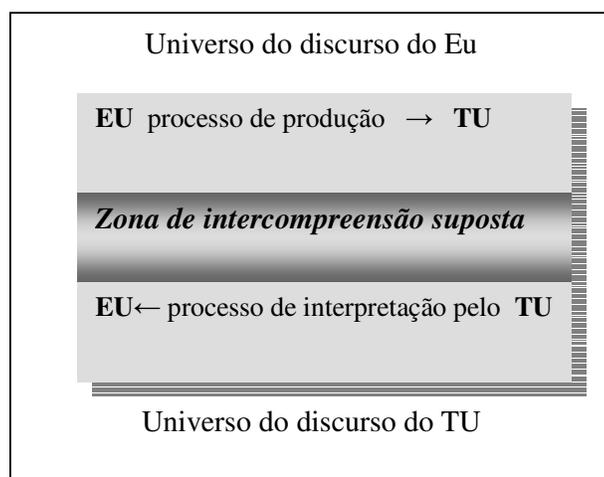
Por sua vez, segundo Charaudeau & Maingueneau (2004:445):

O nível semiolingüístico é o lugar das escolhas lingüísticas que configuram o texto em que são ordenadas “as formas dos signos, suas regras de combinação e seus sentidos, sabendo que estes são empregados para exprimir uma intenção de comunicação, em relação com os dados do quadro situacional e as coerções da organização discursiva.

Charaudeau (1983:40) mostra que o ato de linguagem tem caráter inter-enunciativo. Ele considera que, na interação discursiva, a relação entre os interlocutores é desdobrada discursivamente, formando um conjunto hipotético de EUs e TUs, isto é, tem-se um EUC (produtor da fala) e um TUi, que decodifica a produção do EUC. Porém, no discurso político, o EUC não poderá saber quem é o TUi, pois este pode encontrar-se em situações muitas vezes não pensadas, constituindo-se no conjunto de todos os eleitores. *O TUi se institui no momento mesmo em que se coloca no processo de interpretação.*

Sendo assim, o TU é um sujeito interpretante em função dos saberes que ele compartilha com o EUC, mas não coincide com TUD, interlocutor ideal do EUC. Por sua vez constrói-se uma imagem do EUE (EU enunciador) diferente da idealizada pelo próprio EUC. Nasce, então, o EUI como consequência das interpretações do TUi em relação ao produtor da fala. E, neste sentido, como afirma Benveniste (1989:87), a enunciação é caracterizada pela acentuação da relação discursiva entre os parceiros.

Portanto, tem-se que o ato de linguagem é interenunciativo, ou seja, não é mera produção de EUC a um TUi, mas sim o encontro entre um *Processo de Produção*, produzido por um EU a um TUD e um *Processo de Interpretação*, no qual o TUi constrói a imagem do EUC. Esse duplo processo, no qual há zonas de intercompreensão, é assim representado por Charaudeau (1983:39).



Pode-se perceber, portanto, a encenação de revelação e ocultação entre os sujeitos inclusos no circuito interno (EUC e TUD) e externo (EUE e TUi). Essa relação/encenação é transparente entre TUD/EUC; embora seja opaca no que diz respeito ao TUi, pois aquele é fruto do sujeito produtor do discurso(EUC), enquanto este não depende que dele mesmo, instituindo-se no instante da realização do processo de interpretação. Logo, ele é dependente do conhecimento que o TUi tem dele.

Desse modo, EUE funciona como máscara do EUC, o que é propício ao discurso político, uma vez que facilita a revelação/ocultação de posicionamentos diversos dirigidos aos TUD de diferentes classes e ideologias, sem o comprometimento da face.

Nesta perspectiva, os enunciados discursivos propiciam interpretações várias, capazes de apontar intenções, evidenciando a capacidade de ocultação de sentidos, fazendo que uma mesma forma seja interpretada de maneiras diferenciadas, conforme sejam os TUs

interpretantes.

A partir do exposto, a análise do discurso não se limita à produção/ recepção isoladamente, pois analisar o ato de linguagem é buscar “*possíveis interpretativos que surgem no ponto de encontro dos processos de produção e interpretação*” (Charaudeau, 1983:57).

É importante ressaltar que na interação verbal o enunciado proferido pode ter valor positivo ou negativo. Essas questões relacionadas a certos “desvios” de linguagem integram a chamada *teoria das faces*, desenvolvida por Goffman (1980). O autor atribui ao indivíduo duas faces: uma *negativa*, que corresponde ao território de cada um (seu corpo, sua intimidade), e uma *positiva*, que está relacionada com a sua fachada social, a imagem que deseja passar para os outros.

Como a comunicação verbal pressupõe a participação de, pelo menos, dois indivíduos, existem, no mínimo, quatro faces envolvidas na comunicação: a face positiva e a negativa de cada um dos interlocutores.

A teoria das faces está diretamente ligada ao processo de construção de imagens, que fornecem valores éticos, morais e sociais aos indivíduos de convívio comum, que tendem a uma construção social de uma face positiva, que lhes garante status e valorização. Para Goffman (1980:105), uma relação social pode ser vista como um modo pelo qual a pessoa é forçada a confiar sua auto-imagem e sua face ao tato e à boa conduta de outrem. Neste sentido, a teoria das faces mostra-se bastante produtiva quando propicia demonstrar a construção da imagem de Lula.

3. METÁFORA E PERSUASÃO

3.1. DIFERENTES ABORDAGENS TEÓRICAS SOBRE A METÁFORA

A metáfora é, segundo a visão aristotélica, “*a transposição de um nome de uma coisa para outra, transposição do gênero para a espécie, ou da espécie para o gênero, ou de uma espécie para outra por via de analogia*” (ARISTÓTELES, 1979:274). Segundo esta concepção, a metáfora liga-se à lexis, ou seja, ao nome e à palavra, e não ao enunciado.

Essa definição serviu de modelo a muitos estudos de seus sucessores, e apenas recentemente os estudos se voltaram para o caráter semântico e cognitivo das expressões metafóricas, utilizados em textos de diferentes gêneros, não apenas os literários.

Apesar disso, alguns manuais de retórica ainda distinguem as metáforas literárias como “criativas” das metáforas do cotidiano como “estereotipadas”. Somente, portanto, no século XX, em especial nos últimos 25 anos, sobretudo a partir de Lakoff (1987), foi acentuado o caráter cognitivo da metáfora em sua função de mapeamento da linguagem ordinária.

Antes, com seu estudo precursor, Jakobson (1970) caracterizou as transposições de sentido, generalizando os processos como dois grandes pólos: o metafórico (relação de similaridade) e o metonímico (relação de contigüidade), implicando dois modos de arranjo: o paradigmático (seleção e substituição) e o sintagmático (combinação e contexto). Seu estudo teve repercussão na Teoria da Comunicação.

Fazendo um recorte histórico, Teixeira (2004:42) divide as diversas teorias sobre a

metáfora em dois grupos: as monísticas e as dualísticas. As primeiras correntes defendem que as palavras usadas metaforicamente perdem sua capacidade referencial original para receberem uma outra; as segundas, que essas palavras guardam sua capacidade referencial original, ao mesmo tempo em que passam a carregar uma segunda referência.

Analisando a visão de Aristóteles (1979), percebe-se que, para o autor, as metáforas suprem a imprecisão da língua no momento em que há mais entidades do que termos, atendendo às necessidades das diversas formas de exprimir o pensamento e a realidade.

Um outro estudioso da metáfora, Ricouer (2000:p.60), diz que a metáfora possui valor instrutivo, como também permite tornar visível, animar, atualizar e descrever o abstrato sob os traços do concreto. A característica essencial da metáfora para este autor é a inovação semântica, graças à qual novas congruência e pertinência são estabelecidas de forma a dar sentido ao enunciado. O criador de metáforas, nas palavras de Ricouer (1992: 148):

é um artesão com habilidade verbal e que, a partir de um enunciado inconsistente para uma interpretação literal, extrai um enunciado significativo para um nova interpretação que merece ser chamada metafórica por gerar a metáfora não apenas como um desvio, mas por ser também aceitável. Em outras palavras, o significado metafórico não consiste meramente em um choque semântico mas em um novo significado predicativo que surge a partir do colapso do significado literal.

Conforme Harries (1992), as metáforas invocam aquilo que está ausente. Toda metáfora que é mais do que uma abreviação de uma linguagem mais direta acena para aquilo que transcende a linguagem, e neste sentido é que a metáfora implica ausência.

Teixeira (2004:47), ainda analisando a trajetória histórica das concepções sobre metáfora até o século XX, ressalta que, na Idade Média, em que o cristianismo exerce forte poder, a sociedade privilegiava o coletivo em detrimento do pessoal, e, dessa forma, a metáfora mais relevante era a de ser o mundo o reflexo de um livro escrito por Deus.

A mesma autora afirma ainda que, por considerarem a metáfora como uma figura de efeito essencialmente ornamental, os racionalistas dos séculos XVI e XVII buscavam alcançar uma linguagem sem essa figura, considerada um recurso prejudicial à clareza de pensamento; para eles, as metáforas seriam abolidas.

Cohen (1992) lembra que o apreciador da metáfora deve fazer duas coisas: perceber que a expressão é uma metáfora e imaginar o objetivo da expressão. Realizando o primeiro feito, ele é induzido a realizar o segundo, para que se produza o objeto de sentido esperado.

De Man (1992, p.30) observa que:

O ser e a identidade são o resultado de uma semelhança que não está nas coisas, mas é postulado por um ato da mente que, como tal, pode ser apenas verbal. E já que ser verbal, neste contexto, significa permitir substituições baseadas em semelhanças ilusórias, então a mente, ou o sujeito, é a metáfora central, a metáfora das metáforas.

Davidson (1992, p.35), por sua vez, compreende de forma reducionista o papel e o significado das metáforas, afirmando que elas significam “aquilo que as palavras, em sua interpretação mais literal, significam e nada mais do que isso”. Para o referido autor, a metáfora pertence exclusivamente à esfera do uso. “É algo levado a cabo pelo emprego imaginativo de palavras e sentenças, e depende inteiramente dos significados comuns daquelas palavras”.

Booth (1992, p.60) procura elencar as características básicas de uma metáfora, mostrando seu campo de aplicação. Para o autor, as boas metáforas são ativas, emprestando energia a coisas animadas e a tudo que for menos energético ou mais abstrato. As metáforas serão mais eficientes na medida em que forem concisas; quanto mais se conseguir transmitir através de um certo número de palavras, melhor. Esta, aliás, é uma das razões porque se usa a metáfora no cotidiano: ela diz mais com menos palavras.

As boas metáforas são apropriadas, na sua grandiosidade ou trivialidade, para o fim a que se destinam. Se a intenção é aumentar o sentimento do sublime, então as metáforas

triviais devem ser evitadas. Mas se se deseja diminuir algo, ocorre o contrário. Não é suficiente que a metáfora seja apropriada à intenção, e, dessa maneira, para outros elementos do texto. Ela deve ser adequada apropriadamente para a audiência (BOOTH, 1992).

Analisando o desenvolvimento da competência metafórica, Gardner e Winner (1992:135) entendem que as relações que envolvem metáforas predicativas são melhor apreendidas se apresentadas em forma de símiles ou charadas. Tendo como parâmetro a apreensão de metáforas em crianças, afirmam os autores que é mais provável que estas “decodifiquem metáforas com sucesso se as encontrarem em algum tipo de contexto situacional, do que se tentarem, isoladamente, usar seu conhecimento dos significados das palavras que constituem o tropo”.

As teorias relativas à semântica e à pragmática envolvem perspectivas não-referenciais da língua, ou seja, uma relação de interdependência das palavras, através de uma “rede de encadeamentos discursivos” (Ducrot, 1987), carregados de ideologias, que abordam as condições externas à linguagem como, por exemplo, o ambiente e as condições de produção do discurso pelos falantes de uma determinada língua.

Em sua obra sobre pragmática, as representações do eu e seus efeitos de sentido, Silva (2005: 43) defende que a relação signo/usuários define a relação do signo com a situação de uso. Além dos componentes básicos do processo de comunicação, deve-se levar em conta também os componentes que situam no tempo e no espaço o ato de comunicação. É a essa dimensão dada pela relação signo/usuários e pela relação signo/situação do discurso que se pode denominar dimensão pragmática do signo.

Sob essa perspectiva pragmática, interessa pensar a metáfora como estratégia de interação que desempenha um relevante papel na argumentação em qualquer relação do homem e sociedade.

Como preceitua a Pragmática, há três atividades que são complementares na enunciação. Enunciar implica realizar um ato locucionário (ou locutório), ou seja, produzir uma frase dotada de um sentido; significa realizar um ato ilocucionário, isto é, produzir um enunciado que tem uma certa “força” e - realizar um ato perlocucionário (ou perlocutório), ou seja, provocar efeitos na situação.

Observando a retórica do nosso atual presidente da república, Lula, constatamos uma representativa incidência de metáforas, que funcionam como estratégias argumentativas, responsáveis pelo fenômeno de sua aceitação por pessoas descrentes em seu preparo para ascender ao cargo que ocupa.

Os escritores românticos do século XIX negavam a idéia clássica de metáfora como sendo de função ornamental para defender a tese de que esta figura estaria relacionada essencialmente à língua como um todo, como uma expressão própria da imaginação. Como se vê, a concepção de que toda língua é naturalmente metafórica foi se tornando aos poucos mais freqüente e aceita, até chegarmos aos estudiosos contemporâneos.

Neste patamar estão os estudos de base cognitivista, sobretudo os de Lakoff e Johnson (2002), para quem a linguagem cotidiana é mais metafórica do que literal. A metáfora não é apenas uma questão de linguagem, mas está também relacionada aos processos do pensamento humano, que são, por natureza, metafóricos.

A seguir, analisar-se-á a metáfora sob uma visão mais atual, a do cognitivismo.

3.1.1. A visão funcionalista-cognitivista

Segundo a teoria cognitivista, quando nos referimos à metáfora como operação cognitiva, estamos considerando a ocorrência de processo de mescla (Fauconnier, 1997), caracterizado por:

- a- mapeamento cruzado de dois espaços que servem como *inputs* (domínios);

- b- projeção de estruturas parciais dos inputs no *espaço-mescla*;
- c- um espaço genérico que permite a fusão dos espaços- inputs.

A partir dessa configuração de mesclagem, emergem estruturas metafóricas. Tais concepções suplantam a análise tradicional de metaforização como resultado de entrecruzamento bidominal; o novo conceito é ratificado pela afirmação de Fauconnier (1997) de que a única faculdade cognitiva humana é a de produzir transferência e processar significados. Ela é uma analogia condensada, oriunda de um elemento do *foro* e um do *tema*, amalgamados, sendo, pois, uma extensão da analogia, que encontra eco já em Aristóteles (1979:274), que diz:

Digo haver analogia quando o segundo termo está para o primeiro, na proporção em que o quarto está para o terceiro, pois, neste caso, empregar-se-á o quarto em vez do segundo e o segundo em lugar do quarto. Às vezes também se acrescenta termo ao qual se refere a palavra substituída pela metáfora.

ao que ele exemplifica com a metáfora “*O que a velhice é para a vida, a tarde é para o dia. Diremos pois que a tarde é a velhice do dia, e a velhice é a tarde da vida...*”

Esse exemplo evidencia a simetria entre *foro* e *tema*, destacando a metáfora daí resultante. No entanto, algumas vezes o contrário ocorre, ou seja, é a metáfora que torna plausível a analogia. Nesse caso, sua função é argumentativa. Por isso, frequentemente falantes não hesitam no uso de metáforas, usando-as como estratégia argumentativa a fim de conduzir o interlocutor a perceber os fatos como ele os mostra.

Talvez resida nessa função de metáfora – tornar o que é mais abstrato mais concreto – um dos motivos de sua popularidade no discurso do dia-a-dia. É o que ocorre no discurso de Lula: ele consegue aproximar seu discurso do homem comum pela metáfora.

Segundo a visão cognitivista lakoffiana, as metáforas são responsáveis pelo nosso

modo de agir, pela maneira como percebemos, pensamos e atuamos no mundo, isto é, elas nos permitem compreender um conceito em termos de outro ou, conforme Fauconnier, permite-nos transferir um *sentido fonte* para um *sentido alvo*.

Lakoff (1993) diferencia as metáforas em:

a) **Orientacionais** -essas metáforas são de caráter espacial, determinando o que está dentro/fora, perto/longe, para cima/para baixo, à frente/atrás, etc; estas não são arbitrárias, uma vez que têm como referência não só nossas experiências físicas mas também nosso conhecimento de mundo.

Sinto-me alto.

Isso me levanta o ânimo.

Ele está por fora.

Ele está por dentro de tudo.

Vovó é pra frente.

Ela é ultrapassada.

b) **Ontológicas**- construídas a partir de objetos físicos, tomando por base o nosso próprio corpo, as metáforas ontológicas consideram ações, emoções, como, por exemplo, substâncias e entidades, ao que se pode exemplificar com a metáfora “a inflação é uma entidade”, os casos seguintes:

A inflação está baixando nosso nível de vida.

Se houver muito mais inflação, não sobreviveremos.

A inflação me deixa doente.

c) **Estruturais**- estas, embora estejam ligadas tanto quanto as metáforas orientacionais e ontológicas à nossa experiência, permitem maior objetividade na construção de um conceito em termos de outro.

As metáforas estruturais não são raras. Como afirmam Lakoff e Johnson, elas

estruturam o sistema conceitual do homem, partindo de conceitos mais concretos para outros metaforicamente mais abstratos.

É o que se tem, por exemplo, com “ Política é casamento”, isto é, deve ser partilhado, apresentar companheirismo, concessão. Como podemos observar, cada um desses conceitos pode ser estruturado por mais uma metáfora, caracterizando um *continuum*. Ora evidenciando, ora ocultando um conceito.

As metáforas são capazes de acionar pressupostos decisivos para a realização das intenções discursivas, já que conduzem o Tui a conclusões lógicas acerca do que ouve. Portanto, em se tratando de discurso político, efetivamente, metáforas são muito produtivas.

Dessa forma, torna-se fácil ao EUc atacar seu opositor, intimidá-lo, insultá-lo e, concomitantemente, “sair pela tangente”, ressaltando seus próprios pontos positivos, fazendo promessas e mostrando que pode ser a solução de todo e qualquer problema.

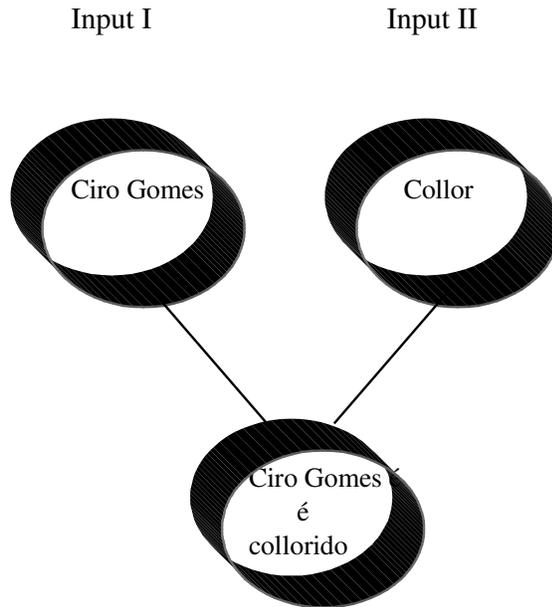
3.2. METÁFORA NO MUNDO DA CULTURA

Se aceitamos, conforme Lakoff e Johnson (2002, p.59), que nossas experiências, pensamentos e ações são metafóricos, é compreensível, pois, que

os valores mais fundamentais de uma cultura serão coerentes com a estrutura metafórica dos conceitos fundamentais na mesma.

Vejamos o exemplo da metáfora conceitual CIRO GOMES É COLLORIDO, apresentada nos meios de comunicação da imprensa escrita e falada na campanha para eleições presidenciais em 2002. No momento político em que o povo brasileiro se encontrava, parece-nos de fácil compreensão a extensão semântica dessa metáfora. É importante ver que não falamos de cores variadas. O termo *collorido*, base dessa metáfora, leva-nos a Fernando Collor de Melo, ex-presidente do Brasil, cujo nome era

grafado com dois (I). A ligação semântica entre *collorido* (Collor) e Ciro Gomes, um dos virtuais candidatos à presidência do Brasil, naquele ano, pode ser explicada a partir da seguinte representação:



No *input 1*, temos Ciro com suas características de presidenciável bem falante, postura alinhada de político experiente etc... Já no *input 2*, surge Collor, apresentando todas as características que o tornaram indesejado: corrupto, bem falante, embora com discurso mentiroso etc... Percebemos, então, que o significado resulta de processo de mescla, caracterizado pela importação maior de características para o *input alvo* (Ciro) a partir do *input fonte* (Collor).

Portanto, o elemento propiciador do deslizamento semântico que torna Ciro Gomes o “genérico” de Collor é cognitivo e cultural. Dessa forma, vemos que a base de conhecimentos ou domínios conceituais de cada falante é relevante para que se produzam e interpretem significados.

Foi a essa base de conhecimento comum a um grupo social, possibilitando a comunicação, que Lakoff (1987) denominou de modelos culturais idealizados (MCI_s). Para

ele, assim como para Fauconnier (1997), o conhecimento tem caráter interacional, pois é gerado a partir da relação cooperativa falante/ouvinte, que devem expressar suas idéias através de processos cognitivos determinantes da seleção de estratégias lingüísticas facilitadoras não só da compreensão do ouvinte, mas de sua própria posição no discurso.

Vamos exemplificar como se dá o processo de mesclagem a partir dos MCI_s, observada a metáfora conceitual “POLÍTICA É GUERRA”. Embora não nos refiramos à política em termos bélicos, sabemos que ela envolve pessoas de pontos de vista antagônicos, o que pode levá-las a perdas e ganhos, derrotas ou vitórias, ataques e/ou defesas. Do conceito fonte *guerra*, através de um processo de mescla, emergem conceitos metafóricos como os que exemplificamos, a seguir, retirados da grande mídia (Veja), à época da eleição presidencial:

- 1-O homem é *duro*. (Veja, 31 de julho de 2002)
- 2-Feliciano promete baixar os juros de 5% ao ano *sem queda-de-braço* com os bancos.(Veja, 17/07/02)
- 3-Ciro Gomes e José Serra já estiveram lado a lado no PSDB. Agora são *inimigos e travam uma guerra* aberta por uma vaga no segundo turno (Veja, 17/07/02)
- 4-A *luta* para ser o *anti-Lula*. (Veja, 17 /07/02)
- 5- Faltando três meses para a eleição, esses *exércitos* tendem a se deslocar...(Veja, 17/07/02)
- 6- O *confronto* no segundo turno... (Veja, 17 /07/02)
- 7- No Ministério da Saúde abriu duas *frentes de combate*... (Veja, 17 /07/02)

Notemos que vários mecanismos lingüísticos de expansão metafórica estão inseridos na metáfora conceitual POLÍTICA É GUERRA. Essas projeções metafóricas nos mostram ser o domínio *guerra* bem produtivo em textos jornalísticos, em especial, quando são de conteúdo político.

Curioso observar que, em algumas das frases citadas acima, o poder metafórico é visto pelo público em diferentes graus de percepção. Na expressão “frentes de batalha”, o sentido metafórico fica claramente evidenciado. Já o termo “confronto” tem sido utilizado

de forma tão constante em tantas acepções - e reiteradamente - que já não traz mais o caráter de novidade e estranhamento que subjaz a uma metáfora. Em casos assim é que se diz que a metáfora ficou “velha”, ou simplesmente, deixou de existir. Essa generalização acontece com todas as metáforas já cristalizadas.

Outro ponto que chama a atenção é que alguns fatos da língua são expansões de metáforas orientacionais, por exemplo, expressões como *para baixo* e *para cima*, que apresentam coerência em relação às interrogativas em nossa língua, como exemplificamos a seguir.

Na pergunta *Qual foi a sua nota?* (↑) com interrogação ascendente, questiona-se sobre algo desconhecido. O contrário se dá com *Você dorme cedo alguma vez?* (↓) que com entonação descendente reflete o fato de se saber que a pessoa em questão nunca costuma dormir cedo. Esses exemplos nos mostram o uso da entonação ascendente e descendente plenamente coerente com a metáfora *o desconhecido é para cima* (com ascendente entonação); *o conhecido é para baixo* (com entonação descendente).

De maneira geral, interrogações indicam o que nos é desconhecido. No entanto, conforme a entonação dada à questão, notamos diferenças semânticas coerentes com a metáfora orientacional *desconhecido é para cima; conhecido é para baixo*.

Essa generalização a respeito das metáforas orientacionais pode se estender a outros domínios semânticos. As metáforas orientacionais *para cima x para baixo*, além de se expandirem nas formas supracitadas, apresentam-se em várias outras situações de nosso cotidiano. Boas notícias, por exemplo, são expansões da idéia de *para cima* (*subir*), enquanto as más notícias expandem *para baixo* (*descer*). Para mostrar o que afirmamos, vejamos alguns exemplos de reportagens que têm como base as metáforas orientacionais *para cima x para baixo*. Assim, coisas boas estão para cima e as más, para baixo. Vejam

as ilustrações a seguir, em que a escolha lexical revela a positividade ou não em relação ao conceito metafórico.

PARA CIMA

- *A modelo brasileira Ana Hickmann vai estrelar o novo comercial da grife americana Victoria's Secret. Ganhará 250 000 por dois dias de trabalho.*(Veja, 12/06/02)
- *O Rio de Janeiro é a única cidade da América Latina na lista dos vinte melhores destinos turísticos do mundo da revista Conde Nast Traveller.*(Veja, 12/06/02)
- *A ginasta brasileira Daniele Hypólito foi o maior destaque nos jogos Sul-americanos. Conquistou cinco medalhas de ouro e uma de prata.*(Veja, 21/08/02)
- *O iatista Lars Grael disputou mundial da classe Star, sua primeira grande competição internacional desde o acidente que o deixou sem uma perna.* (Veja, 28/08/02)

PARA BAIXO

- *O Ibama reconheceu que o passarinho Ararinha-azul está extinto da natureza.* (Veja, 24/07/02)
- *A eliminação de Guga em Roland Garros custou caro ao brasileiro. Pela primeira vez, em três anos, ele deixa a lista dos dez melhores tenistas do mundo.* (Veja, 12/06/02)
- *Depois de fugir do Afeganistão, terroristas da Al Qaeda teriam se refugiado no Iraque, onde fazem testes com armas químicas.* (Veja, 28/08/02)

Essas metáforas comuns em reportagens, como vimos anteriormente, estão presentes em outros usos de nosso cotidiano. Elas podem basear nossos sentimentos,

nossas sensações, e são de caráter afetivo, pois se ligam ao emocional, conforme demonstram os exemplos a seguir:

- 1- Hoje estou com o moral *alto*.
- 2- Comédias me *levantam* o moral.
- 3- Brigou com o namorado e está *pra baixo*.
- 4- A briga a deixou *deprimida*.
- 5- Ele está *abatido*.
- 6- Levanta a cabeça, *bola pra frente*, não deixa a peteca cair.

Apesar dessa generalização, acatamos o posicionamento de Lakoff. Certamente, a percepção desses conceitos metafóricos serão diferenciados de acordo com cada cultura, pois as prioridades e os valores a eles atribuídos variam de acordo com os indivíduos e segundo os grupos sócio-culturais em que estão inseridos. Daí advém o caráter cultural da metáfora e a importância do contexto brasileiro à época da eleição de Lula para presidente.

3.3. A METÁFORA COMO FIGURA DE CONVENCIMENTO E PERSUASÃO

Aristóteles (1979), em sua *Arte Retórica*, descrevia as figuras de linguagem como um processo produtor de surpresa. Como artifício retórico, poderia exercer grande efeito sobre o ouvinte/leitor.

Segundo Lopes (1986), a retórica baseava-se na concepção de que há uma linguagem comum e uma linguagem figurada. A linguagem “sem figuras” estava associada a uma das principais virtudes do discurso: a clareza. Mas essa propriedade, mesmo que satisfizesse às necessidades comunicativas, poderia diminuir a qualidade do discurso.

Dentre os artifícios mais importantes da retórica, Nietzsche destaca os *tropos* ou designações impróprias (1999:37). Afirma o autor:

Em vez do verdadeiro processo, elas expõem uma imagem sonora que se perde no tempo: a linguagem nunca expressa algo perfeitamente, mas

apenas acentua marcas que se destacam para ela.

É o que se tem chamado de tropos, que são figuras em que se atribui uma nova significação às palavras. Dentre estas figuras, conforme acentua Teixeira (2004, p.37), a que permitiria maior abertura seria a metáfora. Segundo a autora:

O tipo de relação por ela estabelecida possibilitaria a equivalência entre qualquer significação. Era considerada a mais rica das formas de linguagem figurada, mas também a mais 'perigosa', pois, se a distância entre as significações fosse grande, a compreensão poderia tornar-se difícil.

As figuras retóricas são recursos lingüísticos utilizados especialmente a serviço da persuasão. Abreu (2004:105) afirma que “*as figuras retóricas possuem um poder persuasivo subliminar, ativando o sistema límbico, região do cérebro responsável pelas emoções.*” Elas funcionam como um filme, criando atmosferas de suspense, humor, encantamento, a serviço dos nossos argumentos.

Sobre a importância da metáfora na retórica, afirmam Lakoff e Johnson (2002:303) que esta figura permite compreender parcialmente aquilo que não pode ser compreendido em sua totalidade: os sentimentos, as experiências estéticas, as práticas morais e a própria consciência espiritual.

Teixeira (2004:33) lembra que já havia a compreensão, entre os retóricos clássicos, de que a prática sócio-literária e política é que determina o uso do léxico. Neste sentido, seus princípios básicos seriam de natureza ética, argumentativa e estético-literária.

Destacando a questão da transferência semântica, Teixeira (2004: 55) conclui que a metáfora envolveria dois aspectos:

A transferência semântica e a motivação icônica. Em relação ao primeiro, a metáfora seria vista como um processo de transferência semântica, em que uma forma ou construção passaria a representar um outro significado estreitamente vinculado ao que, até então, não se relacionava a ela..

Souza (2005, p.1) bem lembra que a soma de *meta* - mudar - com *pherein* -

carregar, portar - pode explicar melhor a força da metáfora: muito mais que uma simples figura de linguagem, ela permite transportar a característica de um objeto para outro, provocando uma transformação; segundo alguns pesquisadores, além de funcionar como elemento de persuasão - a publicidade é um bom exemplo disso - ela facilita a compreensão do que se apresenta como novo: assim, diante da novidade, busca-se, na familiaridade, o caminho da apreensão do novo conhecimento.

A metáfora deve ser encarada como um recurso de presença. Os recursos de presença, conforme Abreu (2004:68), são procedimentos que têm por objetivo ilustrar a tese que queremos defender. O melhor recurso de presença são as histórias: contos de fada, fábulas, alegorias e parábolas, que são, na verdade, macrometáforas. Um argumento ilustrado com um recurso de presença tem poderoso efeito sobre o auditório. O discurso fica mais sedutor.

3.3.1. Metáfora x Comparação

Como a metáfora, a comparação também exerce função argumentativa. As duas figuras possuem pontos de contato, mas não se confundem. Dessa forma, é oportuno que se discorra de forma mais específica sobre o tema, o que se faz no presente item.

Davidson (1992:43) lembra que, no caso da comparação, há uma semelhança e esta nos deixa selecionar alguma característica ou características comuns: *“a metáfora não afirma explicitamente uma semelhança, mas, se a aceitamos como metáfora, somos novamente levados a buscar características comuns.”*

A metáfora e o símile são, para Davidson, duas estratégias, dentre várias possíveis, que servem para nos alertar a respeito de aspectos do mundo, convidando-nos a fazer comparações.

A diferença entre metáfora e comparação muitas vezes parece extremamente

desimportante. Booth (1992) reconhece que, quando se insere, por exemplo, o conectivo “como”, pode-se, é certo, enfraquecer a metáfora. Mas isso não muda a natureza de metáfora. A escolha, por vezes, entre comparação e metáfora depende simplesmente do orador querer parecer mais ou menos audacioso.

Para Teixeira (2004), a distinção entre metáfora e comparação ocorre nas formas de predicação “ser” e “ser como”. Além disso, a comparação seria mais analítica, pois explica. A metáfora é mais sintética: assenta uma impressão que se esforça por transmitir globalmente.

Um símile geralmente tem menos força do que uma metáfora porque é uma afirmação “verdadeira”. Representa um estímulo um pouco menor à correção, invenção e descoberta. Curiosa a diferenciação que faz Swanson (1992:164) sobre metáfora e comparação, utilizando-se, para tal, de uma metáfora:

*Ouvimos uma metáfora e nos transformamos em um gato atrás de um rato.
Damos um bote. Um símile é mais como um carrinho de mão – somos conduzidos..*

A metáfora foi definida pela retórica clássica como uma comparação abreviada ou elíptica. Embora os autores citados se esforcem para traçar elementos distintivos entre as duas figuras, o que se observa é que ambas têm, de fato, essência comum. Sem negligenciar os aspectos acima mencionados, para os fins deste trabalho não se deve separar as duas figuras em categorias estanques, antagônicas. A diferença entre elas é, sobretudo, de grau e ênfase, e não propriamente substancial. A metáfora tem, por certo, um impacto maior. Impressiona mais. Mas como instrumentos de persuasão e como atuantes sobre a formação do *ethos* discursivo, ambas exercem papel bastante semelhante.

No sentido de aproximação das duas figuras, Lopes (1986) ressalta que tanto comparações como metáforas exprimem juízos ou raciocínios resultantes da associação de duas idéias que se comparam, cada uma das quais vem manifestada por meio de um

enunciado atributivo. Comparações e metáforas constituem enunciados derivados, em 1º e 2º graus, de uma comparação expandida correspondente. A metáfora, para Abreu (2004:112), nada mais é do que uma comparação abreviada. Também Nietzsche (1999:50) assim entende, afirmando que a metáfora nada mais é do que uma comparação concisa.

Analisando a obra de Aristóteles, Ricouer (2000:44) lembra que o filósofo grego assinala a subordinação da comparação à metáfora: “*As comparações são, em certo sentido, metáforas, pois são sempre formadas por dois termos, como a metáfora por analogia.*” A análise gramatical da comparação verifica, para Aristóteles, sua dependência em relação à metáfora em geral e apenas diferem uma da outra pela presença ou ausência de um termo de comparação. A subordinação expressa da comparação à metáfora só é possível porque a metáfora apresenta em “curto-circuito” a polaridade dos termos comparados.

3.4. TIPOLOGIA DA METÁFORA

Diversos critérios e tipologias têm sido adotados para se classificar e sistematizar o estudo das metáforas. Já se fez menção à classificação de Lakoff⁴ no presente estudo. A classificação proposta por J.V.Jansen⁵ tem sido bem aceita em estudos sobre a metáfora, como por exemplo, nos trabalhos de Abreu (2004) e Teixeira (2004), que serviram de base para nossas reflexões.

Não se trata de uma classificação hermética. É possível acrescentar-se outras categorias. Mas pela sua clareza e objetividade, será aquela predominantemente adotada neste estudo para o procedimento de análise do discurso de Lula.

Esta tipologia leva em consideração os *frames* evocados. Busca-se saber qual o tipo de analogia feita; as metáforas são alocadas de acordo com o que seria o significado

⁴ Vide p.41-42, *infra*.

⁵ Jensen, J.V. Metaphorical Constructs for the Problem-solving Process. *Journal of Creative Behavior*. New York: Creative Education Foundation, 9 (2), 1975.

primário das expressões e o sentido que estas emprestam ao uso metafórico. Segundo essa classificação, as metáforas podem ser distribuídas em cinco grandes grupos:

1. Metáforas de Restauração
2. Metáforas de Percurso
3. Metáforas de Unificação
4. Metáforas Criativas
5. Metáforas Naturais

Metáforas de Restauração

As metáforas de restauração têm o objetivo de mostrar que algo sofreu algum tipo de abalo, dano ou avaria e que é preciso ser consertado ou solucionado. Subdividem-se em metáfora médica, de roubo, de conserto e de limpeza.

As metáforas médicas, lembra Abreu (2004:113), têm grande poder argumentativo pelo seu apelo universal; compara os problemas da sociedade com as patologias do corpo humano, remetendo a males, remédios e curas. As metáforas de roubo têm um sentido de perda, retirada, supressão. Trata-se de algo que precisa ser restituído. As metáforas de conserto trazem a idéia de que algo está estragado e que necessita reparação. Já as metáforas de limpeza têm conotação semelhante às acima citadas, mas trazem enfoque que remete à idéia de que há algo a ser limpo, arrumado.

Metáforas de Percurso

São de grande utilização tanto no discurso escrito como na linguagem do dia-a-dia. Podem referir-se à terra, mar, espaço aéreo e cativoiro.

As metáforas de percurso no mar permitem trazer um tom de certa forma hiperbólico à situação que ilustram, como no caso de se referir a naufrágio em casos de fracasso, insucesso. As metáforas de percurso do ar seriam suas “primas-irmãs”, com

características e funções assemelhadas, mas referindo-se a palavras próprias do transporte aéreo como *turbulência* e *decolar*.

As metáforas de percurso em terra são bem aceitas na medida em que as próprias pessoas, em geral, tendem a encarar a vida como uma “caminhada”, que se desenvolve em uma “estrada”.

A metáfora de cativo, embora inserida dentro das metáforas de percurso, indicam situações de movimento; traz, na verdade, sentido oposto às demais. Sua idéia é mostrar estaticidade, imobilização.

Metáforas de Unificação

Subdividem-se em metáforas de parentesco, pastoral e esportiva. Nosso entendimento é de que esta categoria tem mais uma certa natureza residual em relação às demais do que propriamente características peculiares. Têm como traço comum o fato de se remeterem a expressões e situações que já estão presentes de forma cotidiana na vida do receptor.

A metáfora de parentesco pode ser facilmente entendida, já que as pessoas tendem a relacioná-la com suas próprias experiências familiares. A metáfora pastoral está ligada ao sentido de conduzir, guiar pessoas. A metáfora esportiva tem aplicação rica no dia-a-dia do brasileiro, e também na linguagem do presidente Lula, referindo-se ao nosso esporte mais popular.

Metáforas Criativas

Podem ser divididas em metáforas de construção, tecelagem, composição musical e de lavrador.

A metáfora de construção compara ações humanas à construção de edifícios e veículos; a de tecelagem vê a sociedade como um tecido que pode ser construído ou

rompido, e a de composição pode utilizar tanto conceitos musicais, como harmonia e melodia, como instrumentos ou orquestra (Abreu:2004:121). As metáforas de lavrador utilizam imagens ligadas ao preparo da terra, ao plantio e à colheita. São as que mais nos remetem à idéia de criação, inovação.

Metáforas naturais

Aproveitam-se sempre de fenômenos que podem ser observados pelo homem na natureza, sejam eles fenômenos físico-químicos, temporais, cósmicos ou biológicos. Desta forma, dividem-se em metáfora de claro-escuro, fenômenos naturais e biológica.

As metáforas de claro-escuro, podem, perfeitamente, ser agrupadas juntamente com a de fenômenos naturais em uma mesma categoria. Referem-se a palavras como tempestade, escuridão, trovoadas, aurora, etc. A metáfora biológica procura representar seres humanos como animais, procurando acentuar suas virtudes ou defeitos.

Abreu (2004:123) afirma que podemos escolher a metáfora de acordo com a orientação que queremos dar à nossa argumentação, uma vez que o domínio de onde a tiramos compõe uma espécie de “célula cognitiva”, onde se situam os *frames*.

Teixeira (2004:64), ao analisar a presença de metáfora em editoriais jornalísticos, trabalha basicamente com a noção de *frames*, definindo-os como uma representação genérica de um conjunto de conhecimentos relacionados a um mesmo conceito, experiência, imagem, etc. As metáforas ativariam estes *frames*, o que faz com que o receptor identifique suas experiências com as mensagens transmitidas.

Com uma visão funcionalista da metáfora, Abreu (2000:98 e ss.) apresenta, sinteticamente, sua finalidade e a utilidade:

a) Informar melhor, pois, através da metáfora, procurar-se-ia evocar, no repertório do interlocutor, algo conhecido para tornar mais fácil o acesso a um conceito novo que se quer

comunicar.

b) Sensibilizar, provocando estranhamento, chamando a atenção para um ponto de vista inusitado, que exige maior esforço intelectual.

c) Convencer e Persuadir, podendo ser, então, considerada uma técnica retórica de função argumentativa.

Ao analisar o discurso de Lula, será possível perceber que as metáforas utilizadas por ele cumprem tais papéis. Nos capítulos seguintes, focalizar-se-á tal análise, mas antes é pertinente que sejam analisadas as inter-relações entre discurso e imagem. É o que se faz no capítulo a seguir.

4. DISCURSO E IMAGEM – CONSTRUÇÃO DO *ETHOS*

Analisar o discurso sem levar em conta a imagem de seu emissor pode tornar-se uma tarefa inócua. E nesse caso, o estudo sobre o papel da metáfora torna-se mais produtivo na medida em que se leva em conta a construção do *ethos* do personagem, de sua imagem no meio social.

Segundo Charaudeau e Maingueneau (2004:220), o *ethos* faz parte, como o *logos* e o *pathos*, da trilogia aristotélica dos meios de prova. Adquire, em Aristóteles, um duplo sentido: por um lado, designa as virtudes morais que garantem credibilidade ao orador, como a prudência, a virtude e a benevolência; por outro lado, comporta uma dimensão social, na medida em que o orador convence ao se exprimir de modo apropriado a seu caráter e a seu tipo social. Trata-se, assim, da imagem de si que o orador produz em seu discurso, e não da sua pessoa real.

Ressaltam Charaudeau e Maingueneau (2004) que o enunciador deve legitimar seu dizer. Em seu discurso, ele atribui uma posição institucional e marca sua relação a um saber. Afirmam os autores que, “no entanto, ele não se manifesta como um papel e um instituto”, mas “se deixa apreender também como uma voz e um corpo”. O *ethos* se traduz também no tom, que se relaciona tanto ao escrito quanto ao falado, e que se apóia em uma “dupla figura do enunciador, aquela de um caráter e de uma corporalidade.”

Quanto ao papel do *ethos*, afirmam Charaudeau e Maingueneau (2004:221):

“ O Ethos discursivo mantém relação estreita com a imagem prévia que o auditório pode ter do orador ou, pelo menos, com a idéia que este faz do modo como seus alocutários o percebem. A representação da pessoa do locutor anterior a sua tomada de turno – às vezes denominada ethos prévio ou pré-discursivo – está freqüentemente no fundamento da imagem que ele constrói em seu discurso.”

Em outra obra, Maingueneau (2000:60) sublinha que todo discurso supõe um *ethos*: implica uma certa representação do corpo de seu responsável, do enunciador que se responsabiliza por ele. Incluem-se, aí, traços de sua imagem como um todo (modo de vestir, andar, aparência, gestos) e também um conjunto de traços psicológicos, ligados ao caráter.

Maingueneau, nesse caso, entende que a noção de *ethos* permite refletir sobre o processo mais geral da adesão de sujeitos a uma certa posição discursiva. O autor ressalta que esse processo é particularmente evidente quando se trata de discursos como o da política, altamente persuasivo.

Ao estudar a construção da imagem de si no discurso, Amossy (2005:9) também ressalta que todo ato de tomar a palavra implica a construção de uma imagem de si. Neste sentido, seu estilo, suas competências lingüísticas e enciclopédicas, suas crenças implícitas constroem uma representação de sua pessoa. Conscientemente ou não o locutor efetua em seu discurso uma imagem de si.

Assim, a maneira de dizer autoriza a construção de uma verdadeira imagem de si. Pelo fato de o receptor ter que apreendê-la a partir de diversos índices discursivos, tal maneira de dizer contribui para o estabelecimento de uma inter-relação entre o locutor e seu parceiro (ibidem, 2005).

Para Maingueneau (2005) a noção do *ethos* se desenvolve de forma articulada à cena de enunciação. Se cada tipo de discurso comporta uma distribuição preestabelecida de papéis, o locutor pode escolher, com alguma liberdade, sua cenografia. O autor utiliza o conceito de tom, referindo-se tanto à escrita como à fala.

Analisando as reflexões aristotélicas sobre *ethos*, Eggs (2005:30) defende que se pode encontrar dois campos semânticos ligados ao termo. Um, de sentido moral e fundado

na *epiēikeia*, engloba atitudes e virtudes como honestidade, benevolência e equidade; outro, de sentido objetivo, de *héxis*, reúne termos como hábitos, modos e costumes ou caráter.

Eggs (2005) sustenta que, segundo a visão aristotélica, a maneira de se exprimir pode ser considerada como sendo confiável na medida em que o enunciador consegue *ter ar ponderado (phrónesis)*, *se apresentar como um homem simples e sincero (areté)* e *dar uma imagem agradável de si (eunóia)*. Enquanto a *phrónesis* faz parte do *logos*, a *areté* é a virtude do *ethos*, a *eunóia* pertence ao *pathos*.

O referido autor (2005:39) conclui que não se pode realizar o *ethos* moral sem realizar ao mesmo tempo o *ethos* neutro, objetivo ou estratégico. É preciso agir e argumentar estrategicamente para poder atingir a sobriedade moral do debate. Essas duas faces do *ethos* constituem, portanto, dois elementos essenciais do mesmo procedimento: convencer pelo discurso.

Já Maingueneau compreende que o *ethos* não pode se desvencilhar do *logos*, e, neste sentido, mostra-se apenas mediante as escolhas feitas pelo enunciador. Afirma o autor:

“O que o orador pretende ser, ele dá a entender e mostra: não diz que é simples ou honesto, mostra-o por sua maneira de se exprimir. O ethos está, desta maneira, vinculado ao exercício da palavra, ao papel que corresponde a seu discurso, e não ao indivíduo real (apreendido) independentemente de seu desempenho oratório: é portanto o sujeito da enunciação uma vez que enuncia que está em jogo aqui.”(Maingueneau,2005:31)

Maingueneau aborda também a importância da confiança que deve se estabelecer entre o locutor e seu auditório. Nesta relação de confiança, o auditório constrói uma figura do enunciador, investindo-o de um caráter e uma corporalidade. Segundo o autor (2005:72), “o caráter corresponde a um feixe de traços psicológicos. Já a corporalidade é associada a uma compleição corporal, mas também a uma forma de vestir-se e de mover-se

no espaço social.”

Uma das questões levantadas é saber se o *Ethos* é apenas uma imagem construída de si no discurso ou é dado preexistente que se apóia na autoridade individual e institucional do orador. Amossy (2005:16) também compartilha de certa forma dessa idéia do duplo enfoque do *ethos*, afirmando:

“A maneira de dizer autoriza a construção de uma verdadeira imagem de si, e, na medida que o locutário se vê obrigado a apreendê-la a partir de diversos índices discursivos, ela contribui para o estabelecimento de uma inter-relação entre o locutor e seu parceiro (...). Ao mesmo tempo, o ethos está ligado ao estatuto do locutor e à questão de sua legitimidade, ou melhor, ao processo de sua legitimação pela fala.”

O *ethos* dos pragmáticos, na linha aristotélica, constrói-se na interação verbal e é interno ao discurso, enquanto o dos sociólogos se inscreve em uma troca simbólica regada por mecanismos sociais e por posições institucionais exteriores (AMOSSY, 2005).

A construção discursiva, o imaginário social e a autoridade institucional contribuem para estabelecer o *ethos* e a troca verbal da qual ele é parte integrante. Conclui Amossy (2005:136) que não há, a *priori*, prevalência do *ethos discursivo* nem do *ethos institucional*:

“A eficácia da palavra não é nem puramente exterior (institucional) nem puramente interna (linguagreira). Ela acontece simultaneamente em diferentes níveis. Não se pode separar o ethos discursivo da posição institucional do locutor, nem dissociar totalmente a interlocução da interação social como troca simbólica.”

Nos discursos políticos, como é o caso analisado aqui, de Lula, por exemplo, seu status e sua “imagem pública” delimitam sua autoridade no momento em que inicia seu discurso. Todavia a construção da imagem no e pelo discurso tem a capacidade de modificar estas representações prévias, propiciando novas imagens.

Embora o *ethos* esteja essencialmente relacionado à enunciação, o fato é que as pessoas constroem representações do *ethos* do locutor antes mesmo que ele fale. Por isso é importante se distinguir *ethos pré-discursivo* (ou prévio) e *ethos discursivo*.

O *ethos pré-discursivo* precede à construção da imagem no discurso. No momento em que toma a palavra, o orador faz uma idéia de seu auditório e da maneira pela qual será percebido: avalia o impacto sobre seu discurso atual e trabalha para confirmar sua imagem, para reelaborá-la e produzir uma impressão conforme as exigências de seu projeto argumentativo. Amossy (2005) lembra que isso é comum ocorrer no discurso político, no qual os enunciadores que ocupam a mídia são associados a um *ethos* que cada enunciação pode confirmar ou infirmar.

Haddad (2005:163) defende que a imagem preestabelecida afeta, e até condiciona, a construção do *ethos* no discurso. Longe de construir um elemento exterior ao discurso, o *ethos prévio* está, ao contrário, estreitamente ligado ao *ethos discursivo*.

Maingueneau (2005:75) afirma que o enunciador não é um ponto de origem estável que se “expressaria” dessa ou daquela maneira, mas é levado em conta em um quadro interativo, em uma instituição discursiva inscrita em uma certa configuração cultural e que implica papéis, lugares e momentos de enunciação legítimos, um suporte material e um modo de circulação para o enunciado.

Dascal (2005:61) entende que as propriedades de caráter são absolutamente relevantes para a avaliação de um argumento quando são tematizadas explicitamente. Tendo em vista esta premissa, se a percepção de um caráter projetado afeta a avaliação de um argumento pelo auditório, elas mantêm seu valor argumentativo e sua relevância mesmo quando não são tematizadas, mas apenas projetadas pelo locutor e absorvidas pelo auditório.

O *ethos* do dirigente político forma-se no espírito do auditório, por um processo inferencial, não necessariamente consciente de interpretação dos atos de discurso e do comportamento do orador (DASCAL, 2005:66). Nesse processo, intervêm a concepção do regime que predomina no auditório e o que esse espera do regime e do chefe de governo,

além da percepção de eventuais contradições entre esses dois fatores.

Neste sentido, o *ethos* significa um instrumento de adesão na medida em que propõe uma imagem de si que se confunde com um *habitus* (AMOSSY, 2005:141). Ele apresenta maneiras de pensar e de falar, um modo de ser que permite o reconhecimento e a integração no grupo de onde se assegura a dominação.

Para Maingueneau (2005)⁶, o discurso político deve mobilizar cenografias variadas, uma vez que, para persuadir seu co-enunciador, deve captar seu imaginário, atribuir-lhe uma identidade invocando uma cena de fala valorizada.

Em um de seus estudos sobre o *ethos*, o autor faz distinção entre *ethos dito* e *ethos mostrado*, afirmando que “o *ethos* dito vai além da referência direta do enunciador a sua própria pessoa ou a sua própria maneira de enunciar”. Para Maingueneau (2005:82), as metáforas podem ser consideradas como, ao mesmo tempo, tendo a ver com o dito e com o mostrado, segundo a maneira em que são colocadas no texto.

4.1. ETHOS E AUDITÓRIO

É importante saber que quem vai argumentar precisa adaptar-se a seu auditório. No discurso político deve-se levar em conta sempre o auditório universal, que é o conjunto de cidadãos (a opinião pública em geral) e o auditório particular.

Auditório universal é um conjunto de pessoas sobre as quais não se tem controle de variáveis. São homens e mulheres de todas as classes sociais, idades, profissões e níveis de instrução diferentes, de diversas regiões do país. Auditório particular é um conjunto de pessoas cujas variáveis controlamos (ABREU, 2004:42).

Perelman e Tyteca (2002) chamam de persuasiva a uma argumentação que pretende

⁶ Maingueneau (2005:76) explica que, em uma cenografia a figura do enunciador e a figura correlativa do co-enunciador são associadas a uma cronografia (um momento) e uma topografia (um lugar) das quais supostamente o discurso surge.

valer só para um auditório particular e chamam de convincente àquela que deveria obter a adesão de todo ser racional.

A analogia, e aí incluímos também a metáfora, liga-se a um acervo cultural comum, e, geralmente, para ser bem sucedida depende do contexto de um auditório particular.

Os mesmos valores não são impostos a todo mundo. Eles estão ligados à multiplicidade de grupos e emoções. Aquele que quer persuadir deve saber previamente quais são os verdadeiros valores de seu interlocutor ou do grupo que constitui seu auditório (ABREU, 2004:77).

Para a instituição do acordo com o auditório universal, serão determinantes dois fatores: a maneira como o EUC concebe esse auditório ou TUD e a imagem que o TUI tem em relação ao EUC. Isso porque, para o sucesso da persuasão, é preciso que o EUC desperte a atenção do TUD. É o que vemos, freqüentemente, no discurso político, em especial, nos presidenciáveis ou presidentes, que procuram convencer seu auditório ou “*o conjunto daqueles que o orador quer influenciar com sua argumentação*” (Perelman, 2000:22), fazendo que estes estejam, tanto quanto possível, próximos à realidade a que se referem.

Porém, para a eficácia dessa argumentação, é fundamental que o EUC tenha domínio da imagem que faz de seu TUI, conheça bem suas características socioculturais, suas aspirações, uma vez que as opiniões deste são consequência do meio em que ele vive. Querer persuadi-lo significa transformá-lo, fazer que ele adote conceitos pertinentes a um grupo ao qual não pertence.

Além disso, faz-se necessário que o EUC reconheça e adapte-se à heterogeneidade desse auditório, para, lançando mão de argumentos múltiplos, persuadi-lo. Caso contrário, o ouvinte pode recusar o discurso que lhe é dirigido.

Isso significa dizer que o EUC se alimenta dos TUs de seus auditórios, não devendo, contudo, deixar-se levar pela paixão, já que esta pode desestabilizá-lo, “persuadindo” a ele mesmo.

Assim ocorreu com o atual presidente do Brasil, Lula, cuja trajetória de líder sindical à presidência foi marcada por características distintas, uma vez que cada mudança de auditório exige nova postura do EUC. Por isso, quando líder sindical, falando a metalúrgicos, por vezes aglomerados nos pátios das fábricas em que trabalhavam, o então líder sindicalista apresentava-se com barba sem cuidado, cabelo por cortar, mal vestido e falando de forma espontânea, cometendo “erros” de norma, comuns a pessoas que não possuem uma escolaridade suficiente para lhe proporcionar um falar segundo a variante padrão.

No entanto, à medida em que subia na escala política, seu auditório foi se transformando. Assim também seu visual e sua argumentação foi se metamorfoseando, visando à eficácia do discurso sobre seu novo auditório. Por sua vez, também sua esposa Marisa, parceira importante na construção de sua imagem, transformou-se, adequou-se à encenação do EUC, tornando-se uma das maiores provas do transformador poder persuasivo das novas posturas assumidas pelo marido.

O que temos de fato é a comprovação do grande poder do TUD sobre o EUC, pois àquele é delegada a função de gerir o conteúdo da argumentação e o desempenho do EUC. Isso significa que o EUC pode até “anular-se”, fazendo uso de um discurso que vá ao encontro de seu auditório.

Perelman e Tyteca (2000:8) lembram que, mudando o auditório, a argumentação muda de aspecto e, “se a meta a que ela visa é sempre a de agir eficazmente sobre os espíritos, para julgar-lhe o valor, temos de levar em conta a qualidade dos espíritos que ela consegue convencer.”

Assim, o Euc, por ter um projeto de fala e uma intenção, deve recorrer a estratégias que atendam às suas intenções de conseguir o que quiser de seu auditório. Dessa forma, ele observa esse auditório, conceitualizando-o como a si próprio. Só então ele, político, apresenta suas propostas, de maneira tão favorável, que são capazes de atrair e lhe garantir a adesão do auditório.

Para tanto, é fundamental que o EUC ressalte pontos importantes, construtores de sua imagem positiva, e que sejam capazes de:

- dinamizar suas expressões;
- destacar pontos favoráveis e amenizar ou diminuir os desfavoráveis;
- apontar também características positivas de seu auditório;
- relacionar seu posicionamento a pontos positivos;
- fazer generalizações positivas, baseando-se em casos concretos.

No caso de opiniões contrárias a seu discurso, cabe ao Euc destruir seu opositor, devendo, por exemplo:

- destacar pontos desfavoráveis, diminuindo ou ocultando os favoráveis;
- caracterizar negativamente seu opositor;
- fazer generalizações negativas, baseando-se em casos concretos;
- aumentar os erros do opositor;
- ridicularizar os argumentos do opositor.

Instaurada a *guerra discursiva*, o EUC pode encaixar-se em uma ou mais das classificações do orador propostas por Aristóteles, em relação à sua autoridade.

- 1- *Phronesis* - é o ethos do orador **ponderado**, cauteloso, objetivo, conhecido por seu bom senso. É o tipo de discurso do ex-presidente Fernando Henrique Cardoso, que possuía ar professoral, de quem sabe o que é melhor para todos.

- 2- *Areté* – o orador apresenta-se **franco**, sincero, destemido, falando diretamente, representando alto índice de lealdade. É o caso de Heloísa Helena, atual senadora pelo PSOL.
- 3- *Eunóia* - o orador preocupa-se em não chocar, em ser **simpático**, espontâneo, agradável, em mostrar-se cúmplice de seu público, ele é o solidário, como é o caso de Lula, que se identifica com o auditório. Como ilustração, veja-se o que ele disse no Fórum Social Mundial:

“... Quero tratar cada um de vocês como trato o meu caçula de 17 anos. Na hora que eu puder fazer nós faremos, mas na hora que não der para fazer, com a mesma serenidade e com o mesmo carinho, eu quero dizer: companheiro, não dá para fazer. E eu tenho certeza que essa relação de honestidade e de companheirismo será a razão do sucesso do nosso governo aqui no país.”

Pela metáfora do Pai que se preocupa com o filho e sabe ser generoso sem amolecer, Lula como representante do *ethos eunóia*, procura mostrar-se cúmplice, solidário a seu auditório. Assim, ele é peça fundamental da tríade destacada por Aristóteles (1979:39), segundo o qual *“... um discurso comporta três elementos: a pessoa que fala e a pessoa a quem se fala; e o fim do discurso refere-se a esta última, que eu chamo de ouvinte.”*

Nesse sentido, o ETHOS não é construído apenas sobre o que se fala, mas no modo como isso é feito e para quem é feito. Portanto, a aparência do EUc, sua postura, seu carisma, são instrumentos importantes para despertar a confiança, o interesse, a admiração, enfim, são relevantes para a mobilização afetiva do TUD em relação à imagem construída pelo EUc. Isso é o que, segundo Maingueneau (2000:60), constitui a duplicidade da figura do enunciador, ou seja, “caráter” e “corporalidade”.

Os conceitos de “auditório particular” e “auditório universal”, conforme Perelman

destaca (2000:31), são determinantes para a encenação discursiva, uma vez que aquele é constituído do TUi real enquanto este último se constitui de um TUD ideal, sendo, desta forma, uma abstração.

Por isso, em se tratando do discurso político, viabiliza-se o auditório universal, que possibilita falar a todos mais genericamente, uma vez ser de interesse do político a conquista de um município, estado ou país, demandando, pois, maior número de TUD. Entretanto, não se pode desprezar o auditório particular, pois é a comunhão dos pontos de vista dos componentes deste tipo de auditório que constituirá o auditório universal, ressaltando o caráter intercomplementar destes.

Sobre a elaboração de um *ethos* convincente, Booth (1992:61) ressalta ainda uma questão importante para o presente estudo, a de que a metáfora deve elaborar um *ethos* apropriado para o falante, construindo ou dando suporte a seu perfil como alguém em que se pode confiar.

Assim, compreender uma metáfora é, por sua própria natureza, julgar o caráter do metaforista e as sociedades que a produzem e sustentam, decidindo se concordamos com o metaforista ou se rejeitamos, e isso, simultaneamente, é decidir acomodar-se ou resistir à sua metáfora (BOOTH, 1992).

4.2. AUDITÓRIO E TOPOS

Aristóteles dedica parte de sua retórica à abordagem dos lugares ou “*topoi*” de caráter geral, que podem ser usados em qualquer circunstância, além de funcionarem como premissas para silogismos.

O filósofo grego classificava os lugares em *lugares comuns*, aqueles que não são dependentes de nenhuma ciência, embora sirvam a todas; e os *lugares específicos*, que se referem a uma ciência determinada. Ele ainda os subdividia em *lugares do acidente*, do

gênero, do próprio, da definição e da identidade. Desses, o que importa a nosso estudo são os lugares do acidente por referirem-se ao ideal a ser buscado para convencer, quer dizer, lugares capazes de revelar os limites do que se deseja. Como na política é importante o desejável, o princípio aristotélico de lugares do acidente aqui se faz relevante.

Seguindo tendência pós-aristotélica, Perelman (2000) não distingue premissas e lugares. Ele apresenta os lugares segundo a importância argumentativa que apresentam em relação aos auditórios. Assim, ele se refere a:

- a) *Lugares da Quantidade* – são os lugares comuns, caracterizados pela relevância dada à quantidade de alguma coisa.
- b) *Lugares da Qualidade* – especificam o real valor, o bem; muitas vezes a elite e o gênio constituem o que é bom, configurando uma contestação ao número, à quantidade.

A partir dessa classificação, podemos dizer que o ideal a ser conquistado por um político é a junção desses dois tipos de lugares. O *Lugar da Quantidade* estaria para o Auditório Universal e o *Lugar da Qualidade* para o Auditório Particular.

Portanto, como na política é importante o desejável, amalgamar *Lugar da Quantidade* (Auditório Universal) e *Lugar da Qualidade* (Auditório Particular) aqui se faz relevante, o que ratifica o caráter intercomplementar destes dois auditórios, de que vamos tratar em nossa análise.

Nesse sentido, interessa-nos, pois, o conceito abrangente de lugar, que nos possibilita construir o imaginário de um grupo. É através dos *topoi* que se dá a ligação com o auditório universal, ancorando a argumentação, uma vez que para se convencer um auditório é preciso que o Euc saiba exatamente quais são as aspirações do Tud.

Sabedor de tais aspirações, o Euc pode então fazer uma encenação de suas

intenções, capaz de tornar o discurso interenunciativo pela função do processo de produção e interpretação que os EUs e os TUs refletem. Isto porque, de acordo com o objetivo dos integrantes do discurso, podemos ter EU e TU diferenciados, isto é, eles serão aquilo que as intenções do discurso determinarem.

O *ethos* político, para Charaudeau (2005:106), é o resultado de uma composição complexa, que envolve caracteres pessoais e corporais, comportamentos e declarações verbais. A construção do *ethos* se faz numa relação triangular entre o sujeito, o outro, e um terceiro portador de um ideal imaginário de referência. O político procura consolidar certa imagem ideal; o outro se deixa levar por um movimento de adesão à pessoa que a ele se dirige por meio desta mesma imagem ideal de referência. O cidadão, através de um processo de identificação irracional, se identifica com o *ethos* do homem político.

No discurso político, como bem acentua Charaudeau (2005), a credibilidade é fundamental para persuadir determinado público sob o qual se exerce poder. Tal credibilidade deve satisfazer aos requisitos de sinceridade, performance e eficácia (em suas promessas). Atendidos estes requisitos, os mesmos se ligarão, respectivamente, aos *ethos* de seriedade, verdade e competência.

A partir do momento em que Lula passa a trabalhar melhor sua imagem política, alargando o alcance de suas mensagens e investindo em propaganda, consegue finalmente seduzir as camadas mais pobres da população, que se identificam com o ideal do “nordestino humilde, que veio de baixo, sofreu muito, mas venceu na vida.” Da mesma forma, a partir do momento em que modera suas posições ideológicas, passa a ter maior simpatia da classe média e de parte das elites.

Estas mudanças de rumo e da própria imagem do personagem serão discutidas no capítulo a seguir, que apresenta de forma breve a biografia de Lula e tece considerações sobre a evolução da imagem deste personagem na sociedade brasileira.

5. CONSIDERAÇÕES SOBRE O PERSONAGEM SOB ANÁLISE: LULA LÁ x LULA QUASE LÁ

A trajetória de Luis Inácio Lula da Silva transformou-o em um personagem rico para análise. Sobre ele foram criados, no imaginário popular, alguns estigmas e até mesmo alguns mitos, que acabaram, de certa forma, incorporando-se à sua imagem ao longo dos anos. Para chegar ao poder, Lula - e sua equipe de assessores de Marketing - tratou de desconstruir, de certa forma, a imagem que a ele sempre esteve vinculada: a de sindicalista combativo e agressivo, a de um homem de pouca instrução escolar, que falava a língua do povo.

Lula hoje em dia apresenta-se em uma nova roupagem. Do jeito de falar ao modo de se vestir. Se parte considerável da sociedade tinha medo de um Lula radical e revolucionário, o discurso de Lula para chegar ao poder passou a ser o do Lula *Light*, ou, como ele próprio certa vez se definiu, como *Lulinha Paz e Amor*.

Ao compararmos mais adiante textos com discursos do Lula sindicalista e do Lula presidente, poderemos verificar como seu discurso foi cambiando ao longo do tempo, na busca pela adequação a determinado público-alvo.

Denise Paraná (2002:16), autora de biografia sobre Lula, afirma que ele não foi apenas representante de grupos com aspirações, mas tem consciência disso e não quer ser rotulado como outra coisa. A autora defende a tese de que Lula simboliza a passagem da cultura da pobreza para a cultura da transformação social.

Lula, de fato, simboliza um homem vencedor, e sua história mostra que, mesmo diante de um quadro de miséria, é possível conseguir sucesso. Segundo Paraná (2002), no início de sua vida Lula repete a história de milhões de brasileiros. Mas, superando adversidades, refaz seu destino refazendo-se a si próprio, recriando-se como um homem

capaz de mudar não apenas a sua vida, mas também a de milhões de pessoas.

Paraná (2002:23) constrói, ela mesma, uma metáfora: *Lula deixou o sertão de Pernambuco, circunscrito território nordestino, para conquistar um outro sertão, mais amplo e complexo, o próprio Brasil. E neste grande sertão que é o Brasil, Luiz Inácio escolheu suas próprias veredas.*

A referida autora entende que compreender a história de Lula e da família Silva é compreender a história mais recente do Brasil, no mais amplo sentido que o termo compreensão possa traduzir. Na verdade, o personagem Lula encarna em si mesmo uma metáfora: a idéia de que através de uma energia construtiva, de uma visão humanista, de solidariedade social, é possível passar de uma cultura da pobreza para uma cultura de transformação.

Antes de tecermos considerações mais pontuais sobre o *Ethos* do presidente Lula, da evolução de sua imagem e seu discurso, é importante, ainda que de forma resumida, abordarmos sua trajetória, realçando aspectos de sua vida pessoal e política que possam ter influído na construção desse personagem.

Luis Inácio Lula da Silva nasceu em 27 de outubro de 1945 em Garanhuns, sertão de Pernambuco. Seus pais eram lavradores, analfabetos. A família era grande: Lula teve oito irmãos, fora alguns que morreram bebês, e depois quase uma dúzia de irmãos por parte de pai, que abandonara a mãe para viver com uma prima.

Lula, aos 7 anos, vem para Santos-SP. Aí tem seu primeiro trabalho, como vendedor de amendoim, laranja e tapioca. Ao completar 15 anos, ele consegue uma vaga no curso de torneiro mecânico oferecido pelo SENAI.

Uma observação curiosa. Apesar de, para a opinião pública como um todo, Lula apresentar como um ponto negativo o fato de ter pouca instrução formal (concluiu o

ginásio em regime de supletivo), para os membros de sua família, quase todos semi-analfabetos, ele é visto como *o único que estudou*. Mesmo antes de ingressar na vida pública, já era tido pela família como uma pessoa de sucesso, que *conseguiu ter uma profissão decente*.

O valor do trabalho assume, para as classes populares, uma dimensão muito maior do que se pode imaginar. Até hoje, mostrar a carteira de trabalho significa uma espécie de salvo-conduto, um atestado de que o cidadão não é um marginal e sim um *trabalhador*.

Lula era jovem quando se casou pela primeira vez. Sua mulher, Maria de Lurdes, morre muito cedo, vítima de hepatite contraída em adiantado estado de gravidez. O filho do casal falece junto com a mãe. Anos mais tarde, Lula seria pai de uma menina, Lurian, fruto de um namoro que tivera em sua época de viuvez. Pouco depois, iria casar-se com Marisa Leticia, também viúva, assumindo a paternidade de Marcos, filho do primeiro casamento desta, e tendo ainda mais três filhos: Fábio Luiz, Sandro Luiz e Luiz Cláudio. (PARANÁ, 2002:27)

Em 1969, Lula é convidado a participar da diretoria do Sindicato dos Metalúrgicos de São Bernardo e Diadema, como suplente. Em 1972, é chamado novamente para compor a diretoria. Neste momento já havia se constituído numa liderança sindical promissora, respondendo, como primeiro-secretário, pelo setor de previdência social da entidade.

Em 1975 ele chega à presidência da instituição. Nesta época, surge o chamado novo sindicalismo, uma forma diferente de fazer sindicalismo no Brasil, distinta daquela caracterizada pelo clientelismo e pelo assistencialismo sindical tão comuns à época, marcada pelo regime antidemocrático. O sindicato abre suas portas, assume uma nova dinâmica, leva as assembleias para o local de trabalho dos operários, amplia o quadro de sindicalizados e também os horizontes da enorme massa de trabalhadores que representa (PARANÁ, 2002: 27). Em 1978 Lula é reeleito com 98% dos votos.

Nessa época eclodem greves de grandes proporções. Em 1979 ocorre uma greve unificada, de toda categoria metalúrgica. Neste ano, o Ministério do Trabalho considera a greve ilegal, e intervém no sindicato afastando Lula e sua diretoria por dois meses.

Em 1980, depois de liderar um movimento de greve que durou mais de 40 dias, Lula é preso, e permanece um mês recluso no DOPS, enquadrado pela Lei de Segurança Nacional. Chegou a ser condenado pela Justiça Militar a 3,5 anos de prisão, mas a pena seria anulada posteriormente pelo Superior Tribunal Militar.

Convencido de que os trabalhadores precisavam ter seus próprios representantes na esfera política, em 10 de fevereiro de 1980, Lula, junto a outros sindicalistas, intelectuais, representantes da Igreja progressista, militantes de grupos de esquerda e de movimentos populares, entre outros, funda o Partido dos Trabalhadores. O PT nasce num momento de transição política da ditadura militar para a democracia.

Partido ligado à defesa dos interesses das classes trabalhadoras e dos marginalizados da esfera política, o PT nasce a partir da crença de que a transformação social do país só será possível se vier do povo, se tiver sua origem nas bases da sociedade.

O Partido dos Trabalhadores participa de eleições pela primeira vez em 1982. Ele elege oito deputados federais, 12 estaduais e 78 vereadores. Na eleição seguinte, em 1986, sua bancada federal passaria a 16 deputados.

Em 1983 Lula funda, junto com outros sindicalistas, a Central Única dos Trabalhadores (CUT). Criava-se uma central combativa, identificada com os interesses dos trabalhadores sem a tutela do Estado. Em 1984, Lula, à frente do PT, lança um comitê suprapartidário que realiza campanha por eleições diretas para a Presidência da República.

Quando candidato a governador de São Paulo em 1982, Lula recebera 1.144.648 votos. Embora não tenha sido eleito, sai fortalecido politicamente. Na campanha de 1986,

disputando vaga para deputado, Lula torna-se o campeão de votos do país, com 651.763. Líder da bancada do Partido dos Trabalhadores, ele participa da Assembléia Nacional Constituinte (PARANÁ, 2002:29).

Em 1989 Lula chega ao segundo turno das eleições presidenciais com 16 milhões de votos. Apoiado no segundo turno por um amplo leque de forças progressistas, Lula perde por uma diferença de 6% dos votos válidos para seu opositor, Fernando Collor de Mello, candidato de direita e que representava as classes econômicas dominantes.

Derrotado nas eleições, em 1990 Lula lança e passa a coordenar o *Governo Paralelo*, formulando políticas alternativas de governo e que se transformaria depois na ONG Instituto da Cidadania. Em 1992, Lula tem, na presidência do PT, papel importante na luta contra a corrupção que culminou com o *impeachment* do presidente da República. No ano seguinte, engaja-se em uma campanha nacional de combate à fome, e realiza as Caravanas da Cidadania, percorrendo o interior do Brasil e fazendo um raio X das mazelas sociais do país.

Em 1994 Lula é derrotado logo no primeiro turno das eleições presidenciais. O vencedor, Fernando Henrique Cardoso conquista 34.350.217 votos (44% dos votos válidos), enquanto Lula soma 22% do eleitorado, com 17.112.255 votos.⁷

O vencedor Fernando Henrique Cardoso repete o resultado das urnas reelegendo-se presidente já no primeiro turno em 1998. Foram 35.923.259 votos para FHC contra 21.470.442 para Lula, representando 43,1% contra 25,8% dos votos válidos.

Em 2002, concorrendo pela quarta vez à Presidência da República ele finalmente conquista a vitória batendo o recorde de votos das eleições no Brasil, com 52.788.428. Foram 61,3% contra 38,7% do candidato José Serra, em eleição decidida no segundo

⁷ O total de votos desta e das demais eleições citadas foram extraídas da obra de PARANÁ (2002), com base em dados do TSE.

turno. Ainda em 2002, o PT elegeu três governadores, 14 senadores, 147 deputados estaduais e 91 deputados federais.

O sociólogo Francisco de Oliveira ⁸, citado por Paraná (2002:32) acredita que a vitória de Lula traduz o próprio conceito de refundação do Brasil. Para ele existiram marcos históricos que significaram o renascimento do país: a abolição da escravatura, a instauração da República com a derrocada da Monarquia e a Revolução de 1930, que conduziu o país à urbanização e à industrialização. A vitória de Lula inserir-se-ia como um quarto marco nacional.

Paraná (2002:33) acredita que Lula consegue a um só tempo representar subjetivamente para a população aqueles que *foram vencidos* e aqueles que *venceram* na vida. Quando Lula fazia parte dos vencidos, estava mergulhado na cultura da pobreza, mas foi capaz, por inúmeras razões, de ultrapassar seus próprios limites, alcançando a cultura da transformação, e propondo a construção de uma sociedade mais democrática social e economicamente.

Esta idéia de que Lula tem esta dupla representação subjetiva, mostra, de certa forma, que ele perdeu aquela velha identidade construída ao longo de anos e anos como político atuante, combativo, que vivenciava de perto os problemas do povo.

Visando chegar ao poder, o PT adotou uma visão que se convencionou chamar de centro-esquerda, construindo várias alianças. Pedindo aqui licença para utilizarmos uma metáfora; tentou agradar a gregos e troianos, seguindo uma linha de governo distante de certa maneira daquela que o partido adotara em campanhas anteriores.

Buscou-se um *governo de consenso*, com a participação de diversos setores da sociedade. Os setores mais progressistas e ligados aos movimentos sociais consideram que

⁸ *Lula é refundação do Brasil, diz sociólogo*. Folha de São Paulo, 29/10/2002. Esp. p.12.

hoje o governo Lula avançou pouco na questão social, e continua a mostrar subserviência às classes dominantes, como fizeram seus antecessores.

Tal percepção refletiu-se em seus pronunciamentos. O discurso de Lula tornou-se mais brando. Se antes parecia mais espontâneo, hoje ganhou um tom mais sóbrio. A presença de uma experiente equipe de marketing contribuiu para tornar Lula um produto com um rótulo mais atraente.

É importante frisar que Lula, antes de chegar ao Palácio do Planalto, sofrera três derrotas consecutivas em eleições presidenciais. Mantinha um eleitorado de certa forma fiel, com perfil progressista. Eram professores universitários, profissionais ligados ao meio acadêmico, estudantes, funcionários públicos e trabalhadores urbanos. Lula obtinha uma porcentagem de votos maior em estados considerados progressistas, em que os eleitores tinham maior consciência política e social, como Rio de Janeiro e Rio Grande do Sul.

Por outro lado, eleitores menos politizados, e com grau de instrução menor, tendiam a rejeitar mais a figura de Lula. Ele era visto como um *despreparado* por não ter curso superior. As pessoas com menor grau de instrução eram justamente aquelas que apresentavam maior preconceito em relação à Lula. Talvez elas introduzissem seu próprio *status* de semi-analfabetas, despolitizadas e despreparadas na figura dele.

A classe média sempre teve certa rejeição a Lula, o qual, por sua vez, desde a década de 1970 já tinha a consciência de que esta classe sempre teve uma postura individualista, de defesa de seu próprio *status quo*, de subserviência aos grupos hegemônicos e de medo de mudanças radicais. Enfim, é uma classe de perfil conservador.

Este *medo* que a classe média e o próprio setor empresarial tinham de Lula sempre foram bem canalizados pelos adversários políticos, que maximizavam este ponto negativo através de uma forte campanha de Marketing anti-Lula. Lula era identificado como

subversivo, baderneiro, que levaria o país ao caos econômico com idéias revolucionárias demais.

Tendo em vista a estabilidade da moeda nos oito anos de governo de Fernando Henrique Cardoso, o então candidato da situação, José Serra, tentava explorar a apreensão de parte do eleitorado de que uma possível eleição de Lula colocaria a perder as *conquistas do Plano Real*. Esta tese foi reforçada com a presença de uma famosa artista de televisão, cuja declaração no programa eleitoral de José Serra, *Eu tenho medo...*, em tom dramático, acabou virando objeto de piada. E a partir daí o próprio Partido dos Trabalhadores soube utilizar um eficiente jogo de palavras - *A esperança venceu o medo*.

Essa dialética entre esperança e medo, e a representação de interesses heterogêneos é explorada por Paraná (2002:33), para quem Lula representa a história de muitas vidas.

Hoje Lula é um personagem que vai muito além de sua sigla partidária, sua imagem carregada de simbolismo extrapola os limites do Partido dos Trabalhadores que ajudou a fundar. Lula simboliza e corporifica a classe operária nacional que surge com o milagre brasileiro, que exige melhores condições de trabalho, de vida e mobiliza-se em busca de democracia.

Para Paraná (2002:33) Lula ocupa muitos espaços no imaginário popular, assumindo contraditórias identidades:

Talvez, para a maioria, nunca deixou de ser o operário metalúrgico: sua migração do Nordeste, sua origem mestiça, sua pouca escolaridade formal e sua inserção na indústria do Grande ABC fazem dele um peão típico. Alguns segmentos sociais acreditaram ser Lula uma ameaça à ordem pública, um radical de esquerda despreparado, um homem ignorante, ávido para assumir cargos eletivos de relevância política. Para muitos, ao contrário, Lula não só é um líder de massas extremamente carismático, mas também um estadista, homem culto, preparado, capaz de promover a justiça social de que o país necessita. Símbolo da mobilidade social e da consolidação da democracia brasileira, Lula representa para alguns o medo, para outros a esperança.

Os empresários, majoritariamente, também não se afinavam com o discurso de

Lula. De fato, suas idéias de defesa da classe trabalhadora chocavam-se com os interesses da classe empresarial. Durante anos, ele criticou de forma veemente, às vezes ríspida, “*os patrões e as classes dominantes deste país.*”

Para chegar ao poder, tratou logo de mostrar aos empresários que sua candidatura não representaria a ameaça que outrora aparentaria ser. Para simbolizar uma aliança capital-trabalho, apresentou como vice o empresário José de Alencar, do Partido Liberal, que sempre teve um perfil de centro-direita. Já no governo, procurou seguir um programa de manutenção da estabilidade econômica e sinalizou com reformas que eram de anseio tanto dos empresários como da classe média, mas que não necessariamente agradam às classes de trabalhadores, como as reformas previdenciária e tributária.

Os responsáveis pela propaganda pró Lula identificaram a necessidade de conquistar este público que não o via com bons olhos. Por isso, o discurso do PT tornou-se mais moderado. Analisar as opções programáticas de Lula e do PT foge um pouco ao propósito deste trabalho, mas colher elementos que mostram uma transformação na imagem de Lula é, sem dúvida, importante.

Comece-se observando a maneira do ainda candidato Lula se vestir. Basta olhar fotos de campanha de 1989 para observar um Lula de boné, com camisetas simples com dizeres políticos estampados. Um Lula sempre suado, fumando, com a barba mal aparada. Nos programas de TV, além desta imagem naturalmente desganhada, os recursos técnicos eram dos mais toscos. Já na campanha de 2002 ele aparece de forma mais elegante, na maioria das vezes usando ternos, com a barba já levemente grisalha mas muito bem modelada. Lula passa a sorrir mais. Seus programas no horário eleitoral ganham trato profissional e mostram o candidato como um belo homem de meia-idade.

Os homens de marketing de Lula não se descuidaram, por exemplo, de procurar melhorar a imagem de seu cliente junto ao eleitorado de classe média que, tão ligada a

estereótipos e a padrões culturais pré-estabelecidos, é um segmento altamente suscetível às ações de marketing. Assim, tratou-se de mostrar que Lula também tinha identificação com os valores dessa classe. O mais patente deles é o da família. Procurou-se mostrar a idéia de que Lula era bem sucedido em sua vida familiar. Sua mulher, Marisa, personagem meramente secundário aos olhos do público em campanhas anteriores, passou a ser presença constante na TV, nos jornais, nos comícios.

Curioso observar a análise que Lula faz de seu próprio discurso, o que comprova que ele estava ciente não só de sua imagem, mas das mudanças nela ocorridas.⁹

Obviamente que eu mudei. Eu tenho quatro anos de mandato e não posso passar metade do tempo brigando. Para mim, seria fácil vencer meu primeiro ano de governo xingando meu antecessor, mostrando tudo o que, no entender do meu governo, estava errado. Mas o que o país ganharia com isso? Qual a imagem que eu passaria para fora? Então, vamos cumprir com as nossas obrigações, olhar para frente.

Neste capítulo foi relatada, de forma breve, a biografia de Lula. Teceram-se algumas considerações a respeito do que Lula tem representado ao longo do tempo para a sociedade brasileira, buscando-se compreender a imagem que o povo faz de sua personalidade política. Dando seqüência ao que se propôs no presente estudo, o discurso de Lula e o constante emprego de metáforas serão objeto de análise mais profunda no capítulo seguinte.

⁹ VEJA – edição 1816. ano 36, n. 33 – 20 de agosto de 2003, p.47

6. LULA: UM AMIGO FIEL DAS METÁFORAS

Saber argumentar, conforme nos lembra Abreu (2004:10), significa saber integrar-se ao universo do outro. É preciso ter habilidade de relacionamento interpessoal. Ao observarmos a trajetória do presidente Lula, tanto através de seu discurso, como por meio de sua biografia, podemos afirmar que esta habilidade esteve presente desde seus tempos de juventude. Lula sempre foi um bom ouvinte. Quer na atividade sindical, na atividade partidária dentro do PT ou como ocupante de cargo eletivo, sempre foi um personagem agregador. Quando despontou como líder sindical, sempre procurou ouvir “o inimigo”, até mesmo para conhecê-lo melhor.

O discurso de senso comum, permeando as classes sociais, contribui para formar a chamada opinião pública. Tem como uma de suas fontes os chamados ditos populares, que têm sido utilizados de forma significativa pelo presidente Lula. Neste sentido, o discurso, com base no popular e no consenso, além de ter um poder de dar sentido à vida cotidiana, é capaz de manter o *status quo* vigente.

Abreu (2004) procura mostrar que, para uma comunicação eficiente e convincente, algumas condições relativas à argumentação são importantes. Dentre elas, ressalta a importância de se utilizar uma “linguagem comum” com o auditório. Quem comunica deve se adaptar às condições intelectuais e sociais dos ouvintes. Outra condição importante é a de se ter um contato positivo com o auditório. É o que o autor chama de “gerenciamento de relações”. Outra condição, e talvez a mais importante, é agir de forma ética. O citado autor ressalta a importância de agirmos de forma honesta e transparente com o outro.

Neste sentido, o presidente Lula apresenta as características de bom argumentador. Suas falas, discursos e entrevistas, mesmo quando em eventos oficiais e solenes, saem, de certa forma, do tom oficialismo e burocrata dos chefes de Estado. Não se pode confundir,

porém, discursos simples e de fácil compreensão, com pobreza vocabular. O que se poderá observar, nos trechos analisados adiante, é que Lula, em especial em sua fase como presidente da república, sempre introduz em seus discursos trechos relacionados à chamada “sabedoria popular”.

No programa Vox Populi, na TV Cultura em 1978, Lula já dava sinais da consciência de saber argumentar e convencer, afirmando: “A coisa mais importante da vida do homem é ele vender idéias, e existem os aceitadores, os compradores de idéias”.

É preciso aprender a educar nossa sensibilidade para os valores do outro. A sensibilidade a estes valores influi na capacidade de persuadir. Tornou-se quase senso comum dizer que o presidente Lula tem empatia com seu público, porque, ao contrário do estereótipo da classe política, conhece de perto os problemas do povo e se sensibiliza com eles pois já vivenciou como são.

Porto (2003:11), analisando de forma científica o discurso de Lula em seus 100 primeiros dias de governo, vê tal discurso como messiânico, com tons e matizes religiosos. O fio de montagem e o principal fio condutor das idéias contidas no discurso de Lula, ou a malha nodal com que é tecido o texto do Lula presidente, reporta-se a idéias religiosas e à sua formação operária. Já a malha acrescida ao texto do presidente Lula é expressa nos discursos que faz para o empresariado, com quem tem pouquíssimas afinidades.

Conclui Porto que

Aí, não se trata de um fingimento do sujeito; é mais uma forma discursiva, permitida, de se praticar figuras de linguagem, e que não levam o autor a atos não sinceros. Trata-se da prática da linguagem como um exercício de trabalho contextual e histórico (grifo nosso) (p.11).

Feitas estas considerações gerais e introdutórias sobre o discurso do presidente Lula, passa-se à análise específica das metáforas e de seu papel neste discurso.

6.1. ANÁLISE DO CORPUS

Antes de se passar à análise de expressões metafóricas em si, analisando seu significado e seu poder semântico, é importante que se faça co-relações entre as metáforas utilizadas, seus respectivos períodos históricos, os veículos utilizados e o público a quem se dirigia o interlocutor. Neste tópico é analisado o discurso de Lula através das metáforas. Em subitem apartado serão feitas considerações sobre as metáforas intrinsecamente consideradas.

Basta uma análise perfunctória para perceber que as metáforas utilizadas por Lula em seu discurso nos anos 70 são, sem dúvida, de natureza mais simples. Ele utiliza expressões já incorporadas no vocabulário popular. Muitas vezes não se trata nem mesmo de escolher uma forma mais atraente de se comunicar. São metáforas cuja utilização está muito mais ligada a uma forma coloquial de se falar, típica de classes populares, do que propriamente um recurso de retórica em sua plenitude. Embora no *corpus* deste estudo, em números absolutos, o número selecionado de metáforas no período 1978-80 seja quase três vezes maior do que o do período contemporâneo, é neste último período que elas se apresentam de maneira mais densa e produtiva em sua função retórica.

Em alguns casos, o uso de um sentido a princípio figurado, parece subverter a ordem, e o sentido literal é que se torna distante, muitas vezes até incompreensível para o ouvinte/leitor comum. Curioso observar que, em duas passagens, quando questionado sobre o significado da palavra *pelego*, Lula faz questão de explicar primeiramente seu significado literal (1.14 e 3.32). A idéia de que os diretores sindicais eram subservientes, enfim, *pelegos*, é reforçada por duas metáforas de subserviência: **de braço dado com o patrão ou debaixo do sovaco do governo.**

O cidadão médio tem uma noção razoável do que seja pelego no vocabulário político-sindical. Mas o significado literal da palavra não é tão bem conhecido pelo

público. Assim, nestes dois casos, Lula percorre um caminho inverso daquilo que costuma ser mais comum. Em vez de primeiro atribuir um sentido metafórico para depois explicá-lo ou parafraseá-lo, prefere mostrar o significado literal, pois este é que causa certo estranhamento. Sabendo o significado literal, o sentido metafórico, que já é razoavelmente compreendido pelo senso comum, fica mais reforçado.

Fenômeno semelhante ocorre com a expressão **fazer nas coxas** (1.10). Seu sentido metafórico parece ser facilmente compreendido, transmitindo a idéia de algo que é feito sem esmero, atabalhoadamente. Mas por que “nas coxas”? A origem da expressão parece não ser bem dominada pelo público, e talvez nem Lula soubesse explicá-la. Trata-se, na verdade, de uma metáfora de construção.¹⁰

No período como sindicalista, é bastante comum o uso de expressões de metáforas do *frame* GUERRA. Lembre-se que o país passava por um momento conturbado politicamente. A ditadura militar já dava seus primeiros sinais de fraqueza. Além disso, a atividade sindical e as reivindicações dos trabalhadores – e isso em qualquer local e momento histórico – trazem, de forma quase natural, a idéia de luta. Temos como exemplos os trechos 3.28, 13.80, 18.108, 29.142, 29.146, 34.159 e 34.162.

Lula incita sempre os companheiros a continuarem **brigando** (18.108). Conclama que as mulheres participem da briga: da briga pela independência, no lar e no trabalho (18.110). A própria imagem de Lula esteve associada à de um político combativo, um homem de luta. Além disso, o uso de tantas metáforas de guerra simboliza, de certa forma, a dicotomia que havia na época entre patrão x empregado, dentro de uma visão de luta de classes.

¹⁰ Segundo a tradição popular, a expressão “nas coxas” teria surgido no século XIX e faz alusão à produção de telhas e tijolos em olarias por escravos. Pela inexistência de moldes ou talvez pela má vontade em utilizá-los, as telhas eram moldadas “nas coxas” dos trabalhadores, e o resultado obtido acabava sendo o de um produto irregular, de pior acabamento. Fonte: Revista E, nº 95, SESC. **Portal Por trás das letras**. Disponível em http://www.portrasdasletras.com.br/pdtl2/sub.php?op=artigos/docs/modo_falar.

Analisado de forma global, os discursos de Lula e as metáforas aí inseridas, mostram claramente que o que se vivia era um início de abertura política. Lula mostra, como dirigente sindical, o objetivo de conseguir convencer as classes trabalhadoras a se mobilizarem. Lula procura contrapor como era a liberdade sindical e como os trabalhadores eram tratados pelo governo e como deveria se dar um processo de transformação, de libertação da classe trabalhadora. Por isso, metáforas de percurso e de cativo são muito comuns em seus discursos. Exemplo emblemático de que os trabalhadores não têm a liberdade necessária e que precisam ser livres em sua trajetória é o trecho 8.57 (**deve caminhar com suas próprias pernas**).

Esta premissa básica para trilhar um caminho democrático, ou seja, que os trabalhadores “caminhem com suas próprias pernas”, é reforçada no trecho 7.47 (**Por que devemos continuar nos enganando com as camas que preparam pra gente e não preparamos nossa própria cama?**).

Lula procura denunciar a pouca liberdade que era dada ao trabalhador, com expressões como **trabalhar de mão presa** (1.9), **escravo dentro das fábricas** (14.86). Também evocam *frames* de cativo as expressões **atrelados** (10.66) e **amarra** (10.67). Outro bom exemplo é a expressão **camisa de força** (20.114).

A crítica à estrutura sindical da época também aparece em forma de metáforas. De fato, Lula utiliza-se de ironias finas, que acabam surtindo melhor efeito do que a simples adjetivação pejorativa.

Estas críticas à estrutura sindical ligam-se sempre à idéia de imobilidade, falta de vontade. São metáforas de várias naturezas: de percurso, biológicas, dentre outras. Um bom exemplo é **tem dirigente sindical que não faz outra coisa a não ser comprar o Diário Oficial**. (1.11). Fica clara aqui a noção de que os dirigentes sindicais não são atuantes, que só querem pensar em benefício próprio, que esperam benesses do governo.

Uma única frase (comprar o D.O) resumiu melhor estes três significados.

A idéia de que muitos setores estavam estagnados, sem participação (e dentre eles, os dirigentes sindicais são os mais citados) também é uma constante no discurso de Lula. É este o sentido de que “vogal e juiz classista são **verdadeiras vacas de presépio**” (1.13). Curioso que Lula reforça o sentido desta expressão com o termo “verdadeiras”. É óbvio que o “verdadeiras” também tem aí, sentido figurado. Serve como reforço, mostrando que os juizes classistas são pouco atuantes. O próprio sindicalismo é tratado como **vaca de presépio** (23.125) no sentido de ser facilmente manipulável.

A crítica ao antigo sindicalismo como uma estrutura acomodada, passiva, é reforçada em “ O movimento sindical **andou adormecido** e agora **acordou**” (3.23). O jogo de palavras entre expressões de sentido oposto, quer as duas sejam metafóricas, quer apenas uma delas, é um recurso interessante utilizado por Lula para descrever a mudança no movimento sindical.

Esta oposição pode ser vista também em “**o sindicalismo brasileiro esteve morto** x os trabalhadores estão fazendo os dirigentes sindicais **andarem**”. (13.75) Nestas duas frases, acordar e andar são antagonicamente coerentes. Já “estar morto e andar”, além de terem sentido metafórico, apenas metaforicamente podem ser opostas, já que quem está realmente morto não anda em hipótese alguma. Em outra passagem, mais de um mês depois, Lula repete algo semelhante: **tivemos 15 anos praticamente mortos, 15 anos dormindo** (15.89). Este jogo de palavras também aparece no trecho 35.165, com o contraste de duas metáforas de sentidos opostos: andar x podar.

Lula utiliza *frames* de parentesco, no sentido de nascimento e concepção. Bom exemplo é **O movimento brasileiro é como uma criança quando nasce, presa pelo cordão umbilical à mãe** (3.29). Trata-se, tecnicamente, de uma comparação, mas a natureza metafórica da frase é evidente. Mais uma vez Lula critica a falta de independência

e de liberdade dos sindicatos. O sentido de subserviência e dependência dos sindicatos ao governo federal aparece em outra oportunidade: “**Aqui no Brasil se cria sindicato igual se gera um filho**”(7.46). As frases não foram ditas no mesmo dia, mas seus sentidos se completam. O sentido das duas frases somadas seria *Todo dia nasce um filho (sindicato), que sempre fica ligado à mãe (governo)*.

Em outra ocasião, falando sobre o fim de uma greve em 1979, afirmou que o trabalhador ficou “**órfão de pai e mãe**”. Este “ficar órfão de pai e mãe” já denota um certo caráter paternalista no discurso de Lula. Nas Assembléias que reuniam milhares de trabalhadores, esse recurso de comparar os trabalhadores como seus filhos era bem utilizado, como em “**faço questão de colocar aqui para vocês como se estivesse conversando com Deus, conversando como se estivesse com um filho que sente medo**” (25.132). Este sentido paternalista e messiânico torna-se mais forte ainda quando Lula alcança a Presidência da República.

O que permeia o discurso de Lula é o esforço que ele faz para conscientizar o trabalhador do quanto ele é explorado pela classe empresarial. Seu objetivo é mostrar que o trabalhador sempre esteve em desvantagem, enquanto os empresários e as classes dominantes sempre estiveram em posição cômoda.

Para atingir este objetivo, Lula utiliza expressões, que, no contexto, funcionam como hipérboles: servem para, através do exagero, sensibilizar melhor as pessoas, tocando-as quanto às suas emoções. Nota-se mesmo um sentido épico em frases como “Tivemos que **dar ouro** para o bem do Brasil” (1.8). Este tom épico se acentua em “só querem o **nosso sangue**” (32.153) e **tudo custou o nosso sangue** (32.154).

Boa parte das metáforas até aqui comentadas tem natureza ideológica, justificadas em um contexto de tentativa de abertura política e mobilização de trabalhadores. Um exemplo claro disso, de como o contexto influencia o texto é o trecho 6.43, em que se fala

em “**abra todas as portas**”, “**ficar quebrando a fechadura lá**”, e “**se a porta está fechada, vamos arrombar**.” A sociedade como um todo, à época, lidava, maciçamente, com estas idéias de “abertura”. Ficou até hoje, quase se tornando uma frase folclórica, a idéia do então presidente Geisel, de uma abertura “lenta, gradual e irrestrita”. Lula propõe, então, a antítese disso: chegará o momento em que é melhor **arrombar**.

Outro trecho em que fica claro o sentido de que há uma mudança de orientação e uma mobilização para uma nova ordem é o da metáfora de percurso **O caminho ficou muito tempo fechado, o mato cresceu e está impedindo os trilhos. Agora estamos apenas cortando o mato, desobstruindo a linha** (2.22). Mais uma vez Lula sinaliza com as idéias de abertura e esperança.

Trazendo residualmente a idéia de percurso, mas indicando metáfora de solidariedade, em alusão à divisão equitativa de tarefas, tem-se o trecho 28.139. Esta metáfora tem mais ou menos o mesmo sentido do velho ditado “de grão em grão a galinha enche o papo”. São observadas metáforas de solidariedade também em **darmos as mãos** (7.53).

Verificam-se nos discursos de Lula sindicalista algumas frases de efeito, de conteúdo metafórico, que seduzem justamente pelo seu estranhamento, pois representam conteúdos que, analisados literalmente, seriam não apenas estranhos, mas logicamente impossíveis. Como exemplo, cite-se **a mulher, bem preparada, é muito mais homem que os homens**. O que Lula quis mostrar, contestando o pensamento já arraigado de que a mulher era inferior ao homem para o trabalho, era que a mulher é tão ou mais capaz do que o homem, considerando a expressão “homem” não apenas como sinônimo de “sexo masculino”, mas como atributo de coragem, disposição, habilidade para o trabalho.

Outra frase de efeito interessante e que resume toda uma tomada de posição consciente sobre a posição dos sindicatos no Brasil é a de que “**a estrutura sindical dá a**

impressão de ter sido feita antes de existirem trabalhadores.” A princípio, a frase seria literalmente absurda. Só que a expressão “dá a impressão” já atenua um pouco esta aparente falta de sentido. Lula parafraseia o que acabara de dizer, explicando o porquê de ter dito isto. “Ela é totalmente inadequada. Não se adapta à realidade, foi feita de cima para baixo”.

Referindo-se ao veterano dirigente sindical Ary Campista, Lula utiliza um recurso que lembra o acima citado: **“ele é um homem de ontem com mentalidade de anteontem: só provou que está morto e não sabe”**(17.106).

Metáforas mais exuberantes, com sentido filosófico adjacente¹¹, com o apelo para grandes analogias dentro não de uma frase solta, mas em uma seqüência de idéias, já começam a aparecer, ainda que de forma não tão freqüente, no discurso de Lula nos anos 1970. Neste tipo de metáfora, Lula foge dos clichês e das metáforas mais corriqueiras. Um exemplo claro é o trecho 7.48, em que ele compara o Brasil a uma casca de ovo (**grande e belo por fora, sendo que por dentro, temos o frágil**). A razão de ter dito algo assim se esclarece na frase seguinte: precisamos crescer internamente.

Outro exemplo: **“Não queremos que o trabalhador se contente com um litro de leite, queremos despertar na cabeça do trabalhador o desejo de conquistar uma vaca”** (21.121). Ressalte-se que metáforas como estas últimas têm conteúdo claramente pedagógico. Talvez fosse maçante e entediante para o trabalhador em assembléia ouvir um discurso técnico sobre a fragilidade da economia brasileira, da falta de investimentos em infra-estrutura, das contradições entre mercado interno e externo. Falar da casca do ovo é, ao mesmo tempo, mais agradável à audiência e faz com que ela compreenda, por vias oblíquas, o que Lula queria dizer.

¹¹ É o que se chama popularmente de “moral da história”

Neste mesmo espectro se enquadra a engenhosa metáfora do trecho 24.130¹², em que Lula sistematiza comparações com quatro variáveis, bem no estilo ABCD de Perelman e Olbrechts Tyteca (2000). Dessa forma, Getúlio Vargas esteve para a liberdade dos trabalhadores, assim como a mulher de Lula trata sua cachorrinha. O osso e a corrente são os elementos que estabelecem a similitude. Enquanto Getúlio realizou algumas concessões aos trabalhadores, para, na verdade controlá-los, Marisa compra um belo osso para adular sua cachorrinha, mas a deixa presa em uma corrente.

Esta idéia de que o trabalhador era “preso”, “sufocado” pelas antigas estruturas, com crítica severa ao modelo de sindicalismo brasileiro, também aparece em forma de comparação, na frase **a estrutura sindical é como uma gaiola, onde o passarinho tem alpiste, tem água, mas está preso** (21.119).

Em relação às metáforas mais corriqueiras, nesta época, pode-se dizer que Lula as usava em profusão, em nosso entendimento, como um usuário da língua qualquer o faz, com bastantes clichês, expressões já consagradas. Muitas delas ligadas a animais.

Assim, as metáforas biológicas aparecem bastante. São expressões que comparam o homem a bichos, ou em que características de um e outro se misturam, sem caracterizarem fábulas ou parábolas. Serve como exemplo a expressão “**ter o rabo preso**” (1.3, 3.24) cujo significado metafórico é facilmente compreensível – sentido de estar vinculado a alguém por dever favores. Em seu sentido literal a expressão não tem qualquer uso. Dizer que “O cachorro tem o rabo preso ao corpo” é apenas uma obviedade.

As metáforas simples envolvendo animais são de uso corriqueiro no dia a dia das pessoas. Em um passado um pouco mais distante, quando o Brasil era um país essencialmente rural, certamente evocavam *frames* que faziam parte do dia-a-dia do

¹²“O que o Getúlio fez foi o que você viu eu fazendo aqui com a minha cachorrinha, reclamando para a Marisa comprar um osso pra ela. Agora, ela está numa corrente com um espaço de liberdade de dois metros.”

falante. Por isso, poderiam substituir situações análogas sem qualquer perda de sentido: pelo contrário, facilitavam o entendimento, tornando o discurso acessível. Essas expressões acabaram caindo no gosto popular e por força do uso se perpetuaram, tornando-se jargões populares. Embora seu uso continue pleno nos dias de hoje, é de supor que os *frames* ativados já não o sejam com a mesma intensidade.¹³

A expressão tubarão (3.34) logo traz ao leitor a idéia de “peixe grande”. Tubarão como peixe grande lembra poder, força. Assim, os tubarões são os poderosos, a classe dominante, enquanto os operários seriam os peixes pequenos.

Mais uma expressão de gosto popular, simples e coloquial é **a vaca vai pro brejo** (25.134). Outra expressão que comumente se refere à vaca e a outros tipos de gado aparece no trecho 17.105 (eu estava lá **pastando**). Mais um bordão popular é **o dose pra leão** (17.102), algo tido como difícil de agüentar.

Outra expressão de uso popular é reiteradamente utilizada como condutora de um discurso de Lula. É a idéia de **a onça beber água**. Lula explicava que os empresários estavam começando a ceder às pressões dos trabalhadores, e que a “**oncinha estava começando a beber água**.” É o que se vê nos trechos 29.145, 34.163, 34.164.

Interessante observarmos como, muitas vezes, nem sempre é possível compreender o sentido que se quis dar à metáfora, quando não se compreende a analogia que se quer fazer. Ainda tratando de animas, no trecho 31.149, falando de sua vida pessoal, Lula disse que, uma vez, muito cansado, resolveu deitar e dormir até as oito horas, **como um passarinho**. O que significa dormir como um passarinho? Em outra parte da mesma entrevista, Lula esclarece que dormira tarde naquela noite; jogara truco até as 4 da manhã no Sindicato. Queria ele dizer que dormiu bem? Que dormiu rapidamente? Que dormiu

¹³ Uma criança que vive em uma grande metrópole, certamente, tem pouca intimidade com “uma porca torcendo o rabo”. Ou, no extremo, não conseguirá sequer apreender o significado literal de “Carro [de boi] apertado é que canta”

pouco? Talvez sua intenção seja dormir pouco, acordar cedo como os pássaros.

Já em outra metáfora (28.140) a analogia de “alguns grupinhos safados” aos urubus faz pleno sentido, já que, à maneira dos urubus, tais grupos querem se aproveitar da desgraça dos outros.

Metáforas relacionadas à comida e à fome também são comuns. Aparecem no discurso de Lula geralmente em contextos negativos. Muitas vezes, a palavra fome e expressões similares como “estômago vazio” fazem alusão, na verdade, aos baixos salários dos operários. São os casos 3.26 (“sente seu estômago doer e quer se libertar daquela dor”) e 5.39. Neste último, Lula explica quais são as razões para o trabalhador fazer greve: “**a dor de estômago e a vontade de ganhar um pouco mais.**” Em outro trecho, para expressar de forma veemente que a fome é algo que atinge de verdade o trabalhador, Lula afirma que **as lombrigas estão brigando dentro da nossa barriga.** (30.148). Os discursos trazendo o tema da fome serão uma tônica recorrente na trajetória de Lula.

Lula procura deixar claro, fazendo alusão a *frames* de comida, que o trabalhador não deve se contentar com tão pouco. Assim ocorre no trecho 23.126 (**migalhas que caem da mesa do poder**), e, de forma ainda mais contundente, em **aceitar o grão de arroz – cru e sem sal – quando a gente lutava por uma refeição completa.** (23.128)

Dentro desta categoria, fazer alusão a legumes significa mostrar algo que faz parte do dia-a-dia das pessoas, do seu cotidiano. Em “A gente não quer levar para a classe trabalhadora o **prato feito** (20.118)”, a idéia é mostrar que não se deve esperar benefícios passivamente, sem mobilização.

Lula também se serve de legumes para dar exemplos hiperbólicos, como **plantar batata e conseguir que nasça até em pedra e cana dá até no ar** (7.48). Não são

propriamente metáforas. Parece que Lula utilizou-se aí não propriamente de um processo criativo, mas sim de lugares comuns, que já eram bem aceitos como axiomas pelas pessoas, com base na idéia de que “Nesta terra, em se plantando, tudo dá”.

Ainda dentro dos *frames* de comida, criativa foi a frase **Muita gente come mortadela arrotando peru** (22.124). Seu sentido implícito é que a classe média tem comportamento arrogante, pois tenta aparentar sempre mais do que é.

Uma metáfora que é comumente utilizada na cultura brasileira é da batata. Lula utilizou-a em **jogam a batata nas mãos do governo** (5.40). Da mesma família desta, existem as expressões “segurar a batata quente”, ou “terei que descascar um abacaxi”. O uso das palavras em sentido figurado varia de acordo com o valor emocional que adquirem em uma língua. Por que a escolha de batata, em vez de beterraba? Alguns usos de legumes em sentido metafórico podem parecer completamente insólitos para os falantes da língua portuguesa¹⁴.

Já na primeira fase de sua vida política, Lula utiliza constantemente metáforas de esporte. Só que, nesta época, não utilizava, salvo raras exceções, exemplos concretos para utilizar como analogia, nem contava “causos” de futebol para ilustrar discursos, como faz atualmente.

O uso de metáforas de esporte pelo Lula Sindicalista se restringia à utilização de frases feitas e clichês simples. São expressões comumente usadas em português, como **colocar as cartas na mesa** (7.45). Lula apela, aqui, para a necessidade de transparência nas negociações entre patrões e trabalhadores durante uma greve. Aliás, nesta mesma entrevista, ao Diário do Grande ABC (1978) ele utiliza os *frames* de jogo como condutores de seu discurso, já que fala em **cartas na mesa** mais de uma vez (7.52). Fala, reiteradas

¹⁴ Eis um bom exemplo: em inglês, dizer “*You are my pumpkin*” é um elogio carinhoso à mulher que se ama. Dito em português, fica ou uma frase sem sentido, ou se buscará um sentido pejorativo: “*Você é minha abóbora!*”

vezes, também, em tentar mudar **as regras do jogo** (7.50, 7.51, 7.54).

Mudar as regras do jogo tinha um significado bem característico naquela época. O país vivia expectativa de redemocratização, e esperavam-se mudanças de caráter legislativo que atendessem aos anseios não só de liberdade política como também mudanças no campo econômico.

Manifestando-se sobre a sucessão ao governo paulista em 1978, com candidatos da Arena e do MDB, Lula mostrou seu desprezo a ambos ao afirmar que estava **vendo como torcedor de futebol que está assistindo a um jogo de dois times de que não gosta** (1.16). Este foi um dos poucos exemplos de metáfora futebolística do período em que Lula tece uma analogia mais elaborada, sem recorrer apenas a expressões batidas como “regra do jogo”, “cartas na mesa”, “entrar em campo”.

Como se pode ver, o discurso de Lula sindicalista é pleno de metáforas simples, que vêm ao encontro de seu público, e em nenhum momento exigem raciocínios mais abstratos ou elaborados por parte do público. Nossa análise das metáforas neste primeiro período não foi exaustiva. Por se tratar de um período importante da história política brasileira, havia farto material para consulta. Apenas a título ilustrativo, citaremos a seguir algumas categorias de metáforas mais recorrentes.

As Metáforas de percurso no mar normalmente trazem conotação negativa ou demonstram exagero. Como em **De manifesto já morri afogado** (1.15): Lula mostra seu desdém a manifestos contendo posições que não saem do mero plano teórico. A idéia de percurso cheio de adversidades pode ser extraída de **remar contra a maré** (9.63), **afundar** (12.74), **vir à tona** (19.113), **nadam de acordo com a maré** (3.33).

Metáforas de Cor são vistas em **nem tudo era cor de rosa** (5.37) e **ano negro** (10.64). Metáforas de Religião podem ser observadas em **não espere da diretoria que ela**

faça milagres. (3.28); **mostrar o milagre sem dizer o nome do santo** (3.35); **rezando** (17.101) Metáforas médicas podem ser vistas em **dor de estômago** (5.39), **sair machucado** (15.90), **sentir na pele** (15.91), **vaselina** (20.117), **nós tivemos o remédio** (31.150). Exemplo de Metáfora de Tecelagem é o do trecho 13.81: **remendendo, remendendo**. Metáfora de fenômenos naturais: **clima** (13.78). Metáfora de negócio: **compradores de idéias** (3.25), **tratado como mercadoria** (9.62).

Além de todos esses exemplos, há algumas expressões de sentido figurado utilizadas nem tanto com o objetivo de serem metáforas, mas mais como uma variação da linguagem culta, e que, de qualquer forma, têm algum valor argumentativo. São expressões de linguagem coloquial, já incorporadas na língua portuguesa, como **ser curto e grosso** (26.135), **pé nos fundilhos** (26.136), **pedindo penico** (33.155), **escola da vida**¹⁵ (1.6).

Pode-se observar que Lula, quando dirigente sindical em ascensão, se expressava por meio de linguagem essencialmente coloquial, não apenas com desvios à norma culta, mas também com a utilização de linguagem chula, com palavrões, mas que não eram utilizados com a intenção de agredir ou xingar, mas sim no sentido figurado de mostrar de forma mais intensa algo considerado negativo. São exemplos: “(...) *Às vezes acordava com uma fdp numa chuva em cima da gente*”, “ *Coloquei uma camiseta lá e vim tirar aqui, depois de 13 dias. O fedamãe estourou, tava podre*” e “*Converso com o patrão defendendo o trabalhador(...) mas sem partir para porralouquice ou agressão moral*”¹⁶, “*descer o pau em cima de mim*”¹⁷

Comparando o discurso de Lula como sindicalista do final da década de 1970 com o Lula do século XXI, percebe-se que o dos anos 70 possui, por um lado, uma linguagem

¹⁵ Esta expressão serve como justificativa para Lula pelo fato de ter pouca escolaridade formal. Apresenta um certo tom de desprezo com a instrução acadêmica, como se fossem instâncias separadas. Não deixa de ser uma defesa preconceituosa, já que a experiência de frequentar a escola e a universidade também fazem parte da “escola da vida”

¹⁶ Pasquim. 24-31/03/1978.

¹⁷ Diário do Grande ABC, 23/06/1978

mais coloquial, sendo comum o uso de palavrões. O uso de metáforas já era uma constante nesta época. Só que a maioria das que Lula utilizava diziam respeito a situações corriqueiras, como expressões que se incorporaram na linguagem popular. Vê-se a presença de clichês e de jargões do universo sindical¹⁸. Embora quantitativamente abundantes, as metáforas utilizadas à época eram qualitativamente mais simples do que aquelas presentes no discurso do Lula presidente.

Interrogado sobre seu próprio discurso e estilo de falar, Lula afirmou em entrevista à Revista Playboy em 1979: “Eu não tenho que arrumar palavras, uso a minha linguagem de todo dia, a linguagem do trabalhador.” Com o passar do tempo, Lula foi se tornando mais consciente em relação ao próprio discurso, e parece ter se dado conta da importância do bom uso da palavra para convencer. Assim, seu discurso foi se modificando.

As metáforas do Lula Presidente, embora possam estar sendo utilizadas até em menor frequência do que outrora, apresentam um conteúdo muito mais abrangente, capaz de atingir um público maior. Conforme se pode depreender dos trechos selecionados, Lula faz questão de utilizar macrometáforas, contar parábolas, ilustrar assuntos com alegorias. Parece utilizar estas ferramentas de forma mais consciente. Não que tenha se debruçado sobre compêndios de Retórica e Lingüística, mas certamente sabe que precisa se comunicar em uma linguagem clara, atraente e que possa ser compreendida pelo maior número de pessoas possível.

Os pronunciamentos de Lula Presidente têm chamado atenção pela constância no uso de grandes metáforas que os próprios meios de comunicação já trataram tal uso como um fato noticioso em si mesmo.

Segundo Cristina Leal¹⁹, em reportagem publicada pelo jornal O Dia, intitulada

¹⁸ Tornou-se folclórico o bordão de Lula: “Companheiros, a luta continua.”

¹⁹ O DIA, p. 23, 08.06.2003

Discurso na língua do povo, ao usar vocabulário simples e imagens muito próximas da vida das pessoas que o estão ouvindo, o orador Lula trabalha a relação interpessoal²⁰ e consegue a adesão dos interlocutores. De acordo com a reportagem, o “jeito Lula” de explicar os problemas do país com metáforas, exemplos e citações está surtindo efeito, já que sua popularidade está em alta.

Diego Mainardi²¹ também mostra, através de exemplos, de forma crítica e cética, características do discurso do presidente Lula que visualizamos neste trabalho. Segundo o jornalista – contrário ao presidente - , os discursos de Lula ora são vagos e incompreensíveis, ora utilizam-se de metáforas esdrúxulas:

Quando não confunde seus ouvintes, Lula os desarma com obviedades: "Levanto todo dia de manhã e falo para a Marisa que nós temos que fazer as coisas muito bem pensadas". Seria bastante surpreendente se ele dissesse a Marisa que, naquele dia, só pretendia cometer barbaridades irrefletidas. Lula também dispõe de fórmulas simples que podem ser empregadas em todas as circunstâncias, como "O povo está precisando de feijão com arroz e não de guerra". Daria para substituir "guerra" por "inflação", ou "juros altos", ou "vôlei de praia", ou "cotonetes", e a afirmação permaneceria irrefutável.

Mainardi advertiu na ocasião que, se algumas das metáforas forem interpretadas de maneira correta, o resultado querido por Lula beiraria o *non-sense*. O exemplo a seguir é emblemático:

Eu não tenho pressa. Vejam que, quando a Portuguesa Santista foi atabalhoada, o São Paulo marcou 5, quando ela jogou corretamente, só foi 1 x 0". O ambicioso projeto de Lula resume-se a transformar o Brasil numa retranqueira Portuguesa Santista e, possivelmente, perder de pouquinho. Se não der certo, ninguém poderá culpá-lo.

Nota-se uma diferença no uso das metáforas nas duas fases de Lula. Nos discursos

²⁰ Neste sentido, o comentário se coaduna com as idéias de ABREU (2004)

²¹ Revista Veja, 25 de março de 2003. *Lula lá. Mas lá onde?*

de Lula Presidente e mesmo de Lula Candidato à Presidência, observa-se que as metáforas utilizadas são mais bem elaboradas. Seu sentido já não é tão facilmente compreendido de forma isolada, como nos tempos de sindicalista. Os exemplos de metáfora devem ser analisados em contextos mais amplos. Lula presidente costuma utilizá-las normalmente como argumento de defesa, sempre que se sente acuado ou tem que justificar alguma decisão tomada pelo Executivo.

Conforme já visto em outra parte desta pesquisa, há uma certa decepção por parte de considerável setor da opinião pública em relação ao conteúdo do discurso que o Partido dos Trabalhadores anunciava e o programa que tem sido colocado em prática pelo governo Lula.

Justificar esta mudança de rumos do governo não é tarefa simples. Por isso, Lula prefere fazê-lo valendo-se de mais uma metáfora: **A cabeça tem esse formato para que as idéias circulem** (46.24). Isto quer dizer que a reflexão e a mudança de opinião são aspectos saudáveis da natureza humana. A resposta não satisfaz a questão principal de mudança de rumos do PT, mas é um recurso mais engenhoso, com melhor resultado prático²².

Também com a idéia de dar uma satisfação a uma mudança de posição de seu partido, pelo fato de ter demorado a defender reformas como a previdenciária, Lula afirmou que **Nem todo mundo dorme e acorda na mesma hora** (45.23). Como na frase anterior, a resposta é apenas um bom argumento de retórica, mas não responde à questão proposta.

As metáforas esportivas, especialmente as de futebol, neste período, passam a ser utilizadas com ainda mais freqüência. Lula, ele próprio um aficionado por futebol e um

²² Basta lembrar que o então presidente Fernando Henrique foi questionado no mesmo sentido e respondeu friamente “Esqueçam tudo o que escrevi”. Esta resposta teve repercussão negativa no eleitorado.

torcedor corinthiano assumido, sabe que o esporte ocupa um lugar de destaque no imaginário coletivo brasileiro, daí o recurso usado em profusão.

Lula procura adaptar máximas da linguagem futebolística e situações que ocorrem no campo de jogo à realidade de seu governo e à dos brasileiros. Assim, para descartar uma possível reforma ministerial, ele faz questão de lembrar que **em time que está ganhando não se mexe**, a não ser **por contusão** (57.63). Desde 1993 Lula já vinha fazendo analogias com o futebol, como no trecho 36.8 citado.

Estas metáforas futebolísticas são perfeitamente compreensíveis quando contextualizadas em um momento histórico e em um determinado local. Assim, no trecho **Estou mais ou menos como o Felipão. Ele já tinha um time na cabeça, e chegou na hora, o botou para jogar e foi pentacampeão**. Neste caso, o contexto foi a Copa do Mundo de Futebol, em 2002. O sentido, aqui, é de que Lula já tinha quem escolher como ministro (seus craques), e, na hora certa de entrar em campo (quando começar o mandato) o sucesso seria inevitável.

Se em seu discurso como sindicalista as metáforas serviam para transmitir mensagens de ousadia, libertação e impetuosidade, as metáforas de Lula presidente têm por trás de si o discurso da temperança. É o caso, ainda no universo futebolístico, do trecho 49.32 (**Tem jogador que pega a bola, não olha pro lado, dá uma bicuda e não marca o gol. Tem outro que olha para o lado, vê um companheiro, passa a bola e marca o gol. Nós não temos tempo para dar bicuda**). Na ocasião deste discurso, Lula pedia paciência à população, e lembrava que seu governo, embora cauteloso, não tem o direito de cometer erros.

Ainda no campo das metáforas futebolísticas, se por um lado Lula tem se visto como técnico, comandando uma equipe entrosada de craques, seus adversários recebem pecha oposta, a de pernas-de-pau. Foi assim que ele se referiu a Fernando Henrique

Cardoso (**trecho 50.38- Ele deu uma pisada na bola**). A mesma frase é repetida sobre o papel político do ex-presidente FHC (**50.48**). Mais uma vez o *frame* de esporte é ativado quando espera que não se **jogue contra o governo**.

Ainda no âmbito do esporte, Lula comparou o governo a uma maratona, não adiantando sair velozmente no início para cansar no final (47.28). Novamente a mensagem aqui pede paciência e prudência à população.

A paciência ao extremo é evocada no trecho 61.72 no qual Lula ressalta a fidelidade dos torcedores do Corinthians, que ficaram 23 anos sem conquistar campeonatos. Assim, se os corinthianos, mesmo com sucessivas derrotas, mantiveram-se fiéis ao seu clube do coração, da mesma forma os brasileiros devem manter as esperanças, mesmo quando o governo sofra eventuais derrotas.

Questionado sobre a possibilidade de fazer mudança na equipe ministerial logo ao completar um ano de governo, Lula mais uma vez valeu-se do socorro do vocabulário futebolístico, afirmando que **os técnicos de futebol não tiram de campo um jogador a cada dez minutos de jogo. Os governos devem fazer o mesmo** (50.46).

À medida que seu governo vai chegando ao fim, Lula fica ainda mais cauteloso. Tal cautela é fruto mesmo da necessidade de não expor nem relacionar sua imagem a fatos desagradáveis ao governo. Ainda aproveitando-se do jargão futebolístico, o presidente demonstra este espírito de cautela ao afirmar “**Não precisamos marcar gols. O que não podemos é tomar gol.**”

Lula tem constantemente se comparado ora a um grande técnico, ora a um grande pastor que conduz seu rebanho, ora a um grande semeador que cuida bem de sua colheita para esperar colher depois os frutos. É por isso que começam a surgir críticas de que seu discurso seria messiânico, populista. Um exemplo notório é a afirmação de que **O Brasil**

estava quebrado e alguém vai ter que salvar este país (49.35). A **metáfora de reparação** deixa claro que Lula é o responsável por este conserto. Lula insiste sempre na idéia de que seu governo não pode falhar, sob pena de desmoralizar quem veio das camadas populares. Este é o sentido do trecho 49.34 (“**Nossa responsabilidade é infinitamente maior que a de qualquer outro presidente na história deste país. Exatamente porque não sou um homem que veio de cima**”)

Percebe-se também que Lula procura sempre transmitir uma imagem *zen*, de quem está sempre esperançoso, otimista. Muitas de suas frases metafóricas têm um certo tom de mensagens de auto-ajuda, ou, como ele próprio diz, para “melhorar a auto-estima dos brasileiros”. Esse é o sentido do trecho 61.73: **quando acordarem azedos, suem um pouco para tirar o azedume e trabalhar mais alegre e acreditando que podem fazer as coisas.**

Estas frases de conteúdo “filosófico” e de auto-estima trazem sempre implícitas as idéias de que a temperança e a paciência são virtudes essenciais aos bons governantes e aos cidadãos. É o caso do trecho 48.30 (**Muitas pessoas, se tivessem controle emocional e consciência de que seu corpo é mais leve do que a água, certamente não morreriam afogadas**). Neste trecho Lula queria se referir àqueles que têm pressa em baixar os juros.

As metáforas condenando o pessimismo da própria classe política, certamente em referência a políticos de oposição, procuram mostrar os críticos do governo de forma caricata, como pessoas que **já têm logo de cara uma azia**. (59.66). Lula procura trazer, nestes exemplos, um conteúdo hiperbólico: **ele começa a trabalhar o dia inteiro imaginando que as coisas vão dar erradas.**

Nota-se que, como presidente, se ele sempre fala de si mesmo em seus discursos, procura fazê-lo não de forma explícita, mas com sutileza, e para isso, utiliza recursos de linguagem como a metáfora, procurando atenuar o caráter egocêntrico de seu discurso. Às

vezes o discurso também tem cunho metalinguístico. São exemplos: **Vou fazer o jogo político como jamais foi feito (46.26)**, **É que eu sou do partido do trabalhador (46.25)**. Nesta última frase ele fala incorretamente de forma proposital, para lembrar que, mesmo sendo presidente da República, não se esqueceu de sua origem proletária.

Lula afirma, sobre si mesmo, que será o maior **vendedor de otimismo (59.67)** que o Brasil já teve. Nota-se um certo ufanismo em seu discurso, um patriotismo exacerbado, ao afirmar que o Brasil vive seu melhor momento internacional, seu maior momento de auto-estima da população. Exageros como este dão um tom populista ao discurso do Presidente, que a oposição não se cansa de criticar.

A idéia de ver os trabalhadores como filhos, que já aparecera em 1979, agora surge com mais força. Lula procura expressar-se em tom paternal, tentando mostrar-se como ético, um político diferente dos demais, que costumam mentir. Este é o sentido do trecho 49.37, em que ele afirma: **Eu olho para vocês e me vejo olhando para meus filhos. Prefiro dizer uma verdade dura para o meu povo a mentir descaradamente.**

Lula procura ressaltar esses predicados de sinceridade ao afirmar que é um homem acostumado a falar com **franqueza e de coração aberto**. Inusitada, porém, foi a justificativa para ter tais qualidades: por ser um **nordestino curtido na escola da vida**. O emprego da palavra **curtido** remete o público a alguém que passou por um processo de certa forma, duro, doloroso, que foi tomando forma aos poucos, em um processo artesanal. O jogo de palavras “nordestino” e “curtido” é interessante, já que os artefatos de couro fazem parte do cotidiano do nordestino. Neste trecho Lula utiliza mais uma vez o clichê “escola da vida”, como justificativa para legitimar sua sabedoria adquirida não em meios acadêmicos mas a partir da própria experiência pessoal.

As metáforas médicas também estão presentes, mas desta vez apresentam um tom mais erudito. Veja-se o trecho 39.16: **Como o Brasil está na UTI, eu coloquei um**

médico para ser ministro da Fazenda. Lula faz referência ao Ministro Antonio Palocci, que é médico. Nota-se um tom de bom humor nesta afirmação, porque a justificativa, em si mesma, é vazia de significado. Causa e consequência, na frase, se tomarmos sua interpretação correta, não têm nenhuma relação. Metaforicamente a frase é adequada, pois médicos cuidam de UTI.

O Brasil está na UTI apenas em sentido figurado. Não se quis dizer que a saúde do brasileiro vai mal. Lula partiu de uma expressão metafórica (Brasil na UTI) para justificar um significado literal (Palocci é médico e vai dirigir a Economia). A frase, na verdade, funciona como um simpático trocadilho, mas a resposta à pergunta: “Porque um médico como ministro da Fazenda?” continuou sem explicação, e ele foge pela vereda da metáfora. Outro exemplo de metáfora médica ocorre em “**Vírus da Inflação ameaça o país**” (42.19).

Metáforas simples, como as de percurso, continuam presentes, como em **Não tem volta. O caminho está tomado.** (58.64), quando queria dizer que não haveria mudanças na política econômica em relação ao rumo traçado.

Metáforas de percurso aéreo também aparecem, embora com frequência reduzida, no discurso de Lula presidente. É exemplo o trecho 74.108: **o dinheiro passava a mais de 11 mil pés de altura** (no sentido de que as verbas nunca chegavam a determinada região). Também foi utilizada esta espécie de metáfora relacionada com a idéia de cautela ou prudência: **quando eu viajo, o avião está a 800 quilômetros de altura, eu tenho vontade de que ele voe a 900 quilômetros. Essas coisas [mudanças na economia] não acontecem assim.**

Para tratar de um tema considerado complicado para o público leigo, Lula fez uma metáfora de construção interessante (37.14). Para ele, **o orçamento é como uma caixa d'água. De um lado entra a arrecadação. Do outro saem as despesas. O importante é**

não deixar que falte água. Trata-se de uma metáfora de conteúdo pedagógico, que consegue atingir seu objetivo eficazmente: consegue transmitir uma mensagem de forma simples, mesmo para o cidadão menos culto. Não apenas deixa o discurso mais atraente, como contribui para a melhor compreensão da mensagem.

Já em campanha em busca da reeleição, as metáforas de construção e de percurso tornaram-se mais frequentes. São exemplos marcantes: **inaugurar uma ponte entre a miséria e a cidadania.** (71.98), **forjar caminhos** (72.100) **andar aos saltos, nem sempre para diante, mas freqüentemente para trás.**

As metáforas de limpeza são, historicamente, um recurso dos quais os governantes sempre lançam mão. O símbolo da vassourinha de Jânio Quadros, que “varria a bandalheira” entrou para a antologia da propaganda política. Lula afirmou, neste sentido, que **o preconceito não está sendo jogado embaixo do tapete** (52.55). Este sim, como um câncer, sendo **estirpado** da sociedade (e, nesse caso, o que se tem de novo é uma metáfora médica).

Lula se mostra cada vez mais sensível à questão da fome, a ponto de afirmar que fome é a **pior das armas de destruição em massa.** Esta observação foi feita na Conferência do Banco Mundial sobre Combate à Pobreza, e, em tempos em que a discussão sobre produção de armas nucleares e armas químicas tem dominado o cenário internacional, a analogia de Lula foi oportuna. Neste mesmo discurso, ele ressalta a necessidade de mobilização dos países, que querem levar adiante compromissos assumidos, mas **não querem reinventar a roda** (*frame* de construção).

Lula faz um interessante jogo de palavras ao misturar metáforas de percurso com *frames* de automobilismo e com *frames* de navegação na frase **O Brasil não é um Fusquinha, que pode dar cavalo-de-pau. É um transatlântico. Se a virada não for feita aos poucos, ele pode afundar. E nós não temos vocação para Titanic.** (41.18)

Lula evoca, nesta frase, dois ícones que estão bem fixados na memória cultural do Brasil. O Fusca, que durante anos foi sinônimo de um carro popular: simples, barato e eficiente. E o Titanic, o navio naufragado que se tornou ainda mais célebre depois de um filme homônimo. A idéia por trás da metáfora é recorrente no discurso de Lula: a de que as mudanças têm que ser feitas aos poucos, com paciência.

As metáforas de comida também aparecem no discurso de Lula Presidente, mas de forma mais inusitada. É o caso da expressão **Este ano é um ano de comer angu quente. E não vamos nem comer pelas beiradas** (43.20). A construção da frase é inteligente, mas a compreensão não é tão simples assim. No contexto em que a matéria foi publicada, é possível depreender o significado de que “será um ano difícil”. Mas convém indagar se o cidadão brasileiro médio consegue fazer a relação entre “comer angu quente” e “dificuldade”. É provável que boa parte dos brasileiros não tenham o hábito de comer angu quente. O que torna a frase mais atraente e compreensível é o auxílio da expressão “não vamos nem comer pelas beiradas”, quer dizer, enfrentar de frente as dificuldades.

Outro exemplo, de natureza hiperbólica, e ligado ao *frame* de comida, é o trecho 40.17 (**Não comeram nenhum pedaço de mim**), quando Lula esteve no Fórum Econômico de Davos. Com isso ele quis dizer que o Fórum não deve ser visto com uma conotação tão pejorativa como tem sido pela opinião pública em geral.

Expressões típicas da linguagem popular ainda continuam sendo utilizadas por ele, mas em menor grau. Mas ainda se vê tom popularesco em mensagens como **Essa gente tem café no bule**, quando se referia ao poder considerável que o crime organizado possui, e **Usaram o vinho e ele caiu direitinho**, ao se referir ao vice-presidente José Alencar, que, segundo Lula, estaria sendo manipulado ao pedir que as taxas de juros caíssem.

Lula admite que já usou frases de efeito e mais tarde percebeu que elas eram exageradas. A nota distintiva de seu discurso, porém, são as macrometáforas. Lula utiliza

parábolas, fábulas, estórias com fundo moral e faz analogias extensas. Metáforas que lembram sementeira e plantação são constantemente invocadas, tanto na forma de metáforas simples como na forma de parábolas.

Mais uma vez o pano de fundo destas macrometáforas é a paciência. É o que se vê no trecho 49.36 (**Quem planta um feijãozinho vai ter que esperar noventa dias. Quem planta um milhozinho²³ vai ter que esperar 150 dias. Criar um porquinho vai demorar seis meses para comer o bichinho**), em que Lula justifica a lentidão com que seu governo está implantando a reforma agrária. O que Lula quer dizer na verdade é um desdobramento da máxima “tudo ocorre em seu tempo certo”. Se se pode esperar 150 dias para colher uma espiga de milho, é razoável que também se espere um tempo para que a reforma agrária aconteça.

Sempre que pode, Lula procura persuadir o público de que a reforma agrária não será instantânea, como no trecho **Ninguém faz reforma agrária nem na marra nem no tapa. A reforma vai ser feita no tempo certo e na medida do possível.**

A paciência para colher os frutos é explorada mais uma vez na chamada parábola da jabuticaba, criada pelo próprio Lula, segundo ele através de suas experiências pessoais (51.52). Lula ressalta neste texto o valor da esperança, e, reforçando seu exemplo, segue-o com outro, este já bem conhecido do público, o da mulher que vai ter filho.

Para ter certeza que sua parábola da jabuticaba seja compreendida, Lula faz questão de, depois, explicitar com que sentido resolveu contá-la, explicando a analogia pretendida: **está acontecendo com meu pé de jabuticaba o mesmo que vai acontecer na economia nacional.** Segundo ele, a jabuticaba foi regada o ano inteiro e deu muitos frutos depois.

Em algumas ocasiões, as metáforas de Lula adquirem um tom épico, como no caso

²³ O uso das palavras no diminutivo serve para dar um tom mais intimista ao discurso, deixando o espectador mais sensível.

de se referir à disposição do rei de Portugal em descobrir novas terras e acabar chegando ao Brasil (51.53). Mais uma vez invoca-se como moral da história a máxima de que vale à pena ser otimista.

Outra narrativa épica também está presente, mas com outro viés, quando Lula fala da saga dos nordestinos que precisam de água. Lula dá exemplos concretos de como a vida é sofrida (o “banho de canequinha”, “as 18 léguas para buscar água”), para, a partir do exemplo, mostrar a importância da transposição das águas do Rio São Francisco (60.70). Trata-se de um recurso argumentativo bem utilizado no meio político, no qual se procura mostrar dados concretos como parte de um grande problema (vejam o drama da seca, a sede, as verminoses) para uma constatação (É preciso que a água do São Francisco chegue a este povo).

A preocupação com a ansiedade de mostrar bons resultados também fica clara no trecho 50.49, em que se afirma **Eu não quero ser parte de uma onda. Vem uma onda bonita, todo mundo quer surfar, depois a onda acaba e ninguém sabe o que fazer. Temos que ter paciência.** Lula aqui mostra a importância de se ter planejamento de longo prazo, em vez de se privilegiar o imediatismo.

Para explicar que o governo deve assumir os ônus e dívidas deixados pelo governo anterior, Lula lança mão da parábola da viúva, que, de fato, é uma grande metáfora de parentesco. **Quando o viúvo casa, ele se casa com a viúva, com os filhos, com a mãe, pai, com as virtudes e os defeitos que ela tem.** (60.68)

O Estado como ente paternalista, antes tão combatido por Lula, acaba sendo por ele exaltado no trecho 60.71, ao afirmar que **O Estado não é nada mais do que uma mãe.** Dentro desta mesma parábola, Lula justifica porque se deve dar mais atenção para o Nordeste: **uma mãe, se tiver dois filhos, vai sempre dar mais atenção para aquele que está mais fraquinho.** A seguir, ele parafraseia seu exemplo, explicando que o Nordeste

precisa de mais investimentos.

No momento mais atual em que o governo e o próprio Lula se sentem acuados com denúncias de corrupção, seu discurso passa a ter um tom mais forte de reconstrução e limpeza. É o que se observa claramente no trecho 62.76 (**Tenho afirmado que o combate à corrupção é como uma casa onde há muito tempo não se faz uma limpeza de verdade, e onde muita sujeira está acumulada há muito tempo**). Também no trecho 62.78, a idéia de limpeza se faz presente: (**Esse é um governo que não tem jogado a sujeira para debaixo do tapete**)

Durante o ano de 2005 uma crise institucional abateu-se sobre os poderes Executivo e Legislativo no âmbito federal, e, em especial, sobre os partidários do governo. Denúncias de corrupção, desvio de verbas e pagamento de propinas serviram para aumentar a desconfiança da sociedade em relação à classe política. Pode-se mesmo dizer que o *ethos* do homem político tenha sido negativamente reforçado, dando azo aos ditos populares “político é tudo igual” ou “tudo acaba em pizza” (referência à impunidade).

Analisando-se o discurso de Lula deste período em diante, o que se observa é que, em regra, o presidente permanece praticamente alheio a este cenário, seja porque comenta muito pouco sobre ele – salvo em raras exceções como a supra mencionada - , seja porque o próprio jogo político se encarrega de mantê-lo afastado de acusações e suspeitas.²⁴

Lula parece ter a consciência de que, quando o ambiente não é positivo, pode ser mais proveitoso falar menos. É curioso observar que tal consciência é evidenciada até mesmo no uso de uma metáfora: “a melhor coisa que nós poderíamos fazer para cuidar da saúde do povo da Baixada (...) é falar um pouco menos para que o povo tomasse menos sol na cabeça”. (69.90)

²⁴ A imprensa tem usado – e abusado – de uma nova metáfora – de mau estilo, a nosso ver - para casos assim: com o sentido de proteção, diz-se que a pessoa foi “blindada”

Em ano de eleições presidenciais a preocupação principal de Lula em seu discurso parece ser não a de dar explicações sobre crises, mas sim a de atuar como garoto-propaganda de seu próprio governo. Sua atitude é eminentemente prospectiva e otimista. Metáforas que denotam esta idéia são as ligadas à plantação e colheita.

Setores políticos de oposição têm criticado o fato de que Lula esteja participando excessivamente de inaugurações de obras, com o fim de divulgar suas realizações. O presidente, invariavelmente, responde a esta crítica afirmando que “**nós plantamos e é justo que quem planta, colha.**”(66.87). O mesmo sentido é encontrado no trecho 68.89 (“quando uma muda dá fruto, o cidadão não quer que você encoste no pé de fruta para tirar proveito”).

Por mais de uma vez, também, Lula procura fazer uma espécie de balanço de sua gestão, que segundo ele, teria sido uma síntese dialética entre o econômico e o social. Exemplo típico é o trecho 73.105, em que Lula afirma que o “o social e o econômico estão andando de braços dados”. O trecho 67.88 parece ser ainda mais incisivo, pois nele o presidente procura mostrar o sentido de completude que há entre os dois princípios (justiça social e desenvolvimento econômico), : “*Um governo que tem apenas o braço social, não passa de um governo caridoso. (...) Um governo que tiver apenas o braço econômico é pobre em valor humano. A ele faltaria a coisa mais importante: o coração*”.

Lula faz questão ainda de mencionar que o Brasil tem procurado tomar rumos de autosuficiência na área econômica e financeira. Para enfatizar tal fato são comuns expressões como **dono do nosso nariz** (73.106 e 76.113), **andar pelas suas próprias pernas** (72.101 e 65.86) e **decidir pela sua própria boca.** (72.101). Estas metáforas ganham mais vida na medida em que o receptor tenha ciência de que, por exemplo, o Brasil quitou parte considerável dos juros da dívida com o FMI ou que a empresa Petrobras passou a produzir petróleo suficiente para o consumo interno.

Há que se ressaltar, ainda, não só a manutenção, mas talvez mesmo um reforço de um discurso voltado às camadas mais humildes da população. Esta idéia fica clara na visita de Lula a Queimados, na Baixada Fluminense, ao afirmar que **A minha cara não é a cara da Zona Sul, não é a cara da Avenida Paulista** (69.93). Lula procura alimentar esta identificação com as massas populares, quer com menções explícitas como esta, quer com a utilização de metáforas que, por assim dizer, “tocam o coração dos ouvintes”.

O discurso em Queimados é emblemático neste sentido, pois além de dizer que é “a cara da Baixada e não da Zona Sul”, mais uma vez volta a utilizar-se de mecanismos clássicos de convencimento em líderes populistas, como o de se comparar com um pai (**um presidente da República tem que agir com o povo deste país como um pai responsável age com seus filhos – 69.92**) e **não vou ficar discutindo quem é o pai da criança** (69.94). Outro ingrediente deste discurso é o apelo a uma certa dose de pieguismo ao dizer, por exemplo, **eu governo com a sensibilidade do coração.** (69.91).

Este discurso ou ideologia de “um governo voltado aos mais pobres” atinge o seu ápice quando Lula compara seu governo como uma grande *Casas Bahia*, que, segundo ele, tem uma “parceria” com a parte pobre da população.

Esta macrometáfora, resumida no trecho 78.115, nos permite a seguinte reflexão: a população pobre, público alvo número um deste discurso, possivelmente o absorve de modo positivo. Isto porque são estes os clientes das Casas Bahia, que têm uma visão positiva da empresa, pois esta possibilita crédito aos consumidores de mais baixa renda, e acesso aos bens de consumo.

Por outro lado, um público mais intelectualizado e de melhor nível sócio-econômico certamente vê tal discurso de forma negativa. Tal classe veria um tom demagógico nas práticas das Casas Bahia, que, na verdade, explora a boa fé das camadas mais humildes, fazendo com que o consumidor se envidivide a longo prazo, além de

oferecer produtos de qualidade suspeita.

6.1.1. Metáforas intrinsecamente consideradas: análise quantitativa e classificação

No período 1978-80 foram analisadas 168 frases, as quais continham 187 metáforas. Já no período contemporâneo foram analisadas 115 frases, que apresentavam 121 metáforas. O universo pesquisado foi de 283 frases, totalizando 308 metáforas.

Quanto ao período 1978-1980, observe-se as tabelas a seguir:

TABELA 1 - Metáforas por categoria – Significação Primária – *Frames*
Período 1978-80

Metáfora	Quantidade	Porcentagem
Agropastoril	7	3,74
Alegoria	5	2,67
Alimentos	7	3,74
Automobilística	1	0,53
Biológica	27	14,44
Cativeiro	7	3,74
Clichê ou metáfora adormecida	13	6,95
Composição musical	1	0,53
Concerto	1	0,53
Construção	7	3,74
Cor	2	1,07
Cronológica	1	0,53
Espacial	5	2,67
Esportiva	7	3,74
Fenômenos Naturais	2	1,07
Ferrovária	2	1,07
Guerra e Agressão	14	7,49
Inversão	2	1,07
Jurídica	1	0,53
Limpeza	1	0,53
Macabra	3	1,60
Marítima ou aquática	5	2,67
Matemática /Geométrica	5	2,67
Médica	9	4,81
Midiática	2	1,07
Moda	5	2,67
Negócios e Finanças	4	2,14
Parentesco	6	3,20
Percurso	10	5,35
Postura	3	1,60
Publicitária	2	1,07

Religiosa	4	2,14
Sinais gráficos	1	0,53
Teatral	4	2,14
Trabalho ou atividade	7	3,74
Unificação	4	2,14
TOTAL	187	100

TABELA 2 – Metáforas por significado adquirido
Período 1978-80

Metáfora	Quantidade	Porcentagem
Acolhimento	1	0,53
Adversidade	6	3,20
Advertência	2	1,07
Arrogância	2	1,07
Capitulação/Resignação	2	1,07
Comodismo	1	0,53
Confiança	2	1,07
Confronto/Embate	15	8,02
Confusão	1	0,53
Contradição	2	1,07
Contraposição	4	2,14
Coragem	2	1,07
Declínio	1	0,53
Desconfiança	1	0,53
Descontentamento	5	2,67
Desorganização	1	0,53
Emancipação	6	3,20
Escravidão	2	1,07
Esforço	1	0,53
Esteretipização	2	1,07
Exagero	10	5,34
Exclusão	3	1,60
Expectativa	1	0,53
Experiência	1	0,53
Explicação	1	0,53
Exploração	4	2,14
Fragilidade	1	0,53
Ganância	2	1,07
Humildade	1	0,53
Humilhação	1	0,53
Ilusão	2	1,07
Impacto	4	2,14
Imperfeição	1	0,53
Impotência	6	3,20
Independência	3	1,60
Indiferença	1	0,53
Indignação	5	2,67

Inércia	4	2,14
Início	1	0,53
Início	1	0,53
Instigação	1	0,53
Intensidade	3	1,60
Ironia	5	2,67
Irredutibilidade	1	0,53
Irresponsabilidade	2	1,07
Mobilização	7	3,74
Obsolescência	2	1,07
Obstáculo	1	0,53
Ocultação	1	0,53
Orgulho	3	1,60
Paciência	1	0,53
Panorama	1	0,53
Passividade	4	2,14
Perseverança	2	1,07
Preocupação	2	1,07
Precisão	1	0,53
Previsão	2	1,07
Proximidade	1	0,53
Repetição	1	0,53
Repressão	1	0,53
Sufrimento	3	1,60
Solidariedade	5	2,67
Solução	1	0,53
Submissão/Subserviência	7	3,74
Superação	5	2,67
Tranquilidade	1	0,53
Transformação	4	2,14
Transgressão	1	0,53
Transparência	7	3,74
TOTAL	187	100%

As estatísticas vêm confirmar o perfil do discurso de Lula em sua fase como sindicalista, tanto na Tabela 1 como na Tabela 2. Nota-se a utilização de expressões que denotam um Lula combativo, por vezes até agressivo. São 14 metáforas de guerra no período (7,49%). A utilização de clichês, 13, ou 6,95% demonstra a utilização de expressões simples, corriqueiras entre as camadas populares, e servem de indício para mostrar que Lula, àquela época, não se preocupava tanto em apresentar um discurso mais atraente. O excesso de metáforas biológicas (28, ou 14,44%) não tem qualquer conotação

ideológica ou política, e se deve simplesmente pelo fato de que esta categoria é ampla, está presente no dia-a-dia de todos os falantes e é de fácil assimilação. A impressão que temos é que ela aparecerá em abundância em qualquer trabalho de análise de discurso.

Na Tabela 2 pode-se ter um panorama do contexto vivido pela sociedade brasileira na década de 1970, e, mais especificamente, pela classe operária. O contexto de repressão política e restrição às liberdades públicas é propício às idéias de submissão, inércia e impotência. Para vencer este quadro adverso, é necessário o confronto, a luta, ideal este representado em 8% das metáforas, sendo o que mais apareceu. Coligados com estes ideais de luta, aparecem com importância os sentidos de emancipação e mobilização, que, juntos, somam 6.94%.

Já o discurso de Lula contemporâneo, sumariado nas tabelas 3 e 4, demonstra uma mudança de rumo, embasando um *ethos* de homem prudente, ponderado, conciliador e otimista, diferente do Lula sindicalista, combativo e indignado.

TABELA 3 - Metáforas por categoria – Significação Primária – Frames Período Contemporâneo

Metáfora	Quantidade	Porcentagem
Aérea	4	3,30
Agropastoril	5	4,13
Alegoria	12	9,92
Alimentos	6	4,96
Biológica	11	9,09
Cativeiro	2	1,65
Clichê ou metáfora adormecida	3	2,48
Concerto	1	0,83
Construção	6	4,96
Cronológica	1	0,83
Espacial	1	0,83
Esportiva	12	9,92
Fenômenos Naturais	2	1,65
Guerra/Agressão	6	4,96
Jurídica	2	1,65
Limpeza	6	4,96
Macabra	1	0,83
Marítima/Aquática	2	1,65

Médica	7	5,78
Moda	1	0,83
Movimento	2	1,65
Negócios e Finanças	4	3,30
Parábola	3	2,48
Parentesco	6	4,96
Percurso	6	4,96
Postura	1	0,83
Publicitária	1	0,83
Religiosa	1	0,83
Trabalho ou atividade	2	1,65
Unificação	4	3,30
TOTAL	121	100

TABELA 4 - Metáforas por significado adquirido
Período Contemporâneo

Metáfora	Quantidade	Exagero
Acolhimento	2	1,65
Adversidade	3	2,48
Advertência	3	2,48
Arrogância	1	0,83
Avareza	1	0,83
Capitulação/Resignação	2	1,65
Comodismo	1	0,83
Compromisso	1	0,83
Conciliação	4	3,30
Confiança	6	4,96
Confronto/Embate	2	1,65
Dedicação	2	1,65
Descontentamento	7	5,78
Emancipação	5	4,13
Empolgação	1	0,83
Exagero	4	3,30
Explicação	4	3,30
Exploração	1	0,83
Firmeza	1	0,83
Harmonia	1	0,83
Humildade	2	1,65
Impotência	1	0,83
Indignação	2	1,65
Intensidade	2	1,65
Ironia	4	3,30
Mobilização	1	0,83
Orgulho	4	3,30
Otimismo	12	9,92
Paciência	7	5,78
Passividade	1	0,83

Perseverança	7	5,78
Preocupação	1	0,83
Prudência	6	4,96
Reconhecimento	2	1,65
Revisão	2	1,65
Sinceridade	2	1,65
Solidariedade	3	2,48
Superação	4	3,30
Temor	1	0,83
Transformação	1	0,83
Transparência	4	3,30
TOTAL	121	100

Um primeiro dado facilmente perceptível por meio das estatísticas é que, no discurso contemporâneo de Lula diminui o uso de clichês e também o de metáforas visando meramente transmitir a idéia de exagero. A utilização de alegorias e parábolas (somadas, são 15, que equivalem a 12,4%) demonstram o maior capricho de Lula em tornar seu próprio discurso mais sedutor, o que acontecia com menos frequência nos anos 70. As metáforas esportivas são outra característica marcante deste período (9,92%).

Os números indicam uma mudança de postura de Lula, com o predomínio de metáforas que indicam otimismo (9,92%). Sentimentos de prudência e paciência também são muito valorizados (somados, alcançam 10,74 %), bem ao contrário do Lula sindicalista, que clamava por mudanças. Estas diferenças entre os dois discursos, que denotam o próprio *ethos* do personagem, são bem focalizadas nos quadros a seguir:

Quadro Comparativo

Metáforas mais recorrentes

Período 1978-80			Período Contemporâneo	
	Quant. %		Quant. %	
Confronto	15 (8,02)	X	Otimismo	12 (9,92)
Exagero	10 (5,34)		Paciência	7 (5,78)
Mobilização	7 (3,74)		Perseverança	7 (5,78)
Submissão	7 (3,74)		Descontentamento	7 (5,78)
Transparência	7 (3,74)		Prudência	6 (4,96)

Já apresentadas as metáforas, analisadas qualitativa e quantitativamente, não poderíamos deixar de abordar os critérios de classificação utilizados. Classificações não são boas ou ruins: são úteis ou inúteis. A classificação apresentada supra (pp.51-55) nos parece a mais sensata. É simples, prática e coerente do ponto de vista metodológico.

Dentro desta classificação, adotamos os cinco gêneros ali mencionados: metáforas de restauração, percurso, unificação, criativas e naturais. Contudo, além destes cinco pilares, entendemos ter sido útil e necessário incluir também mais duas categorias, cujo critério é autônomo em relação ao de *frames*: alegorias e parábolas²⁵. Verificamos a relevância destas macrometáforas.²⁶ Estas duas categorias, porém, não se antagonizam com

²⁵ Poderíamos perfeitamente incluir aí as fábulas, só que elas não apareceram nas frases analisadas.

²⁶ No discurso de Lula apontamos este fenômeno. As macrometáforas tornam seu discurso mais sedutor e permitem, por meio de analogias, transmitir mensagens de forma mais convincente, principalmente às massas mais humildes.

as demais, mas sim as complementam.

Como padrão geral, procurou-se trabalhar com uma metáfora por frase ou trecho analisado. Porém, casos houve em que uma frase apresentava mais de uma metáfora e a cisão comprometeria sobremaneira o entendimento global do texto. Isto justifica o fato de, no universo pesquisado, o número de metáforas ser ligeiramente superior ao de frases. De qualquer forma, quando isso ocorreu, as frases que trazem mais de uma metáfora tiveram cada fragmento identificados por letras.²⁷

Na classificação por significados adquiridos, procurou-se interpretar as frases de modo que de cada uma delas se extraísse sempre uma única idéia central. Trata-se de um critério de predominância, baseado na percepção do intérprete. Seria possível, em muitas das frases, extrair-se mais de um sentido, mas tentamos, em um trabalho de interpretação sistemática e teleológica, apresentar aquele que teria sido o mais plausível, o que melhor sintetizaria a essência e a utilidade da metáfora apresentada. Para tal, buscou-se, tanto quanto possível, trabalhar com substantivos abstratos, que resumissem, em uma única palavra, a intenção do emissor.

Elaborar tal classificação nos pareceu relevante na medida em que nem sempre a classificação única por *frames* se apresenta como um critério seguro. Pode-se notar que, por vezes, existe uma certa zona cinzenta em que pode haver confusão na hora de se fazer a analogia.

Exemplifiquemos: quando se fala em “frame de percurso marítimo”, quer se dizer que determinada palavra ou frase, compreendida em seu sentido originário, literal, está ligada a um conjunto de representações associadas ao cenário “mar” ou “mundo aquático” e tais representações remetem o receptor da mensagem a incorporar tais representações no momento de compreender a frase em seu sentido metafórico. E aí temos as metáforas

²⁷ Exemplo: 1.1a e 1.1.b

marítimas. Só que tais metáforas marítimas podem ser utilizadas com múltiplos objetivos e adquirir diversos sentidos de acordo com os termos utilizados e mesmo com o contexto da utilização.

Assim, por exemplo, “vir à tona” evoca a idéia de *revelação*. “Remar contra a maré” traz a idéia de adversidade, enquanto “o barco está afundando” significa derrota. O *frame*, aí, continua sendo sempre *marítimo* – a associação primária que se faz é com *mar* - e não “de derrota” ou “de adversidade”.

Em alguns tipos de metáfora, como as de *guerra*, estas associações parecem simples, pois na maior parte dos casos o *frame* de *guerra* trará o sentido de confronto, embate ou agressão.

Porém, o que não se pode fazer, para não correr o risco de quebrar a sistemática desta tipologia, é mesclar em uma única classificação o conjunto de signos aos quais a palavra se reporta (*frames*) com o sentido que adquire por meio de seu uso metafórico. Notamos este fato no trabalho de Teixeira (2004:68-70). A autora se refere, por exemplo, aos *frames* de família e doença, e o faz no sentido de Jensen (1975) e Abreu (2004), com o que estamos de acordo. Porém, faz menção também, por exemplo, a *frames* de sofrimento e exclusão (p.70). Só que, nestes casos, o sofrimento e a exclusão referem-se ao significado que a expressão adquire com o uso metafórico. “*Sufrimento*” e “*exclusão*” são categorias de sentimentos ou estados abstratos, diferentemente de “*guerra* ou *mar*” .

No caso do *frame* de *sofrimento*, a expressão analisada pela autora (“sem traumas”) poderia perfeitamente enquadrar-se na categoria de uma metáfora médica. Quanto à expressão ligada a *exclusão* (*página virada*), a tarefa de classificar se torna mais árdua,

pois ter-se-ia que refinar ainda mais as categorias criadas por outros autores anteriormente²⁸.

Só que este exercício de apresentar variações com novas subtipologias, se levado ao extremo, poderia transformar uma tipologia – que hoje é útil e enxuta - em um verdadeiro “monstro”, tão fragmentada que para todo e qualquer campo de conhecimento, atividade ou fato humano haveria uma subtipologia. E cada autor que pensasse em escrever sobre o tema buscaria acrescentar sua contribuição...

A classificação bipartite aqui apresentada mostra a metáfora sob dois ângulos que são, na verdade, complementares e que denotam duas etapas do processo cognitivo: uma inicial, em que se estabelece a relação de analogia, e outra final, em que, estabelecida a analogia, o receptor compreende a finalidade da expressão metafórica.

Para esta última o grau de liberdade na classificação é – e necessariamente há de ser – maior, não só porque aí sempre há a possibilidade de uma dose de subjetivismo, como também pela multiplicidade de conteúdos permitida nas trocas languageiras, conteúdos estes que estão em constante evolução. O leque de sensações, estados, ações e emoções que podem ser expressos metaforicamente é tão amplo que não há qualquer sentido em catalogá-los previamente em uma lista *numerus clausus*.

Já em relação à clássica classificação apresentada por Jensen (1975) e Abreu (2004) apresentamos apenas alguns acréscimos, que tiveram como critério de legitimação o fato de determinado conjunto de signos possuir um peso suficiente – aí entendido como uma utilização razoavelmente já consolidada pelos falantes da língua portuguesa – para constituir uma categoria autônoma.

Quanto mais o intérprete se debruça sobre a língua, mais ele vai descobrindo para

²⁸ Poderíamos chamá-la de “metáfora de livro” ou “literária”?

esta novos usos e possibilidades. Novos aspectos da realidade social, como a expansão da influência dos meios de comunicação e da publicidade na vida das pessoas, ou mesmo a popularização da informática, fazem com que determinadas expressões tenham seu significado ampliado.

Tais “novas subespécies”, ontologicamente, não representam, porém, nenhuma inovação, já que necessariamente se enquadram nos cinco gêneros acima citados - metáforas de restauração, percurso, unificação, criativas e naturais. Trata-se, tão somente, da tentativa de se refinar um pouco mais a classificação.

Assim, dentre as modificações de pouca monta, o que Abreu (2004) qualifica como “metáfora de lavrador” (p.54, supra), preferimos inserir numa única espécie como “metáfora agropastoril”, que indica não só a atividade produtiva agrícola mas também os demais elementos ligados à vida rural.

Todavia, é no gênero “metáforas de unificação” que identificamos maior abertura para a sugestão de novos tipos de metáfora. Como já salientado (p.53, supra), esta categoria possui uma natureza residual: remete-se a expressões e situações que estão presentes no cotidiano do receptor. Só que esta definição nos parece ser excessivamente genérica, pois, se assim é, quando não se encontrar nenhuma qualificação da metáfora nos demais gêneros, bastaria qualificá-la como “de unificação”, já que qualquer metáfora, para ser compreendida, deverá, de uma forma ou de outra, fazer parte do cotidiano do receptor.

Sempre haverá, é verdade, alguma lacuna em que não se conseguirá identificar a expressão com um núcleo comum de palavras relacionadas de forma singular a uma atividade ou situação, e, neste caso, o melhor que se deve fazer é alocá-la residualmente como “metáfora de unificação”. Mas mesmo dentro deste gênero, seria possível ainda incluir um subgênero que seria um pouco menos genérico – “trabalho e atividade” – mas

que, ainda assim, manteria uma natureza residual em relação às demais espécies.²⁹

Neste sentido, atividades ligadas a profissões, a ramos da ciência ou a áreas do saber podem ser agrupadas como espécies autônomas quanto maior e mais cristalizada for a apropriação de expressões e termos de uso próprio (sejam originariamente de uso técnico ou não) à generalidade dos falantes da língua. Se há todo um conjunto de signos que pode ser razoavelmente compreendido pelos falantes e que se popularizam em uma utilização figurada, torna-se legítima a criação de uma tipologia.

Pode-se falar, dessa forma, em **metáforas publicitárias**, que são aquelas que ativam *frames* relacionados a atividades de propaganda, marketing. Podem se referir a marcas de produtos, a slogans, a comerciais antigos de televisão. Além dos exemplos verificados no presente trabalho, que podem ser consultados na relação em anexo³⁰, podemos citar outros por nós criados para facilitar o entendimento:

- “Minha nora é uma boa pessoa, mas não chega a ser nenhuma *Brastemp*”.
- “Este funcionário é muito versátil. É o verdadeiro *Bombril*: *tem mil e uma utilidades*.”

Em um campo vizinho ao da Publicidade, por estar diretamente ligado à Comunicação Social, poderíamos fazer menção às **metáforas midiáticas**, que associam idéias ligadas aos meios de comunicação, à atividade jornalística, à internet, aos meios de transmissão de dados e ao cinema. A rigor, cada um destes conjuntos de idéias poderia representar uma espécie autônoma. Alguns exemplos, além dos apontados no discurso de Lula:

²⁹ Assim, quando a metáfora não se incluir em nenhuma das subespécies do gênero “unificação” – deve-se, primeiramente, verificar se ela não se incluiria dentre as de “trabalho e atividade”. Se a resposta for negativa, a solução é qualificá-la como metáfora de unificação em sentido lato.

³⁰ Sempre que apresentarmos alguma contribuição em matéria de classificação, procuraremos apresentar exemplos próprios, já que as metáforas de Lula são facilmente consultáveis no Anexo (inclusive com a indicação em destaque da classificação)

- “Nós, funcionários públicos, não somos bem sucedidos em nossas reivindicações de greve. Este *filme* eu já vi antes e o *final* raramente é feliz.”
- “Desculpe por não ter prestado atenção. É que hoje estou meio *fora de área*”
- “Fatos e acontecimentos ruins eu procuro *deletar da minha memória*.
- “Ele não chega a ser um *campeão de audiência*, mas consegue fazer sucesso com as mulheres”.

Pode-se falar também em **metáfora de negócios e finanças**, cujo conteúdo semântico possui pontos de contato com o das metáforas publicitárias, já que a publicidade e a propaganda são instrumentais às atividades empresariais. Poderiam, perfeitamente, dividir-se em duas categorias em separado: uma para negócios e outra para finanças. Só não o fizemos no presente estudo porque não houve, pelo menos nos discursos de Lula, exemplos suficientemente fortes que indicassem de forma clara a diferenciação, mas, pelo menos hipoteticamente a separação é perfeitamente possível. Citemos alguns exemplos:

- “Serei um vendedor de otimismo” [adaptado do próprio discurso de Lula]
- “Procurei ser gentil com todos e ser eficiente em meu trabalho. Com isso, no futuro, certamente *capitalizarei os lucros*”.

Ainda ligada às áreas de conhecimento e às atividades profissionais, poderíamos incluir as **metáforas jurídicas**. O Direito é um dos sistemas de conhecimento mais presentes na vida das pessoas. Apesar de englobar um universo semântico muito técnico, e por vezes inacessível ao público leigo, a ciência jurídica lança mão de uma série de conceitos e termos que são apropriados diuturnamente pelo público em geral. Assim, temos:

- “Estes preços tão altos são um verdadeiro *roubo*”

- “ O *divórcio* entre o jogador Romário e o clube Vasco da Gama ocorreu de forma *amigável*”
- “Cada um de nós deve ser o *juiz* de seu próprio destino.”

Ainda nas metáforas de unificação, incluímos as metáforas **matemáticas ou geométricas**, que são aquelas que, de alguma forma, evocam frames relacionados a números, pesos e medidas, operações aritméticas ou figuras geométricas. Sirvam de exemplo:

- “Meu pai é um sujeito muito *quadrado*. Não compreende os novos tempos”.
- “A pobreza aumentou *exponencialmente*”.
- “Este rapaz não é um simples ignorante. É um ignorante elevado à *quarta potência*”

Pode-se fazer menção ainda às **metáforas teatrais**, que se apropriam de termos ligados às artes cênicas:

- “Eu não me sinto uma *vedete*”.
- “É hora de os políticos tirarem a *máscara*”
- “Terminei o curso de doutorado. Agora começará o *terceiro ato* de minha vida.”
- “Minha vida é um *palco iluminado*”.

Certamente seria possível inserir uma categoria relacionada à atividade circense, que, embora não tenha aparecido no corpus do presente estudo, é algo bastante plausível.

Poderiam servir como exemplos:

- “Me respeite! Está me achando com *cara de palhaço*?”

- “A vida é um *picadeiro de circo*: cheia de ilusões”.
- “O trabalhador tem que fazer *malabarismo* com seu salário para chegar vivo ao final do mês.”

As **metáforas espaciais ou geográficas** também são de uso corrente no cotidiano e, por isso, merecem menção em separado:

- “Este lugar é o *fim do mundo*”.
- “Este conjunto de favelas é conhecido como *Faixa de Gaza*”

Poder-se-ia, por fim, incluir uma categoria que optamos por chamar de **metáforas macabras**, que fazem associação a termos fúnebres e situações funestas. São exemplos:

- “Os preços estavam à *hora da morte*”
- “O clima no Brasil, após a derrota na Copa, era de *velório*”
- “Passara a noite em claro, e, no dia seguinte, mais parecia um *zumbi*.”

Por fim, passando às metáforas de percurso, nada impede que se fale em metáforas ferroviárias, pois fazem parte, ontologicamente, do mesmo tronco das metáforas aéreas e marítimas. As opções de uso são mais reduzidas, é verdade. São exemplos:

- “O sujeito que só assiste a telenovelas acaba ficando *bitolado*”
- “Este menino é muito levado. Precisa de alguém que o coloque *nos trilhos*”
- “A senhora assustou-se ao ver se aproximar aquele *bonde do mal*.”

6.2 – ALGUMAS CONCLUSÕES SINTÉTICAS SOBRE A ANÁLISE

Curioso observar como o caso de Lula se encaixa nas considerações feitas por Dascal (2005:61). Discorrendo sobre a importância do papel do *ethos* no estabelecimento de uma relação de confiança entre emissor e receptor, o autor traz justamente o exemplo do

político:

Se um locutor é percebido como alguém que prega uma certa doutrina, mas não aplica seus princípios, a plausibilidade de seus argumentos diminui de forma geral, e não só em favor desta doutrina, pois ela projeta um ethos de hipócrita. Ao contrário, se alguém, ao reconhecer as contradições de uma tese que havia proposto, abandona-a, ou a modifica, sua credibilidade aumenta.

Lula se encaixa justamente na segunda hipótese. Procura, utilizando os argumentos da temperança, da paciência e da prudência - e aí as metáforas têm papel importante nesta legitimação - mostrar que é um *novo Lula*. Nas entrelinhas de seu discurso, ou em muitos casos, mesmo explicitamente, Lula reconhece que seu papel e sua imagem de *ser governo* é diferente daquele papel que ocupara por quase duas décadas.³¹

E, mesmo quando Lula ainda não havia chegado ao governo, seu *ethos discursivo* já vinha, paulatinamente, se desacoplando de seu *status* institucional correspondente. Sempre visto como o líder de oposição agressivo, de posições político-econômicas radicais, foi mudando seu discurso, seu estilo, para, em uma etapa seguinte, conseguir influenciar o eleitorado, que, a esta altura, já tinha esboçado esta imagem de um “novo Lula”.

As metáforas biológicas na primeira fase indicam apenas que esse tipo de figura é bastante corriqueira na linguagem do dia-a-dia, principalmente quando envolve bichos e plantas. É um traço ainda mais marcante de quem utiliza linguagem popular ou se dirige a um público com maior dificuldade de abstração.

As metáforas de *guerra e agressão* são uma constante nos discursos de Lula sindicalista e transferem a ele uma imagem de guerreiro, combativo. Além disso, não se pode esquecer que o período era o de ditadura militar. Vivia-se um clima de violência institucional e tais expressões, pode-se dizer, estavam “na moda”.

É fácil perceber, tanto no Lula sindicalista como no Lula presidente, a predileção

³¹ A questão do aumento de legitimidade, porém, não pode ser vista em termos absolutos, pelo menos no caso Lula, já que pelo menos os espíritos mais à esquerda o têm acusado frequentemente de *traidor* da classe trabalhadora, por suas opções políticas mais brandas.

por metáforas envolvendo esportes, em sua maioria futebol. Talvez ele tenha capitalizado a paixão do brasileiro pelo esporte, principalmente depois de ter conquistado mais uma Copa do Mundo, mas as metáforas diferem contextualmente e se adequam aos fatos cotidianos.

Quanto à finalidade das metáforas, em relação aos seus significados adquiridos, nota-se sem dúvida uma maior simplicidade no discurso de Lula sindicalista. As metáforas, aí, têm a idéia de reforçar conteúdo, quantificar alguma coisa, ou mesmo apresentar um sentido meramente hiperbólico.

O que Lula busca, em sua fase de sindicalista, é conscientizar os trabalhadores. É mostrar a eles o passado e o presente de injustiças sociais que eles enfrentam. E conclamá-los a intervir na realidade social. Estas marcas do discurso de Lula são evidentes nas idéias de escravização, inércia, impotência e mobilização. Já o Lula presidente procura transmitir sempre a idéia de otimismo, conclamando o povo não necessariamente a se mobilizar, mas a ter paciência e a se transformar.

As metáforas de Lula como sindicalista têm como pano de fundo a transmissão de mensagens de mudança e invocam sempre a importância de os trabalhadores se mobilizarem. Invocam relações de liberdade em detrimento de sentimentos de aprisionamento. Apontam para um futuro que cabe aos próprios trabalhadores construir.

As metáforas de Lula presidente têm sempre por trás a idéia de paciência, comedimento, temperança, prudência. Os *frames* de luta e mobilização ficam mais distantes, pois o povo deve confiar e ter fé em que os governantes saibam o caminho correto a ser seguido.

No discurso mais atual do presidente Lula as metáforas estão sendo utilizadas essencialmente como argumentos defensivos. Lula, quando as usa, está sempre contra-atacando alguma crítica, justificando alguma posição tida como impopular ou injusta. Suas

metáforas servem para legitimar seu discurso de governo, que enfrenta forte oposição.

As metáforas do Lula sindicalista tinham natureza mais dinâmica, de ação. Através delas, ele questionava o *status quo* vigente, daí a presença de termos mais fortes, como “derramar sangue”, “romper as amarras”. Elas instigam, questionam, e mesmo insuflam. Já as metáforas do presidente adoçam, tranquilizam, amansam.

No discurso de Lula na década de 1970, as metáforas eram utilizadas mais como recursos próprios de uma linguagem coloquial, com expressões próximas ao dia-a-dia do povo. São metáforas simples, aliadas a catacreses, hipérboles e comparações de fácil compreensão.

Já as metáforas de Lula presidente são sempre de grandes dimensões. Envolvem conclusões de fundo moral, à moda de alegorias, parábolas e fábulas. Para compreendê-las bem é necessário saber o contexto em que foram pronunciadas, não bastando um simples fragmento do texto para bem entendê-las.

Nos discursos recentes nota-se Lula dando um valor ainda mais pedagógico ao discurso: ele dá pequenas lições de moral como se fosse um velho sábio que mora num sítio em um lugarejo longínquo. Tanto que, se analisarmos estas alegorias em sua estrutura interna, veremos que boa parte pode ser desmembrada em pequenas metáforas, ligada a assuntos rurais, envolvendo semeadura, colheita e cultivo, e, em regra, associadas a valores como paciência e temperança.

Tanto na década de 1970 como hoje Lula tem consciência de quem é o público a quem se dirige, com a diferença de que este público hoje é maior e mais heterogêneo. Sempre que ele julga necessário, parafraseia expressões, explicitando o que queria dizer com a expressão metafórica.

Levando-se em conta o já citado entendimento de Gardner e Winner (1992), o que

se observa é que o Lula presidente da República procura, sempre que possível, inserir metáforas em um contexto situacional que seja de fácil compreensão para o receptor. Quando percebe que isso pode não ocorrer, Lula complementa as metáforas com exemplos ou com paráfrases. É também neste sentido de melhor compreensão que utiliza como recurso as grandes analogias, parábolas e anedotas.

Quando o *corpus* para o presente estudo já estava em fase de conclusão, um fenômeno curioso que não poderia deixar de ser analisado foi o da crise política vivida pelo governo federal, e, por conseqüência, pelo próprio presidente Lula. Escândalos de corrupção envolvendo partidários do governo fizeram com que a popularidade do presidente diminuísse.

O que se pode comentar é que todo esse clima negativo fez com que Lula adotasse a tática do silêncio, talvez para tentar preservar sua própria imagem: sua presença na mídia tem arrefecido. Seus discursos de impacto têm diminuído.

No entanto, o uso e a natureza das metáforas têm sido mantidos. Não é possível observar propriamente mudanças qualitativas mas apenas quanto à intensidade – menos discursos, menos metáforas e seus discursos adquirem cunho ainda mais defensivo.

É curioso observar ainda que o discurso de Lula, em algumas ocasiões mais recentes, talvez em virtude da crise política, não apresenta a mesma segurança que costumava lhe ser peculiar em épocas anteriores. Bom exemplo é o trecho **64.83**, no qual ele quis passar uma mensagem de otimismo, mas, em um ato falho, disse que para se começar bem o dia “todos deveriam jogar o otimismo no vaso”.

CONCLUSÃO

Ressalte-se, dentro das questões envolvendo o *Ethos*, a noção de estereótipo. O chamado *ethos prévio* adquire importância na medida em que é a imagem que se faz do enunciador no momento em que este se insere no discurso.

Pode-se considerar que, quando Lula iniciou sua vida política, a opinião pública ainda não tinha sobre ele uma visão formada. Nem mesmo poder-se-ia dizer que previamente ele fora rotulado com os estereótipos de esquerdista. Mas o fato é que as metáforas empregadas por Lula no período como sindicalista denotam um homem de certa forma, rude.

Conforme se pode observar nos exemplos citados, seus discursos têm sempre o tom de combatividade, mobilização e de denúncia das mazelas sociais. Em pouco tempo transformou-se em um líder conhecido nacionalmente, e, com isso, passou a acompanhar-lhe a pecha de radical, adquirida justamente pelo tom de seus discursos. As metáforas, além de servirem para que seja melhor compreendido, mostram, principalmente, que ele é um homem do povo.

É com essa imagem pré-concebida de combativo, contestador da ordem social vigente, igualitário, socialista e democrata que Lula é visto pelos setores mais à esquerda e pelos cidadãos com maior consciência política quando chega para ser candidato à presidência da República. Já para as elites econômicas e para boa parte do povo, Lula é visto como radical, baderneiro e nordestino semi-analfabeto.

Não se aprofundou a análise das diretrizes políticas e ideológicas de Lula e seu partido. Mas que estas mudaram isso não é de difícil constatação. O discurso de Lula muda de conteúdo e também de formato. Se esta mudança se deu única e exclusivamente por conta de Lula ou em que medida ele foi assessorado e instruído para tal, também não temos

como mensurar. Mas o fato é que seu discurso se torna mais polido, menos agressivo, embora ainda com linguagem clara e direta.

Se havia características do *ethos* prévio de Lula que depunham contra seu projeto de conquistar a confiança de uma parcela suficiente do eleitorado, o que Lula fez foi procurar reforçar os aspectos positivos de sua imagem pública e refutar os traços que lhe eram desfavoráveis. A metáfora foi instrumento importante deste processo.

As metáforas utilizadas por Lula passam a sintetizar não idéias de denunciamento e revolução, mas de otimismo e evolução. Tornam-se mais complexas e sempre trazem uma pequena lição de moral e de auto-estima, fazendo com que o público o veja como uma pessoa sábia, que com sua vivência sofrida aprendeu a ter temperança e bom-humor. Lula utiliza de forma consciente as metáforas tendo em vista sempre um valor pedagógico.

Não se pode ignorar que o conjunto de características relacionadas com a pessoa do orador e a situação em que esses traços se manifestam permitem construir sua imagem. A posição do orador e o grau de legitimidade a ele conferido contribuem para suscitar uma imagem prévia. Este *ethos prévio*, pode, de acordo com o discurso, ser confirmado, ou modificado. É o que se procurou mostrar neste estudo.

O que acontece é que, no caso de um político como Lula, por exemplo, seu *status* e sua “imagem pública” delimitam sua autoridade no momento em que inicia seu discurso. Só que a construção da imagem no discurso tem a capacidade de modificar as representações prévias, construindo novas imagens.

Reconhecendo que existe não propriamente uma dicotomia, mas antes uma complementaridade entre *ethos prévio* e *ethos discursivo*, deve-se considerar que é possível ao orador escolher estratégias para produzir uma impressão favorável de seu discurso. É possível reforçar determinadas características e atenuar outros atributos. O que se procurou

mostrar neste estudo é que a utilização das metáforas é um destes instrumentos.

Partindo-se do exemplo de Lula, observa-se que a metáfora é um instrumento importante para a compreensão do discurso em si, tornando-o mais atraente, mais claro ou mais sedutor, mas não apenas isso. A metáfora funciona como um elemento construtor e fixador da imagem de Lula em um primeiro momento. E adquire um papel ainda mais rico em um segundo momento de sua carreira política, pois, além de ser um instrumento fixador de seu *ethos discursivo*, as metáforas também servem para desconstruir o seu *ethos pré-discursivo*, moldando-o às exigências dos novos tempos.

Assim, o Lula “radical”, “contra o FMI” e “a favor da reforma agrária”, passa a chamar o presidente dos EUA de “companheiro Bush”. Como se vê, ele ainda mantém algumas características de seu discurso antigo. Ele parece reconhecer a importância de manter alguns traços de sua imagem do passado, como a de nordestino bem-sucedido, ou de sindicalista. Só que, ao mesmo tempo, adota um tom de certa forma messiânico, de condutor do processo político e não de incentivador da mobilização popular.

Procurou-se mostrar que as metáforas não possuem papel meramente embelezador ou subalterno. Elas refletem o *ethos* do enunciador e, ao mesmo tempo, interagem sobre ele, ajudando a moldá-lo e a transformá-lo.

O discurso das Casas Bahia (78.115) é emblemático para mostrar que uma mesma metáfora pode adquirir alcances diversos. O mesmo discurso, embora em um primeiro momento possa ser compreendido da mesma forma por receptores diferentes (no caso, ambos entenderiam que Lula quis comparar seu governo à gestão das Casas Bahia), pode ter, em um momento seguinte, conseqüências diferentes a partir da interpretação dos receptores. A analogia pode ter, portanto, efeito positivo ou negativo, de acordo com os entendimentos pré-concebidos que o receptor tem, seja sobre o *ethos* do emissor, seja sobre o próprio objeto do discurso.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABREU, Antonio Suarez. *A Arte de Argumentar – Gerenciando Razão e Emoção*. Cotia (SP): Ateliê Editorial, 2004.

_____. Metáfora: uma visão funcionalista. In *Revista Letras*. Campinas: PUC, 19 (1/2), dez.2000.

AMOSSY, Ruth (org.). *Imagens de si no discurso: a construção do ethos*. São Paulo: Contexto, 2005.

_____. O ethos na intersecção das disciplinas: retórica, pragmática, sociologia dos campos. In *Imagens de si no discurso: a construção do ethos*. São Paulo: Contexto, 2005. p.119-144.

ANSCOMBRE, Jean- Claude. “Introduction” In: *Argumentation et topoi*. Colloque d’Albi, 5,p.45-70. 1984. Trad. livre de Ana Maria do Prado Aquino.

ARISTÓTELES. *Arte Retórica e Arte Poética*. Rio de Janeiro:Edições de Ouro,1979.

AUCHLIN, Antoine.*Ethos e experiência do discurso:algumas observações*.IN:MARI,H. et alii. *Análise do discurso: fundamentos e práticas*. Belo Horizonte: Núcleo de Análise do Discurso. FALE/UFMG,2001.

BENVENISTE, Emile. *Problemas de Lingüística Geral II*. Campinas: Pontes, 1989.

BOOTH, Wayne C. A metáfora como retórica: o problema da avaliação. In: SACKS, Sheldon (org). *Da Metáfora*. São Paulo: EDUC/Pontes, 1992.

CHARAUDEAU, Patrick & MAINGUENAU, Dominique. *Dicionário de Análise do Discurso*. São Paulo: Contexto, 2004.

CHARAUDEAU, Patrick. “Contrat et strategies de parole”. In: *Langage et discours. Éléments de semiolinguistique*. Paris, Hachette, 1983.

_____.O ato de linguagem como encenação.In:*Langage et discours. Éléments de semiolinguistique*. Paris, Hachette,1983.

_____. *Grammaire du sens et de l’expression*. Paris: Hachette, 1992.

_____. “Contrat et stratégies de parole”. In :____. *Langage et discours*. Paris: Hachette, 1983.p.50-6.

_____. *Le discours politique – Les masques du pouvoir*. Paris: Vuilbert, 2005.

_____.*O que quer dizer comunicar*. CAD- Paris- CIAD –UFRJ,Mimeo.

CITELLI, Adilson. *Linguagem e Persuasão*.São Paulo: Ática, 2000.

COHEN, Ted. A metáfora e o cultivo de intimidade. In SACKS, Sheldon (org). *Da Metáfora*. São Paulo: EDUC/Pontes, 1992.

DASCAL, Marcelo. O ethos na argumentação: uma abordagem pragma-retórica. In *Imagens de si no discurso: a construção do ethos*. São Paulo: Contexto, 2005. p.57-68

DAVIDSON, D. O que as metáforas significam.In:SACKS, S. (org.). *Da metáfora*. São Paulo:EDUC/Pontes,1992.

DUCROT, Oswald. *O dizer e o dito*. Campinas, São Paulo: Pontes, 1987.

_____. *Princípios de semântica lingüística*.São Paulo: Cultrix, 1997.

- ECO, Umberto. A mensagem persuasiva; retórica e ideologia. In: ____ *A estrutura ausente*. 3ª ed. São Paulo: Perspectiva, 1976. p.72/94.
- EGGS, Ekkehard. Ethos aristotélico, convicção e pragmática moderna. In *Imagens de si no discurso: a construção do ethos*. São Paulo: Contexto, 2005. p.29-56
- FAUCONNIER, Gilles & SWEETSER, Eve. *Spaces Worlds and Grammar*. Chicago: The University of Chicago Press, 1996.
- _____. *Mappings in Thought and Language*. Cambridge: Cambridge University Press, 1997.
- FIORIN, José Luiz. *Ethos discursivo*. 1º CELING- UERJ-2001. Mimeo.
- GARDNER, Howard & WINNER, Ellen. O desenvolvimento da competência metafórica: implicações para as disciplinas humanísticas. In SACKS, Sheldon (org). *Da Metáfora*. São Paulo: EDUC/Pontes, 1992.
- GOFFMAN, Erving. A Elaboração da Face: uma análise dos elementos rituais na interação social. In FIGUEIRA, Sérgio Augusto. *Psicanálise e Ciências Sociais*. Rio de Janeiro: Francisco Alves, 1980.
- GUIMARÃES, Eduardo. *Os limites do sentido: um estudo histórico e enunciativo da linguagem*. Campinas, São Paulo: Pontes, 1995.
- HADDAD, Galit. Ethos prévio e ethos discursivo: o exemplo de Romain Rolland. In *Imagens de si no discurso: a construção do ethos*. São Paulo: Contexto, 2005. p.145-166.
- HARRIES, Karsten. A metáfora e a transcendência. In SACKS, Sheldon (org). *Da Metáfora*. São Paulo: EDUC/Pontes, 1992.
- JAKOBSON, Roman. *Linguística e Comunicação*. Trad. Izidro Blikstein e José Paulo Paes. 10 ed. São Paulo: Cultrix, 1970.
- JENSEN, J.V. Metaphorical constructs for the problem-solving process. In: *Journal of Creative Behavior*. New York: Creative Education Foundation, vol.9, nº. 2, second quarter, 1975.
- LAKOFF, George & JOHNSON, Mark. *Metáforas da Vida Cotidiana*. São Paulo: Mercado de Letras, 2002.
- LAKOFF, George. "The contemporary theory of metaphor". In: ORTONY, Andrew. *Metaphor and thought*. 2 ed. Cambridge University Press, 1993.
- _____. Sorry, I'm not Myself Today : The Metaphor System for conceptualizing the self. IN: FAUCONNIER, Gilles; SWEETSER, Eve. *Spaces Worlds and Grammar*. Chicago: University of Chicago Press, 1996.
- LE GUERN, Michel. *Sémantique de la métaphore et de la métonymie*. Paris: Larousse, 1973.
- LOPES, Edward. *Metáfora: da retórica à semiótica*. São Paulo: Atual, 1986.
- MACHADO, Ida Lúcia. Análise discursiva de um gênero televisual: a entrevista no talk-show Jô Soares 11 e 30. In: *O Discurso da Mídia*. CARNEIRO, Agostinho Dias (org.). Rio de Janeiro: Oficina do Autor, 1996.
- MACHADO, Ida Lúcia Machado & SANTOS, João Bosco Cabral dos Santos. Programação do Grupo Temático do XI SILEL. *Simpósio Nacional de Letras e Linguística*. Análise do Discurso pela Teoria Semiollingüística. Uberlândia: 2006.

Disponível em <http://www.ileel.ufu.br/Silel2006/programacao.asp>

MAINGUENEAU, Dominique. *Novas tendências em análise do discurso*. 2 ed. Campinas, São Paulo: Pontes, 1993.

_____. *Termos- chave da análise do discurso*. Trad. De Márcio Benício e Maria Emília Torres de Lima. Belo Horizonte, MG: UFMG, 2000.

_____. Ethos, cenografia e incorporação. In: AMOSSY, Ruth (org) *Imagens de si no discurso: a construção do ethos*. São Paulo: Contexto, 2005.

MAN, Paul de. A epistemologia da metáfora. In: SACKS, Sheldon (org). *Da Metáfora*. São Paulo: EDUC/Pontes, 1992.

MARTINS, Moisés de Lemos. *O Ponto de vista argumentativo da comunicação*. www.ubi.pt/~comum/martins-mois-es-lemos-argumentativo.html

MENDES, Candido. *Lula: entre a impaciência e a esperança*. Rio de Janeiro: Garamond, 2004

MOESCHLER, Jacques e REBOUL, Anne. *Diccionario Enciclopédico de Pragmática*. Madrid: Arrecife, 1999.

MOOIJ, J.J.A. *A study of metaphor*. Amsterdam/N.York/Oxford: North Holland Publishing Company, 1976.

MORATO, Elisson Ferreira. *Homem, Acadêmico, Poeta e Pastor: uma análise semiolinguística da constituição dos sujeitos na obra de Cláudio Manuel da Costa*. *Anais do ICHS*. Universidade Federal de Ouro Preto: Ouro Preto, 2006. Disponível em http://www.ichs.ufop.br/Anais-Imemorial%20do%20ICHS/trab/l8_3.doc

NIETZSCHE, F. Curso de Retórica, In *Cadernos de Tradução*. nº4. São Paulo: USP, 1999.

O REPÓRTER DE GUARULHOS. *LULA – Luís Inácio da Silva: Entrevistas e Discursos*. Guarulhos, 1981.

OSAKABE, Haqira. *Argumentação e Discurso político*. São Paulo: Martins Fontes, 2002.

PACHECO, Gustavo de Britto Freire. *A teoria da argumentação de Chain Perelman*. Disponível em http://www.puc-rio.br/sobrepuc/depto/direito/pet_jur/c1gpache.html. 2005.

PARANÁ, Denise. *Lula: o filho do Brasil*. Biografia. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2003.

PERELMAN, Chaïm & OLBRECHTS-TYTECA, Lucie. *Tratado da Argumentação: a nova retórica*. São Paulo: Martins Fontes, 2000.

PIETRULUONGO, Márcia Atália. Quando a paixão é metáfora. In.: *Texto e Discurso: Mídia, Literatura e Ensino*. (org.) PAULIUKONIS, Maria Aparecida Lino & GAVAZZI, Sigrid. Rio de Janeiro: Lucerna, 2003.

POLITO, Reinaldo. *A influência da emoção do orador no processo de conquista dos ouvintes*. São Paulo: Saraiva, 2001.

PORTO, Sérgio Dayrell. *Os 100 dias do presidente e o tom messiânico de seus discursos*. Intercom – XXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Belo Horizonte, Setembro de 2003. www.intercom.org.br/papers/congresso2003/pdf/2003_NP10_porto.pdf

PT. *Partido dos trabalhadores. Trajetórias: das origens à vitória de Lula*. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2002.

QUINTILIANO, M.Fábio. *Instituições Oratórias*. Trad. Jerônimo Soares Barbosa. São

Paulo:Cultura,V.1 1944.

REBOUL.Olivier. *Introdução à Retórica*. Trad. Ivone Castilho Benedetti. São Paulo: Martins Fontes, 2000.

RICOEUR, Paul. *A metáfora viva*. São Paulo: Edições Loyola, 2000.

RICOEUR, Paul. O processo metafórico como cognição, imaginação e sentimento. In: SACKS, Sheldon (org). *Da Metáfora*. São Paulo: EDUC/Pontes, 1992.

SACKS, Sheldon (org). *Da Metáfora*. São Paulo: EDUC/Pontes, 1992.

SHIFF, Richard. Arte e Vida: uma relação metafórica. In: SACKS, Sheldon (org). *Da Metáfora*. São Paulo: EDUC/Pontes, 1992.

SILVA, Gustavo Adolfo Pinheiro da. *Pragmática – As representações do EU e seus Efeitos de Sentido*. Rio de Janeiro: Enelivros, 2005.

SOUZA, Ynah. *Do-in antropológico, Ministro Grazziano e outras metáforas*. http://www.sistemauno.com.br/index.asp?page=institucional/noticia_busca&id=85. 07/01/2005

SWEETSER, Eve. *From etymology to pragmatics. Metaphorical and cultural aspects of semantic structure*. Cambridge: Cambridge University Press, 1990.

_____. *Spaces Worlds and Grammar*.Chicago:University of Chicago Press, 1996.

TEIXEIRA, Claudia de Souza. *A metáfora na argumentação*.Orientadora: Professora Doutora Maria Aparecida Lino Pauliukonis. Rio de Janeiro:UFRJ/Faculdade de letras, 2004. Tese [Doutorado em Letras Vernáculas]

VINCENT,D.,S.VOTRE et LAFOREST, M.. *Grammaticalization et Grammaticalization. Langues et Linguistique*. Pos- Québec : Université Laval, no 19, 1993.

WESTON, Anthony. *A arte de argumentar*. Lisboa: Gradiva, 1996.

REVISTAS e JORNAIS

FOLHA DE SÃO PAULO, 5 de setembro de 2003, Lula, seu discurso e suas metáforas, p. B1

FOLHA DE SÃO PAULO. 18/12/2003.Veja a íntegra do discurso de Lula em balanço do 1º ano de governo. Folha On Line

FOLHA DE SÃO PAULO, 21/01/2005 - Em discurso otimista, Lula diz que brasileiro deve olhar para futuro.

FOLHA DE SÃO PAULO, 24/02/2005. Discurso em Jaguaré, ES. Folha On Line.

FOLHA DE SÃO PAULO, 31/03/2005 (Folha On-line)

ISTO É, nº 143, 19 de setembro de 1979, p. 10- 13

JORNAL DO BRASIL. 28 de outubro de 2005. *Lula manda jogar pessimismo no vaso*. p. A8.

LEIA LIVROS, nº 6, 15 de outubro a 14 de novembro de 1978, p. 14 e 15

O DIA, 22 de abril de 2004, p. 18

O DIA, 8 de junho de 2003, p. 23
VEJA, 11 de junho de 2003, p. 38- 42
VEJA, 11 de junho de 2003, p. 44
VEJA, 18 de dezembro de 2002, p. 34
VEJA, 21 de maio de 2003, p. 36
VEJA, 30 de abril de 2003, p. 46-48
VEJA, 30 de abril de 2003, p. 7
VEJA, 31 de julho de 2002.
VEJA, 5 de fevereiro de 2003, p. 32
VEJA, 5 de fevereiro de 2003, p. 36- 39
VEJA, 6 de novembro de 2002, p. 35
VEJA, edição 1774, 23 de outubro de 2002, p. 36
VEJA, edição 1775, 30 de outubro de 2002, p. 34- 43
VEJA, edição 1777, 13 de novembro de 2002, p. 36- 41
VEJA, edição 1781, 11 de dezembro de 2002, p. 39 e 40
VEJA, edição 1787, 29 de janeiro de 2003, p. 42-44
VEJA, edição 1789, 12 de fevereiro de 2003, p. 32-35
VEJA, edição 1805, 4 de junho de 2003, p. 40-42
VEJA, edição 1810, 9 de julho de 2003, p. 40-44
VEJA, edição 1812, 23 de julho de 2003, p. 40- 42
VEJA, edição 1882, 1º de dezembro de 2004, p. 39
VEJA, nº 1772, 9 de outubro de 2002, p. 56- 62
VEJA, nº 1816, 20 de agosto de 2003, p. 44 -51
www.planalto.gov.br

ANEXO

O CORPUS

1. ENTREVISTAS DE LULA ENTRE 1978 e 1980³²

1. Entrevista ao Jornal *Pasquim* . 24-31/03/1978

1.1. (...) “Fazia muito tempo que a classe empresarial **não descia do pedestal(a)** e conversava com o trabalhador. Não acredito que nenhum empresário vá fazer concessões pro trabalhador porque **o Lula tem o nariz comprido(b)**, né, só vão realmente ceder alguma coisa no dia em que a gente puder tomar uma posição mais séria em termos coletivos.” (percurso / biológica) (arrogância / ironia)

1.2./1.3 [Pergunta: Como é que você conseguiu formar uma liderança sindical efetiva?]

1.2 “O problema é **não ter rabo preso**. (...) (biológica) (independência)

1.3. O homem que não é corrupto, que **não deve nada a ninguém**, pode falar à vontade.” (negócios e finanças) (independência)

1.4. “Fiquei apavorado porque o sindicato é uma muito grande, **uma máquina**” (construção) (exagero)

1.5. “A gente tem a mulher como gente do sexo fraco (...) mas esse Congresso [Congresso das Mulheres Operárias] me ensinou que **a mulher, bem preparada, é muito mais homem que os homens**” (inversão) (superação)

[Pergunta: Mas você se expressa bem e tem facilidade de pensamento. Onde adquiriu isso?]

1.6. “**É a escola da vida**, né? Converso com 30 ou 40 trabalhadores por dia. Converso também com engenheiros, advogados, médicos...” (clichê ou metáfora adormecida) (experiência)

1.7. “Temos que fazer um trabalho diário de massificação, **jogar contrato coletivo na cabeça do trabalhador todo santo dia**, pra ele se acostumar com isso” (trabalho e atividade) (repetição)

1.8. “Tivemos que **dar ouro** pro bem do Brasil, pô. E cadê a volta pra gente?” (trabalho e atividade) (exploração)

1.9. “Pra não perder o emprego a oposição é obrigada a ficar quieta durante um

³² FONTE: LULA – Luís Inácio da Silva: Entrevistas e Discursos. Guarulhos: O Repórter de Guarulhos, 1981.

determinado tempo, **tem que trabalhar de mão presa**, porque se começar a aparecer é mandado embora” (cativeiro) (impotência)

1.10“A legislação trabalhista é **feita nas coxas**, sabe, sem ouvir a classe trabalhadora que é a maior interessada.” (construção) (imperfeição)

1.11.“A gente está muito acostumado a pedir, pô, **tem dirigente sindical que não faz outra coisa a não ser comprar o Diário Oficial** pra ser se saiu algum decreto beneficiando eles. Isso precisa acabar!” (alegoria) (comodismo)

1.12.“O excesso de advogados que tem no Brasil é o **entrave (1.12a)** pro contrato coletivo de trabalho. Com a contratação coletiva, a maioria desses **picaretas (1.12b)** deixaria de existir, porque não haveria queixas individuais.” (percurso / clichê) (obstáculo / irresponsabilidade)

1.13. [Pergunta: Os vogais representam mesmo os trabalhadores?]
“Não, em nenhuma instância. Não quero generalizar porque existem alguns, mas vogal e juiz classista são **verdadeiras vacas de presépio**” (religiosa) (passividade)

1.14. [Pergunta: Lula, defina o que é pelego]
“**Pelego, vocês sabem o que é?**” (agropastoril) (explicação)
[Reposta do entrevistador: O couro que fica entre a sela e o cavalo]
“O pelego é a omissão do movimento sindicato brasileiro. É de muita recepção mas de pouca participação”

1.15.[Pergunta: Você leu o manifesto do Magalhães Pinto?]
“De **manifesto já morri afogado!** Colocar coisa no papel é muito cômodo...” (marítima ou aquática) (exagero)

1.16.[Pergunta; Lula, como você está vendo a sucessão paulista?]
“**Eu estou vendo como torcedor de futebol que está assistindo a um jogo de dois times de que não gosta**” (esportiva) (descontentamento)

1.17. “A covardia dos dirigentes sindicais faz com que, **quando uma pessoa abre a boca, ganhe ressonância nacional**, mas só quero ser presidente do meu sindicato.” (biológica) (impacto)

1.18.“Eu **não me sinto como uma vedete**” (teatral) (humildade)

1.19.“Acabou a estabilidade [do dirigente sindical], a empresa **mete o pé na bunda** do cara.” (clichê) (exclusão)

2. Entrevista à Revista VISÃO, 3 de abril de 1978

2.20“**A estrutura sindical brasileira dá a impressão de ter sido feita antes de existirem trabalhadores**. Ela é totalmente inadequada. Não se adapta à realidade, foi feita de cima pra baixo.” (inversão) (obsolescência)

2.21 “A classe trabalhadora deveria ter mais **peso político**” (biológica) (intensidade)

2.22.“Nós, aqui do sindicato, estamos convictos do que queremos e dos meios a serem utilizados para conseguir isso. **O caminho ficou muito tempo fechado, o mato cresceu e está impedindo os trilhos. Agora estamos apenas cortando o mato, desobstruindo a linha.**” (percurso ferroviário) (mobilização)

3. PROGRAMA VOX POPULI. Exibido em maio de 1978. TV Cultura-SP

3.23.“O movimento sindical **andou adormecido** durante anos, e **agora** que **acordou**, surgem argumentos de que o sindicalismo está sendo usado pelo governo ou pela própria imprensa” (biológica) (mobilização)

3.24.“Não existe autonomia nos sindicatos. O que existe é a coragem, a **falta de “rabo preso”** de alguns dirigentes sindicais com o governo.” (biológica) (independência)

3.25.“Eu acho que a coisa mais importante da vida do homem é ele **vender idéias** e existem os aceitadores, os **compradores de idéias**. (negócios e finanças) (contraposição)

3.26.“Todo trabalhador, quanto **sente seu estômago doer, quer se libertar daquela dor**. E aí acontecem as greves” (médica) (sofrimento)

3.27.“O sindicato nada mais é do que a união da classe trabalhadora (...) não espere da diretoria que ela **faça milagres**. São os trabalhadores que têm, não de fazer milagres, mas de lutar dentro da empresa.”(religiosa) (desconfiança)

3.28.“Esta [antecipação salarial] é uma **briga (a)** que o Sindicato de São Bernardo **comprou (b)** há algum tempo.” (guerra e agressão / negócios e finanças) (confronto/confronto)

3.29.“**O movimento sindical brasileiro é como uma criança quando nasce, presa pelo cordão umbilical à mãe**. O movimento sindical tem esse cordão umbilical preso ao Ministério do Trabalho” (parentesco) (submissão)

3.30.“O trabalhador só irá ter o direito de (...) **olhar olho no olho de seu filho**, se ele brigar dentro da fábrica, se ele se conscientizar.” (clichê) (orgulho)

3.31.“A criação da CGT, dentro da atual estrutura sindical, seria, na minha opinião, pura e simplesmente um **cabide de empregos** para dirigentes sindicais de cúpula. (moda) (descontentamento)

3.32.[Pergunta? Eu gostaria de saber qual o significado da palavra pelego]

“Pelego é aquele couro que separa a sela do corpo do cavalo. Para nós, o chamado de **pelego (a)** é o **pára-choque (b)** entre o trabalhador e a empresa, isto é, aquele homem que serve de intermediário apenas para evitar que a classe trabalhadora consiga ganhar alguma coisa.” (agropastoril / automobilística) (subserviência / subserviência)

3.33.“Se amanhã mudar alguma coisa aqui no Brasil, estes propalados pelegos serão muito autênticos, porque eles **nadam de acordo com a maré**. Para onde a água vai, eles estão

remando a favor da água.” (marítima) (adversidade)

3.34. “O trabalhador tem que ter tudo aquilo que ele produz, até automóvel. Se o trabalhador produz não é para a classe média usar, não é para os **tubarões** usarem, mas é para ele próprio trabalhador usar.” (biológica) (exagero)

3.35. “Eu gostaria de citar o exemplo, de **mostrar o milagre sem dizer o nome do santo**” (religião) (ocultação)

4. FOLHA DE SÃO PAULO, 04/06/1978

4.36. “Este [criação de um fundo desemprego gerado pelo trabalhador e pelo governo] é um **passo** para mais tarde.” (percurso) (previsão)

5. REVISTA MANCHETE, 10 de junho de 1978

5.37. “ Comecei a frequentar o sindicato em 1968. Percebi, então, que **nem tudo era cor-de-rosa** como queriam que fosse.” (cor) (adversidade)

5.38. “Meses antes da greve eu vinha alertando que greve não é sinônimo de baderna, **e sim de maturidade.**” (biológica) (contraposição)

5.39. “Havia um motivo maior para as máquinas pararem – **a dor de estômago**, a vontade de ganhar um pouco mais.” (médica) (sofrimento)

5.40. “Nenhum deles [os empresários] admite abrir mão sequer de 0,000005 de seus lucros. Durante anos ganharam dinheiro como ninguém ganhou na cadê da terra. Agora, **jogam a batata** nas mãos do governo” (alimentos) (irresponsabilidade)

5.41. “Em termos de empresários, o Brasil é **terra-de-ninguém**. Ninguém assume a responsabilidade de discutir com o trabalhador.” (clichê) (desorganização)

6. REVISTA SENHOR VOGUE – junho de 1978

6.42. “Eu achava que a prisão era **o fim do mundo**” (espacial) (ilusão)

6.43. “O que eu acho é que apenas meia dúzia de pessoas decidam tudo numa terra de 120 milhões de brasileiros. Nós não podemos esperar que o governo também **abra todas as portas para a gente. Nós temos que forçá-lo a abrir, nós temos que ficar quebrando a fechadura lá. Quer dizer, a porta está fechada, vamos arrombar**” (construção) (emancipação)

7 – DIÁRIO DO GRANDE ABC, 23/07/1978

7.44. “Começamos a perder aquilo que tínhamos (...) O trabalhador, então, foi tomando conhecimento de que a política salarial espelhava sua necessidade, de que em 1973 **foi roubado** em 34%, fora **os roubos** feitos nos anos anteriores e posteriores.” (jurídica) (indignação)

7.45. “ E bastou **colocar as cartas na mesa** como elas eram” (esportiva) (transparência)

7.46. “Ora, o sindicalismo no Brasil só é fraco porque é medido pela quantidade de sindicatos que existem, e não pela sua qualidade. **Aqui no Brasil se cria um sindicato igual se gera um filho**” (parentesco) (exagero)

7.47. “Por que devemos continuar nos enganando **com as camas que preparam pra gente e não preparamos a nossa própria cama?** [no sentido de o trabalhador reivindicar maior participação política] (construção) (emancipação)

7.48. “É inconcebível em um país (..) onde temos condições de **plantar batata e conseguir que nasça até em pedra , onde cana dá até no ar** (a) a gente pensar em criar uma energia nuclear ao invés de incrementar o programado álcool. (...) Nós ficamos querendo ser **como a casca do ovo. Ser grande e belo por fora, sendo que, por dentro, temos o frágil.** (b) Temos que crescer internamente. (agropastoril/alegoria) (exagero / fragilidade)

7.49. “Considero a Frente Ampla ampla demais para o meu gosto. Acho que **ela se abriu demais. Já nem é leque mais, já é guarda-chuva.** (moda) (exagero)

7.50. “Deverá haver um consenso dessa **equipe** de dirigentes sindicais de, dentro do próprio congresso, **ter tentado mudar as regras do jogo.**” (esportiva) (transparência)

7.51. “Se não for possível, pelo menos nós temos de mostrar à opinião pública que **tentamos mudar as regras do jogo**” (esportiva) (mobilização)

7.52 “Nós tivemos pura e simplesmente o desejo de mostrar a verdade da classe trabalhadora. Mas é que nunca se colocou as cartas na mesa para definir que estava certo ou errado. (...) Eu acho que é chegado o momento de **colocarmos as cartas na mesa(a)** com toda honestidade possível. (...) Somente **os cegos de idéias(b)** é que não querem entender isso.” (esportiva / biológica) (transparência / indignação)

7.53. “É chegado o momento de **darmos as mãos** e encontrarmos soluções para os problemas definitivos deste país chamado Brasil.” (unificação) (solidariedade)

7.54. “(...) Começar a brigar a partir de 16 de novembro para que, quem saiba, nas próximas eleições **as regras do jogo estejam mudadas** em benefício do povo brasileiro.” (esportiva) (transformação)

8 – FOLHA DE SÃO PAULO, 21 de setembro de 1978

8.55. “Devemos separar o bem do mal e não **colocar tudo num mesmo saco.**” (trabalho ou atividade) (contraposição)

8.56. “(...) E realmente penso que a classe trabalhadora deverá fazer um partido político nessa **caminhada.**” (percurso) (solidariedade)

8.57. “Sempre tive uma preocupação com os políticos e os intelectuais, porque a história nos mostrou que a classe trabalhadora foi usada e não se beneficiou com isso. (...) A classe trabalhadora **deve caminhar com suas próprias pernas.**” (percurso) (emancipação)

8.58. “Eu não tenho um partido na cabeça. (...) É essa participação [do trabalhador] que vai

canalizar depois para a criação do partido” (construção) (solidariedade)

8.59. “Temos que nos preocupar com a identificação de políticos que estejam dispostos a levantar nossas bandeiras.” (unificação) (solidariedade)

9 – JORNAL DO BRASIL, 14 de janeiro de 1979

9.60. “A negociação coletiva é, no momento, a grande saída para classe trabalhadora” (percurso) (transformação)

9.61. “É hora de o movimento sindical começar a luta e a dar muito valor, nestas épocas de campanha salarial, a uma efetiva garantia de emprego” (guerra ou agressão) (confronto)

9.62. “O trabalhador não pode ser tratado como mercadoria, ser trocado na hora em que o empregador bem entender.” (negócios ou finanças) (ganância)

9.63. “Como nunca fui adepto de estar só do lado do ganhador, preferi remar contra a maré e apoiar o homem que eu achava ser o melhor dos candidatos.” [referindo-se ao apoio à candidatura de Fernando Henrique Cardoso para o senado em 1978] (marítima ou aquática) (adversidade)

10- ISTO É, 21 de fevereiro de 1979

10.64. “Temos que partir de 1975, um ano meio negro” (cor) (adversidade)

10.65. “Os dirigentes sindicais começaram a soltar-se um pouco mais das amarras que os prendiam, acompanhando a movimentação da sociedade como um todo.” (cativo) (emancipação)

10.66. “(...) Estes dirigentes sindicais que ainda hoje se sentem atrelados(a) à estrutura sindical (...) terão que agir de forma diferente, senão os trabalhadores passarão por cima deles.(b)” (cativo / percurso) (escravização / transgressão)

10.67. “A interferência do Ministério é constante, já que estamos subordinados a uma estrutura que nos amarra a ele.” (cativo) (escravização)

10.68. “A nossa impressão é que, quando eles [os empresários] falavam em democracia, falavam apenas da boca pra fora(a). Se pudessem, todos eles jogariam os trabalhadores para fora do mundo (b), mandariam prendê-los, fazer qualquer coisa com eles.”

“A sociedade é que tem que traçar os destinos(c) do país” (biológica / espacial / matemática ou geométrica) (ironia / exclusão / previsão)

11 – FOLHA DE SÃO PAULO , 24 de março de 1979

11.69. “Eles [os empresários] não querem dar o sabor de mais uma vitória aos metalúrgicos do ABC.” (esportiva) (confronto)

11.70. “Um dia (...) a classe trabalhadora medirá forças com a classe patronal.” (matemática ou geométrica) (confronto)

12 – JORNAL MOVIMENTO, 02/04/1979

12.71. “Para mim, a coisa está na **estaca zero**” [referindo-se a negociação para não se descontar dias de greve em 1979] (**matemática ou geometria**) (**inércia**)

12.72. “O pessoal **perdeu o ponto de encontro (a)**(...) A partir da intervenção [no sindicato] o trabalhador ficou **órfão de pai e mãe (b)**” (**espacial / parentesco**) (**impotência / impotência**)

12.73. “Quando percebi que isso [preocupação dos companheiros em relação à prisão de Lula, em 1979] poderia atrapalhar o movimento, então resolvi voltar, inclusive **colocando o pescoço na guilhotina.**” (**macabra**) (**coragem**)

12.74. “Chega um determinado momento em que a gente tem que saber a hora certa de parar, para a categoria não **afundar**” [referindo-se à necessidade de se avaliar quando uma greve pode ser ou não proveitosa] (**marítima ou aquática**) (**capitulação ou resignação**)

13 – GAZETA MERCANTIL, 05 de abril de 1979

13.75. “A grande lição que os dirigentes sindicais têm que aprender é que o sindicalismo brasileiro esteve **morto (a)**. (...) A partir das greves do ABC eu acho que começou uma nova era no sindicalismo brasileiro, uma era em que **os trabalhadores estão fazendo os dirigentes sindicais andarem(b)**” (**macabra / percurso**) (**inércia / mobilização**)

13.76. “Aconteceu uma coisa muito estranha depois da intervenção: **o trabalhador passou a ter amor pelo sindicato como ele tem pelo filho, como ele tem pela mulher.**” (**parentesco**) (**orgulho**)

13.77. “Para mim (...) uma saída honrosa seria a gente **lavar as mãos** e não pedir para o trabalhador retornar ao trabalho e fica esperando aos poucos que eles fossem voltando.” (**limpeza**) (**indiferença**)

13.78. “Hoje **o clima** dentro das fábricas é de confiança” (**fenômenos naturais**) (**panorama**)

13.79. “Os boletins da Federação das Indústrias eram bem claros, a **linha tinha de ser dura**. A ponto de haver uma proposta de **jogar os trabalhadores na rua** para haver um **confronto** com o poder público.” (**guerra**) (**confronto**)

13.80. “A gente fez questão de pregar que **numa briga a gente sai com arranhão e quem sabe o arranhão nosso fosse os dias que a gente fosse perder.**” [sobre o risco de não ter todos os dias de greve pagos] (**guerra**) (**confronto**)

13.81. “Se o Ministro do Trabalho pretende uma coisa bem feita, terá de chamar os sindicatos, suas assessorias e discutir a questão. (...) Do contrário ficará **remendando, remendando**, e nunca atendendo aos interesses dos trabalhadores.” (**conserto**) (**inércia**)

13.82. “Eu só tenho certeza de que vou continuar gritando, **aos quatro cantos do mundo**, uma liberdade para a classe trabalhadora” (**espacial**) (**exagero**)

13.83. “Somente num país **das maravilhas** isso poderia acontecer. (...) Se havíamos recusado 63%, iríamos ficar com 44% **de mão beijada**, só porque o Tribunal decretou isso” (clichês) (indignação)

14 – Jornal da Semana, S.Bernardo, 29/04/1979

14.84. “Houve um tempo em que nós [metalúrgicos de S.Bernardo] éramos considerados os **marajás** da classe operária.” (clichês) (ironia)

14.85. “Quase todo operário é obrigado a **se curvar** diante da necessidade do trabalho dos filhos para sustentar a família” (postura) (submissão)

14.86 “Queremos perdoar este povo pela fome que ele passou, por ele ter **sido escravo dentro das fábricas.**” (cativoiro) (exploração)

15- Entrevista concedida a Renato Tapajós, 22/05/1979

15.87. “Ficou bem claro que, na hora de **ferrar** a classe trabalhadora, na hora de **sugar** a classe trabalhadora, patrão e governo se unem” (trabalho ou atividade) (exploração)

15.88. “Quando houve a intervenção, com o afastamento da diretoria, eu esperava que tivesse **nascido** naturalmente um comando de greve.” (biológica) (início)

15.89. “Mas eu acho que a organização dos trabalhadores, se considerarmos que tivemos **15 anos praticamente mortos, 15 anos dormindo**, eu acho que a organização foi praticamente perfeita.” (unificação) (inércia)

15.90. “No dia em que eu não pudesse dar tudo aquilo que os trabalhadores queriam, eu poderia **sair machucado** da luta.” (médica) (confronto)

15.91. “Eu tinha **sentido na pele** o problema da intervenção no sindicato” (médica) (impacto)

15.92. “Somente os trabalhadores poderão transformar esta sociedade (...) numa sociedade em que efetivamente o trabalhador possa **andar de cabeça erguida.**” (postura) (orgulho)

15.93. “A disposição dos trabalhadores hoje é a mesma antes da greve (...) durante os 45 dias em que nós vivemos nesse **compasso de espera.**” (composição musical) (expectativa)

16 – REVISTA EM TEMPO, 25/05/1979

16.94. “A criação de um Partido dos Trabalhadores precisaria de uma vez por todas acabar com as **máscaras** de PC, PC do B, MDB (...) de forma que quando a pessoa entrasse para o partido vestisse uma **camisa nova.**” (teatral / moda) (transparência / transformação)

16.95. “(...) fazer um negócio menos clássico e mais realista, a partir de um momento em que as coisas possam ser encaradas sem **roupagens ideológicas**, tirando tudo que é **máscara** e partindo para enfrentar concretamente os problemas reais da classe

trabalhadora” (moda / teatral) (transformação / transparência)

17- REVISTA PLAYBOY, julho de 1979

17.96. “Fiquei uns seis meses bem **fodido** na vida”[com a morte da primeira mulher] (biológica) (adversidade)

17.97. “Qualquer dia vou **papar** a nora deste velho” (alimento) (arrogância)

17.98. “Quando chego em casa, 2 da manhã, num **bagaco**(...) nem penso sem sexo” (alimento) (intensidade)

17.99. “Estudante deve mesmo ficar na faculdade e não vir **encher o saco** dos trabalhadores” (clichê) (ironia)

17.100. “Querem jogar a culpa de uma greve (...) em cima de meia dúzia de caras, que, pelo menos em São Bernardo, **não apitam bulhufas.**” (clichê) (passividade)

17.101. “Um governo que em 15 anos não conseguiu fazer um líder, tem muito medo de um peão que de repente aparece com espírito de liderança. É por isso que muita gente está **rezando (a)** para que minha **cabeça role(b).**” (religiosa / macabra) (preocupação/preocupação)

17.102. “Na hora de ler a folha tremia tanto que **parecia que estava ventando a 100 por hora.**” [sobre a primeira entrevista à imprensa] (fenômeno natural) (exagero)

17.102. “Um PTB já é **dose pra leão**, imagine dois! Um de Ivete Vargas e outro do Brizola.” (biológica) (exagero)

17.103. “O governo não sabe ou não quer atacar o lugar certo. Outro dia **soltou um pacotinho, mas não atacou** os banqueiros, que são a causa da inflação.” (guerra) (descontentamento)

17.104. “Acho que pensavam: ‘ É esse aí o que faz greves.’ Esperavam ver **um monstro soltando fogo pelo nariz.**” (alegoria) (exagero)

17.105. “Eu estava lá **pastando**, sem poder comer aquela comida horrível. Eu pensei: é melhor ficar preso no Brasil do que solto no Japão, comendo aquilo” (agropastoril) (passividade)

17.106. “Ari Campista [presidente da CNTI] só provou uma coisa: **que ele é um homem de ontem com mentalidade de anteontem: só provou que está morto e não sabe.**”

[Réplica do entrevistador: Você gosta de frases de efeito, não?³³ Eu já ouvi você falar isso também do Jânio Quadros e do empresário Theobaldo de Negris.]

[Reposta de Lula]: Eu não tenho culpa de que eles sejam tão parecidos.

[Pergunta]: Há outras frases suas que as pessoas às vezes lembram: “Trabalhador não váia trabalhador”. Tem uma então, que poderia ser inscrita no seu túmulo, se um dia você morrer, o que eu acho difícil: “Que ninguém, nunca mais, ouse duvidar da capacidade de

³³Transcrevemos o restante do diálogo para notar que, já em 1979, os jornalistas já percebiam o apreço de Lula pelas “frases de efeito”.

luta do trabalhador”. Você diz essas coisas espontaneamente, no impulso, ou você as decora em casa antes de ir para as assembléias?

[Lula] Não diga isso...” (cronológica) (obsolescência)

17.107. “Hoje se fala em sindicato tanto em coquetéis da fina-flor da burguesia como em balcão de botequim. É, sem dúvida, uma vitória da classe trabalhadora.” (espaciais) (intensidade)

18 – REVISTA ENSAIO, Nº 5. 1979

18.108. “Isso [a luta da mulher trabalhadora] é importantíssimo porque elas são um estímulo para que os companheiros trabalhadores continuem brigando. (...) A mulher tem tanto ou mais valor que o homem na hora de ir para briga. (...) Se a mulher for favorável, o marido tende a se tornar um baluarte na luta.” (guerra) (confronto)

18.109. “A arte de ter um filho é uma coisa tão sagrada que eu acho que não deve ser proibida por lei” [sobre programas de controle de natalidade] (parentesco) (impacto)

18.110. “A mulher deve brigar pela independência dela, é o mínimo que pode fazer. Ela precisa começar a brigar dentro do lar dela, com os pais dela, precisa começar a brigar dentro do seu trabalho para ser igual aos homens.” (guerra) (confronto)

18.111. “O trabalho dela [da mulher] é arte da aguentação(a). (...) eu convivo com muitas pessoas, não fico bitolado, e, em casa, mulher fica bitolada(b) (clichê / percurso ferroviário) (paciência / impotência)

19 – EM TEMPO, 10 a 16 de janeiro de 1980

19.112. “Enfim, o trabalhador está sempre começando da estaca zero(a). É como na brincadeira do pau-de-sebo(b). (matemática ou geometria/ alegoria) (adversidade / adversidade)

19.113. “Há um mundo de safadagens dentro das empresas que tem que vir à tona.” (marítima ou aquática) (transparência)

20 – TRIBUNA DA IMPRENSA, 12 de fevereiro de 1980

20.114 “Pouca gente consegue admitir que para se fazer oposição não é preciso estar todo mundo junto de uma camisa de força.” (cativeiro) (impotência)

20.115. “Tem me preocupado muito a questão dos programas partidários. Porque o papel não tem o direito de dizer não a nada, ele aceita tudo que lhe é imposto. Ao papel cabe apenas o papel de esperar que as pessoas acabem de escrever.” (trabalho ou atividade) (descontentamento)

20.116. “Eu não tenho culpa do fato de a imprensa colocar os partidos como sendo o partido do Brizola, o partido do Tancredo, o partido do João. Eu acho então que se deveria pegar a imprensa e lhe dar um puxão de orelha por ter criado essa idéia.” (trabalho ou atividade) (advertência)

20.117. “Evidentemente que todo programa partidário deve ter um cunho ideológico. Não pode ser vaselina como é o do PDS, por exemplo. (médica) (subserviência)

20.118. “Agora, é diferente você fazer uma proposta socialista de você rotular (a) o partido de socialista. Por que a gente não deve levar para a classe trabalhadora o prato feito (b). (publicitária / alimentos) (estereotipização / mobilização)

21.119. “A estrutura sindical que temos hoje, dada por Getúlio Vargas e que o Brizola tanto defende, é como uma gaiola, onde o passarinho tem alpiste, tem água, mas está preso.” (cativeiro) (impotência)

21 – REVISTA ISTO É, 20/02/1980

21.120. “As críticas que tentam nos impingir, o rótulo de extremistas(a), tudo isso faz parte exatamente daqueles que sempre nos usaram como massa de manobra.(b)” (publicitária / construção) (estereotipização/advertência)

21.121. “Finalmente, não queremos que o trabalhador se contente com um litro de leite, queremos despertar na cabeça do trabalhador o desejo de conquistar uma vaca.” (agropastoril) (emancipação)

22 – REVISTA ESPECIAL, nº 5, Abril de 1980

22.122. “Alguns dirigentes sindicais deram demonstração de que não era necessário andar de braço dado com o patrão ou debaixo do sovaco do governo.” (percurso) (emancipação)

22.123. “Dentro da intelectualidade você tem milhares de pessoas volúveis. É aquilo que a gente costuma chamar amigo da esquerda na língua e da direita no bolso.” (unificação) (contradição)

22.124. “Muita gente come mortadela arrotando peru” [criticando o comportamento da classe média] (alimentos) (contradição/inversão)

23 – REVISTA ISTO É – 28/05/1980

23.125. [Pergunta] Que conclusões você tira da greve, da prisão?
“Agora, para mim, pertence ao passado o sindicalismo “vaca de presépio” do governo, posto alternativo de assistência social, instrumento de meras reivindicações econômicas.” (religiosa) (passividade)

23.126. “É gente que quer ver o trabalhador vivendo de migalhas que caem da mesa do poder.” (alimentos) (indignação)

23.127. “Nossa campanha salarial (...) obrigou os empresários tidos como liberais a arrancarem a máscara (a). (...) Apoiados pelo governo, eles repassam ao consumidor os custos do aumento e, assim, põem lenha na fogueira da inflação”(b). (teatral / trabalho ou atividade) (transparência / instigação)

23.128. “Para nós a decisão do TRT foi um retrocesso. Voltar ao trabalho naquele momento seria aceitar o grão de arroz – cru e sem sal – quando a gente lutava por uma refeição completa.” (alimentos) (indignação)

23.129. “A gente tentou dialogar e eles [governos federal e estadual] se trancaram por trás de cassetetes e bombas” (guerra) (confronto)

24 – REVISTA EM TEMPO. 12/07/1980

24.130. “O que o Getúlio fez foi o que você viu eu fazendo aqui com a minha cachorrinha, reclamando para a Marisa comprar um osso pra ela. Agora, ela está numa corrente com um espaço de liberdade de dois metros.” (alegoria) (submissão)

2. DISCURSOS DE LULA ENTRE 1979 e 1981.

25. 14 de março de 1979 – Estádio Vila Euclides – São Bernardo do Campo

25.131. “Estamos pedindo apenas uma vírgula, uma partícula pequena daquilo que ganham as empresas à custa, às vezes, até do sangue do trabalhador.” (sinais gráficos) (exagero)

25.132. “Faço questão de colocar aqui para vocês como se estivesse conversando com Deus, conversando como se estivesse conversando com um filho que sente medo.” (parentesco) (acolhimento)

25.133. “Eu estarei na frente de vocês, sempre tomando a primeira porretada” (guerra ou agressão) (confronto)

25.134. “Seu eu percebesse que a vaca vai pro brejo, eu teria coragem de falar: companheiros, nós vamos retornar ao trabalho.” (agropastoril) (declínio)

26. 27 de março de 1979 – Paço Municipal de São Bernardo

26.135. “Eu gostaria de ser curto e grosso pra vocês.” (clichê) (impacto)

26.136. “E vocês se recordam que, num determinado instante, até ouro para o bem do Brasil nós demos e ganhamos em troca um pé nos fundilhos.” (clichê) (contraposição)

27. – 13 de maio de 1979 – Estádio Vila Euclides – São Bernardo do Campo

27.137. “Sabem que jamais Lula fugiria do pau e jamais Lula fugirá do pau.” (guerra) (coragem)

28. – 26 de maio de 1979 – Sindicato dos Metalúrgicos de São Bernardo

28.138. “O Djalma [dirigente sindical] é um dos caras por quem eu coloco as duas mãos no fogo, e coloco até a cabeça no fogo pela honestidade dele.” (biológica) (confiança)

28.139. “Se tiver **500 quilos para carregar e em vez de carregar 500 quilos cada um carregar 100 gramas, não vai ficar pesado para ninguém e to mundo carrega o mesmo peso**” (matemática ou geométrica) (solidariedade)

28.140. “Vou denunciar para os trabalhadores, para que façam de uma vez por todas o julgamento de alguns grupinhos safados que **parecem urubus**, que querem se aproveitar da desgraça dos outros para começar a **voar alto como o vôo do urubu**.” (biológica) (ganância)

28.141. “Somente os **cegos de cabeça**, não os cegos de vista, não entendiam que a Volkswagen não estava se recusando a dar 11%” (biológica) (ilusão)

29 – 1º de abril de 1980 – Estádio Vila Euclides – São Bernardo

29.142. “A (a)**guerra** é da parte deles [governo e patrões] , porque nós queremos, pura e simplesmente, (b)**recuperar uma parte do sangue** que as multinacionais nos tiraram durante o tempo todo em que elas estão no Brasil.”(guerra / médica) (confronto / perseverança)

29.143. “Amanhã, dentro da fábrica, **cada um de vocês vai ser um jornal**. Cada um de vocês **vai ser um canal de televisão**. Cada um de vocês **vai ser um rádio**. Não para mentir, mas para dizer aos trabalhadores que segunda-feira nós pararemos as máquinas”. (midiática) (mobilização)

29.144. “Aqueles companheiros que não vão trabalhar mas que gostam de ira na porta da fábrica, não vão: deixem a polícia **bater no vento e nos ratos** que existem em São Bernardo do Campo.” (biológica) (ironia)

29.145. “Eu gostaria que os trabalhadores entendessem, primeiro, que **a oncinha está começando a beber água**. (...)Nós sairemos vitoriosos nesta luta.” (biológica) (superação)

29.146. “Um companheiro (...) vê esse monte de trabalhadores dispostos a **brigar**, ele fica animado também, e tem **coragem de brigar**.” (guerra) (confronto)

30. – 02 de abril de 1980 – Sindicato dos Metalúrgicos

30.147. “Tem que ser lançado um desafio público, e que a imprensa registre e que **o nosso computador, na nossa cabeça**, registre também.” (midiática) (precisão)

30.148. “Não adianta mais falar que nós **estamos de barriga cheia**, porque nós sabemos que as lombrigas estão **brigando dentro da nossa barriga**.” (alimento) (sofrimento)

31 – 07 de abril de 1980 – Estádio Vila Euclides

31.149. “Resolvi deitar e dormir até as oito horas, **como um passarinho**”. (biológica) (tranquilidade)

31.150. “Se o ministro [Murilo Macedo] considerou a assembléia como um fruto podre, é necessário dizer também que **nós tivemos o remédio, e este fruto está mais sadio do que estava quando a árvore foi plantada**.” (médico) (solução)

31.151. “A lei tinha sido feita para evitar a greve, e a greve está aqui nas barbas dele e na dele [ministro Murilo Macedo].” (biológica) (proximidade)

31.152. “Ainda chegaram ao cúmulo dizer que não vão dar estabilidade porque senão a gente ia virar um Itália. Na verdade, quando o governo não quer que a gente seja igual à Itália, é porque ele quer que isto aqui seja igual ao Uruguai, Paraguai (...), Biafra.” (espacial) (descontentamento)

32 – 08/04/1980 – Estádio Vila Euclides

32.153. “A greve aqui é feita porque os patrões são uns safados e só querem o nosso sangue.” (médica) (exploração)

32.154. “O pagamento desse mês é limpo, é limpo porque nós já o ganhamos, é limpo porque custou o nosso sangue.” (médica) (esforço)

33 – 10/04/1980 – Estádio Vila Euclides

33.155. “Os empresários das empresas pequenas já estão pedindo água (...) Vocês sabem que eles já estão quase pedindo penico” (clichês) (capitulação ou resignação)

33.156. “O patrão vai pegar ele [o trabalhador de pequenas empresas que não aderiu à greve] pelo fundilho das calças e mandar pra fora.” (moda) (humilhação)

34 – 11/04/1980 – Estádio Vila Euclides

34.157. “Me parece que está chegando a hora da onça beber água. O primeiro gole de água que a onça bebeu foi o da Termomecânica [empresa que fez acordo com os trabalhadores em greve]. E tem mais 700 empresas aqui em São Bernardo, que serão mais 700 goles de água que a oncinha vai beber.” (biológica) (superação)

34.158. “Nós só voltaremos a trabalhar com o nosso aumento e a nossa estabilidade no bolso” (moda) (irredutibilidade)

34.159. “As conquistas do sindicato vão ser pra quem está brigando” (guerra) (confronto)

34.160. “O chefe tinha colocado um monte de minhocas na cabeça(a) deles. E voltaram a trabalhar na sexta-feira, e tomaram um pé na bunda(b).” (biológica / biológica) (confusão / exclusão)

34.161. “Nós somos seres humanos e não ratos. Nós não somos covardes.” (biológica) (confiança)

34.162. “Não estamos brigando pelo hoje, não. Nós, trabalhadores, estamos brigando pelo amanhã.” (guerra) (perseverança)

34.163. “Nós vamos ficar aqui neste campo até o dia em que a oncinha acabar de beber a última gota d’água.” (biológica) (superação)

34.164. “Se eu disse no início que está chegando **a hora da oncinha beber água**, é porque a gente já fez um acordo e já tem outras empresas querendo fazer acordo.” (biológica) (superação)

35 – 14/04/1980 – Sindicato dos Metalúrgicos

35.165. “Porque no Brasil, historicamente, todas as vezes que os sindicatos começaram a **andar (a)**, o governo veio e **podou (b)** os sindicatos que começavam a andar.” (percurso/agropastoril) (mobilização / repressão)

35.166. “Os trabalhadores são **um bando de formigas**” [referindo-se ao aumento da consciência em relação à greve, e à coesão dos trabalhadores] (biológica) (mobilização)

35.167. “Não sei se todo mundo me ouviu bem, porque a **minha voz está como duas folhas de lixa grossa raspando uma na outra.**” (construção) (exagero)

35.168. “Os metalúrgicos (...) só voltaram a trabalhar quando a classe empresarial **se ajoelhou a seus pés.**” (postura) (submissão)

3 – FRASES DE LULA NO PERÍODO CONTEMPORÂNEO

36. *Biografia de Lula – Lula, o filho do Brasil. Entrevistas realizadas ao longo do ano de 1993*

36.1. Eu tenho mágoa do meu pai porque acho que ele era muito ignorante. Era um **poço de ignorância.** (clichê) (exagero)

36.2. A separação foi um **grito de liberdade** que a minha mãe deu que atingiu em cheio toda a **população dela**, que eram os filhos. (alegoria) (emancipação)

36.3 O meu avô era daqueles que **guardavam dinheiro no colchão**. Não sei se os netos roubaram ele, só sei que um avô morreu numa pendura desgraçada. (negócios e finanças) (avareza)

36.4 Quando nós chegamos em Santos meu pai tratou a outra mulher como **filial** e a minha mãe como a **matriz.** (negócios e finanças) (ironia)

36.5 Quando cheguei em casa para entregar meu primeiro salário para minha mãe, eu cheguei com um orgulho! Era como se eu fosse **o dono da cocada preta**. Eu me sentia o dono do mundo. (alimento) (orgulho)

36.6. O Paulo Vidal [ex-líder sindical] era muito pretensioso. Era tão pretensioso que terminou em nada. Ele **dava os passos sempre maiores que a perna podia dar.** (percurso) (arrogância)

36.7. A verdade é a seguinte: **política é como uma boa cachaça: você toma a primeira dose e não tem mais como parar, só quando terminar a garrafa.** (alegoria) (intensidade)

36.8. Era muito difícil ser presidente do sindicato com o Paulo Vidal na secretaria-geral. **Era como se você fosse suar a camisa, fosse entrar no lugar do Pelé e o Pelé com boa forma física e técnica estivesse no banco de reservas.** O Paulo Vidal era muito mais preparado. (esportiva) (capitulação ou resignação)

36.9 Depois da trégua aprovada, nós ficamos 45 dias nas portas da fábrica quase fazendo **uma guerra. Quase fazendo uma guerra.** (guerra) (confronto)

36.10. E nós fomos para as portas de fábrica. Trabalhamos que nem uns **condenados.** (cativeiro) (exploração)

37. VEJA . *A Rota de Lula para o Poder. edição 1772 ano 35 n. 40 – 9 de outubro de 2002.*

37.11 **“Minha primeira grande descoberta foi constatar que o Brasil não é um sindicato e o PT não pode governá-lo apenas com seus quadros e suas idéias. Vamos fazendo novas descobertas a cada dia”** p. 58 (unificação) (harmonia)

37.12 **“Eles falavam coisas distantes de nosso mundo”** [referindo-se ao Partido Comunista], p. 59. (espacial) (descontentamento)

37.13. “Quando fundamos o PT, as esquerdas nos **detonaram.** Diziam que nosso partido era um erro”. p. 59 (guerra) (confronto)

37.14 **“É como uma caixa d’água. De um lado entra a arrecadação. Do outro saem as despesas. O importante é não deixar que falte água”** [comparação feita por Lula ao discutir com Mantega a questão relativa ao orçamento] p. 60. (construção) (explicação)

38. *Veja, 6 de novembro de 2002.*

38.15 **“Estou mais ou menos como Felipão. Ele já tinha um time na cabeça e, chegou na hora, o botou para jogar e foi pentacampeão”.** [referindo-se à formação de seu ministério, durante entrevista ao Jornal Nacional, da Globo, que o tratou como se fosse o próprio Felipão, depois da conquista do penta] (esportiva) (otimismo)

39. *Veja, 18 de dezembro de 2002.*

39.16. **“Como o Brasil está na UTI, eu coloquei um médico para ser ministro da Fazenda”.** [referindo-se a Antonio Palocci, seu futuro ministro da Fazenda, que é médico] (médica) (explicação)

40. *Veja, 5 de fevereiro de 2003.*

40.17. **“Não comeram nenhum pedaço de mim”** [ao deixar Davos] (alimento) (exagero)

41. *Veja, 19 de fevereiro de 2003. p. 32.*

41.18 **“O Brasil não é um Fusquinha, que pode dar cavalo-de-pau, é um**

transatlântico. Se a virada não for feita aos poucos, pode afundar. E nós não temos vocação para Titanic” (alegoria) (paciência)

42 *Jornal do Brasil*, 23/02/2003

42.19. “**Vírus da inflação** ameaça o país” (médica) (advertência)

43. *Jornal do Brasil*, 28/02/2003.

43.20 “Este ano é um ano de **comer angu quente**. E não vamos nem comer pelas beiradas” (alimentos) (otimismo)

44. *VEJA – Ordem no Tribunal – 30 de abril de 2003*

44.21 **É preciso um controle externo do Judiciário. É preciso saber como funciona a caixa-preta desse poder que se considera intocável**” [em um discurso em Vitória, quando criticou diretamente outro poder, o Judiciário] (aérea) (transparência)

44.22. “**A justiça não age, enquanto Justiça, no cumprimento da Constituição , que diz que todos são iguais perante a lei. Muitas vezes, uns são mais iguais do que outros, e é o que eu chamo de “justiça classista”. É uma justiça que favorece uma classe**” Para reforçar seu diagnóstico acerca dos homens de toga, Lula cita pela segunda vez desde que tomou posse uma fase atribuída ao cangaceiro Lampião, o bandido que durante quase vinte anos matou e roubou, aterrorizando o sertão: “**neste país, quem tiver 30 contos de réis não vai para a cadeia**”. Para atualizar as referência histórica nordestina, Lula emendou, dizendo que “**ainda, em muitos casos, prevalece exatamente isso**” [Palavras do Presidente, ditas de improviso durante solenidade em Vitória-ES, p.46] (jurídica) (indignação)

45. *Veja*, 21 de maio de 2003. p. 36

45.23 “**Nem todo mundo dorme e acorda na mesma hora**” [explicando porque o PT só defende as reformas agora, maio e 2003] (cronológica) (explicação)

46. *VEJA edição 1805 – ano 36 – n. 22 – 4 de junho de 2003*.

46.24 “**A cabeça tem esse formato para que as idéias circulem**” [justificando em entrevista coletiva aos correspondentes estrangeiros, suas mudanças de posição desde que assumiu o governo]. (p. 36) (movimento) (revisão)

46.25. “**É que eu sou do partido do trabalhador**” [Lula mantém os mesmos torturantes embates com a gramática, mas até isso, para ele, é motivo de sátira] (p.40) (unificação) (orgulho)

46.26. “Vou fazer o **jogo político** como jamais foi feito neste mundo velho de guerra” (p.40) (esportiva) (confiança)

47. *JORNAL O DIA*, 08.06.2003, P.23

47.27. “Como nordestino **curtido na escola da vida**, sou um homem acostumado a falar

com franqueza e de coração aberto.” (biológica) (firmeza)

47.28. “Governar é como uma maratona: você não pode começar a 80 por hora porque seu fôlego pode acabar na primeira esquina.” (esportiva) (prudência)

48. *Veja, 11 de Junho de 2003, p. 44.*

48.29 “Usaram o veinho e ele caiu direitinho” [falando sobre as declarações do vice-presidente da República José de Alencar à imprensa, sobre as taxas de juros] (clichê) (ironia)

48.30 “Muitas pessoas, se tivessem controle emocional e consciência de que seu corpo é mais leve do que a água, certamente não morreriam afogadas”. [numa referência aos que têm pressa para baixar os juros] (marítima ou aquática) (prudência)

49. *VEJA, edição 1810, ano 36, n. 27 – 9 de julho de 2003.*

49.31 “Não tem chuva, não tem geada, não tem terremoto, não tem cara feia, não tem Congresso Nacional, nem tem Poder Judiciário. Só Deus será capaz de impedir que a gente faça este país ocupar um lugar de destaque” [na Confederação Nacional da Indústria, em Brasília no dia 24 de junho de 2003], p. 42 (fenômenos naturais) (otimismo)

49.32 “Tem jogador que pega a bola, não olha pro lado, dá uma bicuda e não marca o gol. Tem outro que olha pro lado, vê um companheiro livre, passa a bola e marca o gol. Nós não temos tempo para dar bicuda”. [Na Feira Nacional do Doce, em Pelotas, no dia 17 de junho de 2003, ao pedir paciência e repisar o tema de que seu governo , ao contrário dos outros, não tem direito a cometer erros], p.42 (esportiva) (paciência)

49.33 “A dura realidade é que todos nós temos um pouco de louco dentro de nós”. [No lançamento da Política Nacional de Saúde Mental, em Brasília, ao tentar levantar a auto-estima dos deficientes mentais presentes à cerimônia, mas usando o termo politicamente incorreto “louco”], p. 42 (médica) (capitulação ou resignação)

49.34. “Nossa responsabilidade é infinitamente maior que a de qualquer outro presidente na história deste país. Exatamente porque não sou um homem que veio de cima” [Na missa dos trabalhadores, em São Bernardo do Campo no dia 1º de maio de 2003, ao voltar ao tema de que seu governo não pode falhar, sob pena de desmoralizar quem veio das camadas populares da sociedade], p. 42 (movimento) (humildade)

49.35. “O Brasil estava quebrado e alguém vai ter que salvar este país” [Na feira Nacional do Doce, em Pelotas, no dia 17 de junho de 2003 ao referir-se à “herança maldita” de seu antecessor e colocar a si próprio na condição de salvador nacional], p.44. (conserto) (compromisso)

49.36. “Quem planta um feijãozinho vai ter que esperar noventa dias. Quem planta um milhozinho vai ter que esperar 150 dias. Criar um porquinho vai demorar seis meses para comer o bichinho”. [Na inauguração de terminal rodoviário, em Alto Araguaia (MT) no dia 6 de julho de 2003, ao justificar a lentidão com que seu governo está implantando a reforma agrária], p. 44. (alegoria) (paciência)

49.37. **“Eu olho para vocês e me vejo olhando para meus filhos. Prefiro dizer uma verdade dura para o meu povo a mentir descaradamente”**. [Na feira Nacional do Doce, em Pelotas, no dia 17 de junho de 2003 ao apresentar-se, em tom paternal, como um político diferente dos demais, que, segundo o presidente, costumam mentir], p. 44. (parentesco) (sinceridade)

50. VEJA – edição 1816. ano 36, n. 33 – 20 de agosto de 2003.

50.38 **“Ele deu uma pisada na bola”** [ao se referir às incursões políticas feitas por seu antecessor, Fernando Henrique Cardoso] p. 41. (esportiva) (decontentamento)

50.39 **“Briguei muito para estar onde estou. Se tem alguém que não pode reclamar de ser presidente sou eu. Eu sei que estou jogando minha história neste mandato”**, p. 42. (guerra) (confiança)

50.40 **“Vamos ser cobrados por não trocar quando tiver velório de ministro?”** [ao se referir á troca da frota por aviões mais modernos], p.42 . (macabra) (ironia)

50.41 **“Só precisa de um piloto e um cachorro. O piloto para dar comida ao cachorro. E o cachorro para acordar o piloto”** [Falando das maravilhas aéreas que só faltam voar sozinhas], p. 42 (aérea) (empolgação)

50.42 **“Esse não cuida nem das janelas e ainda quer cuidar do Brasil”** [mostrando os amplos janelões de vidros blindados recém-colocados no gabinete], p. 42. (trabalho ou atividade) (descontentamento)

50.43 **“Sou de uma geração e de uma terra em que o fio de bigode valia mais que muito que muito documento”**. p. 46. (biológica) (confiança)

50.44 **“Comecei me queixando muito das agências porque as vejo como uma forma de terceirizar responsabilidades. Cria-se uma agência e ela vai controlar os preços essenciais. De repente, o governo fica sabendo do aumento de preço pelos jornais. O mais grave é que, lá no bar, na igreja, na comunidade, o povo não conhece a agência, só governo. E ele é que é xingado. A mãe do juiz é ele”**. p. 46. (alegoria) (adversidade)

50.45 **“Aprendi que o presidente não tem o direito de ficar irritado. Aos 57 anos, eu já apanhei tudo o que tinha de apanhar, já gastei minha capacidade de ficar irritado.”**, p. 47 (guerra ou agressão) (paciência)

50.46 **“Os técnicos de futebol não tiram de campo um jogador a cada dez minutos de jogo. Os governos também devem fazer o mesmo. Sempre disse aos prefeitos e governadores do PT que eles não devem fazer uma avaliação da equipe ao fim dos primeiros doze meses de gestão”**, p. 47 (alegoria esportiva) (prudência)

50.47 **“Vou dizer uma coisa: eu já falei várias frases de efeito e mais tarde percebi que eram exageradas. Um grande amigo meu certa vez foi condenado porque, na euforia de um comício, chamou um presidente da República de canalha. Mas posso avisar aos interessados que neste país ninguém faz reforma agrária nem na marra nem no tapa. A reforma vai ser feita no tempo certo e na medida do possível”**, p. 48 (guerra ou agressão) (paciência)

50.48 Veja – O senhor acha que o Fernando Henrique Cardoso está tendo um papel positivo como ex-presidente? Lula - “**Acho que ele deu uma pisada na bola ao fazer um comentário de caráter político**”, p. 48 (esportiva) (descontentamento)

50.49 “**O país vai dar um salto de qualidade, mas sem aventura. Eu não quero ser parte de uma onda. Vem uma onda bonita , todo mundo quer surfar, depois a onda acaba e ninguém sabe o que fazer. Temos de ter paciência. Não se pode ficar dando choque na economia. A história do Brasil já mostrou que choques criam uma euforia na sociedade que dura dois meses e, depois disso, o resultado é sempre pior**”, p. 48.(alegoria) (paciência)

50.50 “**Há mais ou menos um ano e meio tenho pensado muito em como quebrar o ciclo da miséria, violência e isolamento que aflige as pessoas na periferia das grandes cidades. A questão não é apenas falta de dinheiro. Temos um problema sério que é o processo de desagregação da estrutura da sociedade, que começa com a implosão da família. Existe uma pobreza passiva e uma ativa. Quando o cidadão está no semi-árido nordestino, ele é pobre, mas ele tem a mãe dele, o pai. Além disso, ele tem uma relação com São José, porque ele espera todo ano até 19 de março para chover, depois ele tem uma relação com o padre Cícero. Ou seja , ele tem fé. Quando esse mesmo cidadão se desloca para um grande centro urbano, seja Recife, seja São Paulo, ele vai morar numa favela e perde essa rede de proteção. Não tem mais o conforto dessas relações. Passa a ser um sujeito que mora num barraco num barraco cercado de estranhos. O único ambiente agradável que ele tem por perto é o bar, o único conforto, a bebida. O morador do interior do Nordeste tem a paciência de esperar pela chuva, por uma vida melhor. O filho adolescente do nordestino que migrou para a cidade grande não tem mais a mesma paciência. Quando ele vê, está no fio da navalha. Para cair na criminalidade, é um pulo**”. pp. 48-49 (parábola) (solidariedade)

50.51 “**Tenho horror à anestesia. É uma morte momentânea, e eu não sou chegado a fazer teste com a morte**”. [falando sobre seu problema de bursite e uma possível cirurgia, p. 51] (médica) (temor)

51. FOLHA DE SÃO PAULO, 05 de setembro de 2003. Lula, seu discurso e suas metáforas p. B1

51.52 “Hoje estava andando com a Marisa – o Palocci não foi – e tem um monte de pé de jabuticaba lá [no Palácio da Alvorada]. Estou desde janeiro naquela casa e a gente vai o pé de jabuticaba e nunca tem jabuticaba. Está sempre sem flor, porque Brasília é muito seca, e o sol bebe água antes de ela chegar na raiz. E todo mundo sabe que jabuticaba precisa de água e sol. Colocamos lá um gotejamentozinho. Hoje fomos lá e acho que daqui a alguns dias eu vou encher vocês de jabuticaba, porque tem muita jabuticaba que vai dar. Está acontecendo com o meu pé de jabuticaba o que vai acontecer com este país, está acontecendo com o meu pé de jabuticaba o que vai acontecer na economia nacional. No Brasil, tem um tipo de gente tão pessimista, que acho que nem filho eles podem ter. Primeiro porque não têm tempo de esperar o período de fertilidade da mulher, depois porque não tem tempo de esperar nove meses para nascer, depois porque não têm tempo de esperar um ano para aprender a falar papai, então ‘já que demora muito, eu não vou ter’. Eu e a Marisa somos otimistas, enchemos a casa.” (parábola) (perseverança)

51.53. “Fico pensando quando o rei de Portugal imaginou vir para o Brasil. Tinha os pessimistas que falavam: como é que vai para o Brasil? Não sabiam que tinha o Brasil ainda. Como é que nós vamos descobrir uma terra nova? Tem esse mar imenso que a gente não sabe nem quantos quilômetros tem. Nós não vamos conseguir. Aí o otimista falou: vamos fazer um barco e vamos tentar. E conseguiu chegar.” (alegoria) (otimismo)

51.54 “Em dezembro vamos visitar o Líbano, os Emirados Árabes, a Arábia Saudita, a Síria, o Egito e a Líbia. Não é possível que parte dos bilhões de dólares que os árabes têm, hoje, nos Estados Unidos, não possa vir um pouco para cá. Não temos que ficar dizendo que temos carnaval, gente bonita e inteligente. Temos que definir marcos regulatórios que possam garantir que, quem quiser pôr o se dinheiro aqui, venha. Porque vai ter a certeza que não vai ser assaltado. Isso é como um trabalhador comum, quando vai abrir sua continha bancária. **Se tiver escrito na porta do banco “abra sua conta aqui e perca 1% ao mês” ele não abre.** (negócios e finanças) (advertência)

52. FOLHA DE SÃO PAULO. 18/12/2003. Veja a íntegra do discurso de Lula em balanço do 1º ano de governo. Folha On Line

52.55. O mais importante é que nós estamos construindo, nesses 11 meses, um Brasil em que o preconceito não está sendo **jogado embaixo do tapete**, mas está sendo **estirpado** da nossa sociedade. (limpeza) (superação)

52.56. Quero dizer para vocês que termino este ano infinitamente mais feliz do que comecei. E imaginem, nessa época do ano, como é que estava a minha cabeça. Eu lia nos jornais, alguns economistas importantes dizerem: "**O Brasil vai quebrar(a), o Brasil vai afundar(b)**, coitado do Lula". Os meus amigos diziam: "Pôxa, Lula, **você pegou uma batata quente, pegou um pepino(c)**, isso não tem jeito". E o povo, na sua sabedoria dizia: "Presidente, vai fundo". Nós temos consciência de que as mudanças que o Brasil precisa não serão obra de um mandato, de dois mandatos ou de uma década. Quem sabe, seja obra de uma ou mais gerações. O que é importante é que o **alicerce** feito para essa mudança seja **muito sólido, para que a casa não caia com o primeiro vento forte ou com a primeira chuva.(d)** (construção / marítima / alimentos / alegoria) (perseverança x4)

53. Discurso do presidente da República, Luiz Inácio Lula da Silva, na cerimônia de abertura da 25ª Festa da Uva 2004, 20/02/2004. Fonte: www.planalto.gov.br

53.57. Essa Feira demonstra que o Brasil pode, deve e vai ser diferente daqui a alguns anos. Agora, para que isto aconteça **é preciso plantar sementes boas, é preciso cuidar da terra com carinho** e acreditar que teremos condições de mudar o Brasil. (agropastoril) (perseverança)

54. Discurso do presidente da República, Luiz Inácio Lula da Silva, na cerimônia de lançamento do Serviço de Atendimento Móvel de Urgência – SAMU-192 - São Bernardo do Campo-SP, 26 de abril de 2004. Fonte: www.planalto.gov.br

54.58. Vejam que engraçado, Feijó, olha a **arapuca em que você me colocou (a)**, aqui. De um lado tem **a turma de trás, de bonezinho azul(b)**, pedindo justiça para reduzir a alíquota do Imposto de Renda; de outro lado tem, aqui na frente, **a turma de branco** pedindo mais aumento de salário-mínimo; ou seja, eu reduzo o que o Estado ganha e

aumento a despesa. (cativoiro / moda) (preocupação / conciliação)

55. *Discurso do Presidente Lula na abertura da Conferência do Banco Mundial sobre Combate à Pobreza. Xangai, 26 de maio de 2004.* Fonte: www.mre.gov.br

55.59 “Não temos o monopólio das boas idéias, nem **queremos reinventar a roda**. Queremos encontrar meios de levar adiante compromissos assumidos, mas nunca cumpridos. Trata-se, sobretudo, de um exercício de mobilização.” (construção) (humildade)

55.60. “**A fome é, na verdade, a pior das armas de destruição em massa**, pois vitima milhões de pessoas a cada ano.” Fonte: www.mre.gov.br (guerra) (descontentamento)

56. *Veja 8 de setembro de 2004. p. 38*

56.61 “**Fico imaginando se é direito ou é justo uma pessoa que conquistou a liderança e a representatividade junto aos países africanos voltar para casa e cuidar de boi zebu**” [falando sobre Joaquim Chissano, presidente de Moçambique há dezessete anos, que deve entregar o poder em breve] (agropastoril) (indignação)

56.62 “**Essa gente tem café no bule**”. [citando o apresentador Ratinho, em evento no STJ, querendo dizer que o crime organizado tem poder] (alimentos) (advertência)

57. *Veja, 29 de setembro de 2004. p. 36.*

57.63 “**Em time que está ganhando não se mexe**. (No ministério) **só sai por contusão**”. [Lula descartando reforma ministerial] (esportiva) (prudência)

58. *Revista Veja, 1º de dezembro de 2004*

58.64. “Eu não mexo na política econômica. **Não tem volta. O caminho está tomado** e ponto final” (percurso) (confiança)

58.65. “Não conte com mudanças que não virão, **não jogue contra** o nosso governo” (esportiva) (otimismo)

59. *Folha de São Paulo, 21/01/2005 - Em discurso otimista, Lula diz que brasileiro deve olhar para futuro*

59.66 “Muitas vezes um governante se levanta de manhã, lê um jornal e já sai de casa achando que o mundo acabou, que nada vai dar certo, já tem **logo de cara uma azia**, daquelas que nunca curam. E ele começa a trabalhar o dia inteiro imaginando que as coisas vão dar erradas, que as coisas não andam, não tem dinheiro, não tem projeto” (médica) (exagero)

59.67 “Eu tomei uma decisão na minha vida. No dia em que tomei posse, eu me convenci de que teria que ser a imagem do Brasil que eu acredito que todos nós merecemos. E **botei na minha cabeça que eu deveria ser o maior vendedor de otimismo já visto neste país.** Não há nenhuma razão para que a gente não acredite que o Brasil está vivendo um momento histórico, singular, o seu maior momento de credibilidade internacional, o seu maior momento de auto-estima da população e, por isso só, a gente tem que acreditar que não tem como este país não dar o salto de qualidade que ele precisa dar.” (negócios e finanças) (otimismo)

60. Folha de São Paulo, 24/02/2005. Discurso em Jaguaré, ES. Folha On Line.

60.68 “E tinha alguma coisa que não estava funcionando, não era mais da responsabilidade de quem tinha deixado o governo, mas era da responsabilidade de quem tinha assumido o governo. Aliás, meu querido Carlos Wilson, eu, numa linguagem mais popular, sempre digo o seguinte: **quando a gente casa com uma viúva, a gente não recusa a família; a gente casa com a viúva, com os filhos, com a mãe, com o pai e com as virtudes e os defeitos que a pessoa possa ter.** E a recíproca é verdadeira: quando a mulher casa com o viúvo, também, leva a penca de problemas que, no primeiro momento, pensa que são soluções. Mas isso faz parte da vida.” (alegoria) (solidariedade)

60.69. “E a Petrobras é uma empresa que tem que **levantar a cabeça** e fazer acordo com quem ela bem entender, porque ela tem mais competência e não vai perder nunca. Ela vai ganhar se tiver ousadia, ela vai ganhar se tiver coragem.” (postura) (orgulho)

60.70. “Até porque eu acho que, muitas vezes, alguns que são contra **não sabem o que é carregar um pote de água 18 léguas na cabeça; não sabem o que é colocar uma lata d’água, onde dois palmos são de barro, para assentar e, na hora de tomar, com uma canequinha, vê mais caramujo na lama do que água.** Não sabem como é que vim de Pernambuco para São Paulo, que só tinha barriga, as perninhas desse tamanho e eu pensava que era saúde e era, na verdade, doença; era, na verdade, verme. E nós não vamos permitir que essas coisas continuem a acontecer no nosso país.” [sobre a importância da transposição das águas do Rio São Francisco] (parábola) (solidariedade)

60.71. “**O Estado não é nada mais, Irene, do que uma mãe.** Mas não uma mãe que faz proselitismo. Uma mãe, se tiver dois filhos, ela vai sempre dar mais atenção para aquele que está mais fraquinho, para aquele que está mais frágil. Ela dará menos atenção --não que goste menos --para aquele que está mais robusto. E eu acho que o Nordeste brasileiro precisa de uma oportunidade que outros estados tiveram durante todo o século 20.” (parentesco) (acolhimento)

61. FOLHA DE SÃO PAULO, 31/03/2005 (Folha On-line)

61.72. “Tem gente que **acorda azedo, pensando negativo(a). Como nasci corintiano, sou um homem de fé(b).** Passamos 23 anos perdendo do time do Aloizio Mercadante. E todo mundo sabe que corintiano, não há derrota que nos abale. Vamos procurar a vitória no dia seguinte” (biológica /esportiva) (otimismo / otimismo)

61.73 “Não se pode **levar as adversidades para o travesseiro** (a) nem acordar com elas. Quando acordarem azedos, **suem um pouco para tirar o azedume** (b) e trabalhar mais

alegre e acreditando que pode fazer as coisas." (unificação / biológica) (otimismo / mobilização)

62. Pronunciamento do presidente da República, Luiz Inácio Lula da Silva em Rede Nacional de Televisão, sobre denúncias relativas a corrupção, 23 de junho de 2005. Fonte: www.planalto.gov.br

62.74. Como todos sabemos, a corrupção é uma doença antiga. Mas muito podemos fazer contra esse câncer que corrói nosso país. (médica) (superação)

62.75. Esse é um tema que, ao longo dos anos, tem significado um grande pesadelo para governantes. (biológica) (adversidade)

62.76. Tenho afirmado que o combate à corrupção é como uma casa onde há muito tempo não se faz uma limpeza de verdade, e onde muita sujeira está acumulada há muito tempo. (limpeza) (transparência)

62.77. Quando você começa a limpar, o que mais aparece é lixo: atrás da porta, debaixo dos móveis, dentro dos armários. (limpeza) (transparência)

62.78. Esse é um governo que não tem jogado a sujeira para debaixo do tapete. (limpeza) (transparência)

62.79. E vejam: nos dois primeiros anos, arrumamos a casa e começamos a implantar os nossos projetos. (limpeza) (transformação)

63. Discurso do presidente da República, Luiz Inácio Lula da Silva, na aula inaugural do ProJovem – Programa Nacional de Inclusão de Jovens. 20 de julho de 2005. Fonte: www.planalto.gov.br

63.80. Quando a gente fala de improviso, a gente pode cometer o erro de falar uma palavra indevida no momento certo. Como diriam vocês, quando fazem a rodinha para conversar alguma coisa, poderia se falar alguma bobagem. Mas, em se tratando de bobagem, é melhor a gente falar do que fazer bobagem. Então, eu quero ter uma conversa de pai para filho, de companheiro para companheira, de um Presidente da República com boa parte da representação da nossa juventude. (parentesco) (confiança)

64. JORNAL DO BRASIL. 28/10/2005. Lula manda jogar pessimismo no vaso. p. A8.

64.81. Ele (o brasileiro) não levanta o traseiro da cadeira para buscar um banco mais barato. Reclama toda noite dos juros pagos e no dia seguinte não faz nada para mudar. (trabalho ou atividade) (comodismo)

64.82. Quando alguém quer ir ao bar tomar um aperitivo, ele não chega lá e pede uma garrafa de cachaça e toma toda. Ele vai pedindo uma por uma dose. Então, remédio tem que ser assim. Por que é que tem que comprar todo de uma vez? Comprar um por um daquilo que ele quer comprar, apenas na quantidade certa. (alegoria) (explicação)

64.83. Sempre tem gente contra, em qualquer lugar do mundo. Eu, que estou ficando velho, estou aprendendo que a gente tem que levantar todo santo dia e fazer uma reza

profunda para que deixe o otimismo (sic) no banheiro, dê descarga nele logo cedo e saia para a rua pensando coisas boas, que aí elas acontecem. (limpeza) (otimismo)

65. *Discurso do presidente da República durante reunião com o diretor-gerente do FMI, Rodrigo de Rato. Brasília. 10/01/2006.*

www.info.planalto.gov.br/download/discursos/PR1006.DOC

65.84. O Brasil tem uma sociedade madura, uma sociedade na qual a clara noção de urgência em resolver desafios coletivos, muitas vezes dramáticos, há tempos deixou de sustentar-se na crença em falsos atalhos. Estou falando de planos, pacotes e outras fórmulas milagreiras que embora quase sempre movidos pelos mais nobres propósitos, nos fizeram **andar aos saltos, nem sempre para diante, mas freqüentemente para trás.** (percurso) (prudência)

65.85. Estamos **calejados** por esta **traumática experiência** (médica) (adversidade)

65.86. Um país só **encontra o caminho** do desenvolvimento sustentável quando cria condições para **caminhar com as próprias pernas**, quando consegue crescer de modo sólido com seus próprios recursos. (percurso) (emancipação)

66. *Discurso do presidente da República na visita às obras de duplicação da Rodovia BR-101 Nordeste, em Mata Redonda-PB. 16/01/2006.*
<http://www.info.planalto.gov.br/download/discursos/PR1010.DOC>

66.87. Até o dia que terminar o meu mandato eu estarei andando pelo Brasil, porque **nós plantamos e é justo que quem planta, colha.** Então, eu estou andando pelo Brasil para dizer que **nós plantamos, vamos colher.** (agropastoril) (reconhecimento)

67. *Pronunciamento do presidente da República à Nação brasileira – 16/01/2006.*
<http://www.info.planalto.gov.br/download/discursos/PRONUNCIAMENTO.DOC>

67.88. Um governo que tem apenas o **braço social**, não passa de um governo caridoso. Isso é bom, porém insuficiente. **Um governo que tiver apenas o braço econômico é pobre em valor humano. A ele faltaria a coisa mais importante: o coração.** (biológico) (conciliação)

68. *Discurso do presidente da República por ocasião da visita às obras de duplicação da Rodovia BR-101 Nordeste. Goiana-PE, 16/01/2006.*
<http://www.info.planalto.gov.br/download/discursos/PR1012.DOC>

68.89. Porque não é justo um cidadão **cavar uma covinha**, plantar uma muda, regar ela, e **quando ela dá fruto o cidadão não quer que você encoste no pé de fruta para chupar o fruto**, ele quer ele vir tirar proveito. (agropastoril) (reconhecimento)

69. *Discurso do presidente da República na cerimônia de assinatura de convênios para Saúde na Baixada Fluminense e anúncio dos recursos para retomada das obras do Hospital de Queimados-RJ. 20/01/2006.*

www.info.planalto.gov.br/download/discursos/PR1015.DOC

69.90. O Ministério da Saúde, através de seu Ministro, deveria ter dito aqui que a melhor coisa que nós poderíamos fazer para cuidar da saúde do povo da Baixada Fluminense seria a gente **falar um pouco menos para que povo tomasse menos sol na cabeça.** (fenômeno natural) (acolhimento)

69.91. Podem ter certeza de que eu não governo apenas com a **racionalidade da cabeça**, mas com a **sensibilidade do coração** para saber quem mais precisa, porque este é o papel do governo, é cuidar do mais pobre. (biológica) (conciliação)

69.92. Sou obrigado a me conter para não fazer os desabafos que eu tenho vontade de fazer, até porque **um presidente da República tem que agir com a sua Nação**, com o povo deste país, **como um pai responsável age com seus filhos**, com muita paciência, com muito cuidado, sem permitir que esses filhos percam a esperança de um mundo melhor. (parentesco) (confiança)

69.93. Essa é a minha gente porque essa é a minha cara. **A minha cara não é a cara da Zona Sul, não é a cara da Avenida Paulista**, a minha cara é a cara do povo sofrido deste país que clama por justiça. Mais do que a cara, o sangue que corre nessas veias aqui é o sangue de um retirante nordestino que não esquece o sofrimento desse povo. (alegoria) (orgulho)

69.94. Eu não vou ficar discutindo **quem é o pai da criança**, eu quero saber quem é que está cuidando da criança, quem é que está dando comida para a criança, quem é que está **alimentando e educando essa criança.** (parentesco) (dedicação)

70. Discurso do presidente da República na cerimônia de entrega da medalha Prata – 30 anos de Inmetro. Duque de Caxias-RJ, 20/01/2006

<http://www.info.planalto.gov.br/download/discursos/pr1016.doc>

70.95. Não foi pouco o tempo que **vocês ficaram hibernando** à espera de que alguém se preocupasse. (Inmetro) (biológica) (passividade)

70.96. No Brasil houve um tempo em que **discutir política industrial era crime.** (jurídica) (descontentamento)

70.97. O Brasil tem competência para produzir, para fazer, eu fico imaginando se durante tanto tempo este país não tivesse sido segurado, não tivesse ninguém **puxando as rédeas do país**, acho que o Brasil poderia ter dado um passo muito maior. (agropastoril) (impotência)

71. Discurso do presidente da República no lançamento oficial do Projeto Modelo de Assentamento Agroflorestal. Rio Branco-AC, 21/01/2006

<http://www.info.planalto.gov.br/download/discursos/pr1018.doc>

71.98. Eu já tive a alegria hoje de inaugurar a primeira ponte entre o Brasil e o Peru. Já tinha tido, há um ano, a felicidade de inaugurar a primeira ponte entre Brasil e Bolívia. E, agora, venho aqui inaugurar **uma ponte entre a miséria e a cidadania.** (construção) (superação)

71.99. Uma ponte que constrói o direito de mulheres e homens de andar de cabeça erguida; uma **ponte que constrói o direito** de as pessoas saberem que vão poder estudar melhor;

uma **ponte que constrói o direito** de vocês terem garantido um preço mínimo pelas coisas que vocês produzem. (construção) (otimismo)

72. *Discurso do presidente da República na solenidade de Inauguração da Ponte de Integração entre Brasil e Peru. Assis Brasil-AC, 21/01/2006*

<http://www.info.planalto.gov.br/download/discursos/pr1017.doc>

72.100. Muitas vezes a natureza separou nossos países por rios. Muitas vezes, ainda, faltou aos governantes a determinação necessária para **superar esses obstáculos** e **forjar caminhos** capazes de unir nossos povos. (percurso) (perseverança)

72.101. Brasil e o Peru resolveram, depois de muitos séculos, **andar pelas suas próprias pernas, falar pela sua própria boca, pensar e decidir pela sua própria cabeça.** (biológica) (emancipação)

72.102. Essa nossa ponte não tem os 745 metros projetados anos atrás. **Essa ponte tem apenas o tamanho da nossa consciência**, da nossa honestidade e da necessidade do povo do Peru e do Povo brasileiro. (construção) (intensidade)

73. *Discurso do presidente da República na cerimônia de assinatura de acordo de cooperação e parceria entre a Caixa Econômica Federal e o INCRA. Castilho-SP: 27/01/2006.*

<http://www.info.planalto.gov.br/download/discursos/PR1023.DOC>

73.103. Eu sei que quando estava falando a Caixa Econômica, quando estava falando o Incra, todos **você estavam falando do Corinthians, da novela, do Palmeiras, do São Paulo, do Santos**, falando das divergências, obviamente que eu sei porque eu ouvi o bochicho aí no meio, e não prestaram atenção. (esportiva) (ironia)

73.104. A primeira casinha que nós fizemos era uma casinha que nem aquelas casinhas do BNH, que é construída na periferia das cidades, da Caixa Econômica, ou seja, umas **casinhas que parecem um caminhão de melancia, tudo igual.** (alimento) (descontentamento)

73.105. **O social e o econômico estão andando de braços dados**, sempre em direção a uma vida melhor. (unificação) (conciliação)

73.106. Vamos devolver o dinheiro do FMI para que a gente seja **dono do nosso nariz** (biológica) (emancipação)

74. *Discurso do presidente da República na cerimônia de inauguração da Subestação de Energia Elétrica de Viana. Viana-ES, 30/01/2006.*
<http://www.info.planalto.gov.br/download/discursos/PR1028.DOC>

74.107. O Espírito Santo deixou de ser tratado pelo governo federal como o **patinho feio** da República brasileira. (biológica) (superação)

74.108. Na hora de discutir investimento, o dinheiro ou passava a mais de **11 mil pés de altura** ou pegava outro trecho que não a estrada que vem para cá, e nunca parava aqui neste estado. (aérea) (exagero)

74.109. De vez em quando, **Deus é tão brasileiro** que aparecem os dados do IBGE para desmascarar os pessimistas. (religiosa) (otimismo)

74.110. Acho que o fim da verticalização que alguns companheiros defendiam... eu, sinceramente, **não aceito a bigamia em política**, ou seja, um partido fingir que está apoiando e depois não estar apoiando. (parentesco) (sinceridade)

75. Portal Terra. 09 de abril de 2006.

75.111. "Nessa altura do campeonato, nós **não precisamos marcar gols**. O que **não podemos é tomar gol**" (esportiva) (prudência)

75.112. Acabou o **Lulinha paz e amor** (clichê) (revisão)

76. *Discurso do presidente da República na cerimônia de boas-vindas ao tenente-coronel Marcos Pontes, Brasília: 20/04/2006.*

<http://www.info.planalto.gov.br/download/discursos/pr1128.doc>

76.113. Quando nós assumimos a responsabilidade de continuar a nossa política espacial, foi mais um sinal que nós queríamos dar ao mundo de que o Brasil **caminha muito a passos largos para ser dono do seu nariz** (percurso) (emancipação)

77. *Estado de São Paulo On Line. 26 de abril de 2006 - 22:59*

77.114. **Quando eu viajo, o avião está a 800 quilômetros, eu tenho vontade de que ele voe a 900 quilômetros. Essas coisas (mudanças na economia) não acontecem assim.** Nós queremos que o Brasil cresça nos próximos 15 anos. Desejamos que o Brasil tenha muitos anos seguidos de crescimento, com inflação baixa. (aérea) (paciência)

78. *Discurso do presidente da República na cerimônia de inauguração do centro de distribuição das Casas Bahia. São Paulo-SP, 28 de abril de 2006*
<http://www.info.planalto.gov.br/download/discursos/pr1135.doc>

78.115. **Embora não seja presidente das Casas Bahia**, seja presidente do Brasil, **a minha concepção de tratamento deste país é a concepção que o senhor teve de estabelecer**, a sua parceria com a parte pobre da população. (publicitária) (dedicação)

Livros Grátis

(<http://www.livrosgratis.com.br>)

Milhares de Livros para Download:

[Baixar livros de Administração](#)

[Baixar livros de Agronomia](#)

[Baixar livros de Arquitetura](#)

[Baixar livros de Artes](#)

[Baixar livros de Astronomia](#)

[Baixar livros de Biologia Geral](#)

[Baixar livros de Ciência da Computação](#)

[Baixar livros de Ciência da Informação](#)

[Baixar livros de Ciência Política](#)

[Baixar livros de Ciências da Saúde](#)

[Baixar livros de Comunicação](#)

[Baixar livros do Conselho Nacional de Educação - CNE](#)

[Baixar livros de Defesa civil](#)

[Baixar livros de Direito](#)

[Baixar livros de Direitos humanos](#)

[Baixar livros de Economia](#)

[Baixar livros de Economia Doméstica](#)

[Baixar livros de Educação](#)

[Baixar livros de Educação - Trânsito](#)

[Baixar livros de Educação Física](#)

[Baixar livros de Engenharia Aeroespacial](#)

[Baixar livros de Farmácia](#)

[Baixar livros de Filosofia](#)

[Baixar livros de Física](#)

[Baixar livros de Geociências](#)

[Baixar livros de Geografia](#)

[Baixar livros de História](#)

[Baixar livros de Línguas](#)

[Baixar livros de Literatura](#)
[Baixar livros de Literatura de Cordel](#)
[Baixar livros de Literatura Infantil](#)
[Baixar livros de Matemática](#)
[Baixar livros de Medicina](#)
[Baixar livros de Medicina Veterinária](#)
[Baixar livros de Meio Ambiente](#)
[Baixar livros de Meteorologia](#)
[Baixar Monografias e TCC](#)
[Baixar livros Multidisciplinar](#)
[Baixar livros de Música](#)
[Baixar livros de Psicologia](#)
[Baixar livros de Química](#)
[Baixar livros de Saúde Coletiva](#)
[Baixar livros de Serviço Social](#)
[Baixar livros de Sociologia](#)
[Baixar livros de Teologia](#)
[Baixar livros de Trabalho](#)
[Baixar livros de Turismo](#)