

Miguel Poço e Tomás Alves

**Manifestação do discurso e postura políticos na criação  
de uma personalidade política: Um estudo sobre a  
construção da imagem originada pelo discurso político**

**UALG**

**FARO**

**2021**

Miguel Poço e Tomás Alves

# **Manifestação do discurso e postura políticos na criação de uma personalidade política: Um estudo sobre a construção da imagem originada pelo discurso político**

Trabalho realizado no âmbito da Unidade Curricular de Sociologia da Comunicação da licenciatura em Ciências da Comunicação da Escola Superior de Educação e Comunicação da Universidade do Algarve.

Docente: Paulo Jorge Almeida Falcão Alves  
Discentes: Miguel Luís David do Poço  
Tomás Guerreiro Alves

**UALG**  
**FARO**  
**2021**

## EPÍGRAFES

«Nem sou dos que têm a ambição de mandar, nem dos que do mando parecem não ter a noção da responsabilidade.»<sup>1</sup>

«Não discutimos Deus e a virtude; não discutimos a Pátria e a sua História; não discutimos a autoridade e o seu prestígio; não discutimos a família e a sua moral; não discutimos a glória do trabalho e o seu dever.»<sup>2</sup>

«Nunca ceda. Nunca se apequene. Nunca, nunca, nunca, nunca - em nada - grande ou pequeno - nunca ceda, a não ser por convicções de honra e bom senso. Jamais ceda à força. Nunca se curve ao poderio aparentemente esmagador de um inimigo.»<sup>3</sup>

«Iremos até ao fim. Lutaremos na França. Lutaremos nos mares e oceanos. Lutaremos com confiança crescente e força crescente no ar. Defenderemos nossa ilha, qualquer que seja o custo. Lutaremos nas praias, lutaremos nos terrenos de desembarque, lutaremos nos campos e nas ruas, lutaremos nas colinas; nunca nos renderemos (...)»<sup>4</sup>

«Se a nossa vontade for tão forte que não consiga ser quebrada por qualquer sofrimento, então a nossa vontade e o nosso aço alemão também serão capazes de dominar e conquistar o sofrimento.»<sup>5</sup>

«Entretanto, o nosso movimento - do qual vocês são jovens guardas de hoje e os portadores do futuro - tomou uma atitude após a outra no nosso país, e ofereceu isso ao povo alemão.»<sup>6</sup>

---

<sup>1</sup> Cf. Oliveira Salazar, Discursos e Notas Políticas, II, 1935-1937, Coimbra Editora, Prefácio, p. XXI.

<sup>2</sup> Cf. Oliveira Salazar, “As Grandes Certezas da Revolução Nacional”, in Discursos e Notas Políticas, II, 1935-1937, Coimbra Editora, p. 130

<sup>3</sup> Cf. Winston Churchill, Visita a Harrow School, Londres, 29 de outubro de 1941

<sup>4</sup> Cf. Winston Churchill, Discurso ao Reino Unido, Londres, 4 de junho de 1940

<sup>5</sup> Cf. Adolf Hitler, Discurso à Reichstag, Berlim, 1 de setembro de 1939

<sup>6</sup> Cf. Adolf Hitler, Assembleia do NSDAP, Nuremberga, 5-10 de setembro de 1934

## RESUMO

Esta pesquisa tem como proposta o estudo dos processos de constituição da identidade do ator político, focando-nos em três personalidades marcantes da política no séc. XX (António Oliveira Salazar e Adolf Hitler), partindo da análise de discursos políticos em associação com o uso da retórica inserida no contexto político e da observação da postura e comportamento segundo relatos biográficos ou documentos de multimédia.

Como objeto de análise foram escolhidos documentos fidedignos que representem qualquer discurso público dos já referidos atores políticos, uma vez que estes apresentam da forma mais genuína e real as palavras proferidas, outrora, pelos mesmos, pressupondo-se que os mesmos contêm os ideais, hábitos, e conhecimentos discursivos dos oradores, o que o torna um evidente e relevante objeto de estudo para a pesquisa. Foram também escolhidos documentos, em formato de texto ou em vídeo, que representem qualquer descrição ou prova viva da atitude comportamental, compostura e forma de vestir dos ditos. De não esquecer, todas as evidências consultadas acerca da opinião e *feedback* dos atores civis contemporâneos da época respetiva aos mandatos dos mesmos.

Quanto às referências teóricas que guiaram-se este estudo, o trajeto adotado privilegiou os conceitos abordados pela teoria sociolinguística, de Patrick Charaudeau, principalmente o conceito de “discurso político” proposto pelo mesmo, cujo papel é indispensável na fundamentação deste trabalho, bem como a sua proposição sobre os “imaginários socio discursivos”, associados à retórica de Platão, sobre o *ethos* e as diversas formas do “eu” e “nós” (*ethé*) que participam na organização do discurso político. Outra abordagem teórica diz respeito à noção da evolução do discurso político associada à evolução dos meios de comunicação e da forma com que se difunde a palavra, para poder organizar as ideias em torno da temática das atitudes praticadas pelos políticos no século passado tão contrastando com o século atual.

Outro aspeto a ser considerado é o da evocação de realidades relativas à tradição, ao espetro político, ao tipo de regime implementado e ao tipo de sociedade, a quem se dirigem os oradores. O que se constata é que estas realidades e *ethos*, se fundem nos discursos analisados, estabelecendo uma ligação complexa entre eles. Esta característica parece demonstrar, da parte dos políticos, a intenção de elaborar um discurso capaz de atender não só à imagem que os próprios mantêm como também às diferentes expectativas provenientes de públicos complexos – com um nível de escolaridade diferente, experiência de vida diferente, ideais políticos diferentes, etc.

O ponto de interesse desta pesquisa centralizou-se, portanto, na personagem que é projetada por meio da postura e discurso admitidos publicamente pelas identidades políticas e na estratégia com a qual cada sujeito político procura seduzir, persuadir e “guiar” o maior número de cidadãos eleitores.

**Palavra-chave:** discurso político, retórica, construção da imagem, comunicação verbal e não verbal, informação.

## ABSTRACT

This research proposes the study of the processes of constitution of the identity of the political actor, focusing on three outstanding personalities of politics in the 20th century (António Oliveira Salazar and Adolf Hitler), starting from the analysis of political speeches in association with the use of rhetoric inserted in the political context and the observation of attitude and behavior according to biographical reports or multimedia documents.

As an object of analysis, trustworthy documents were chosen that represent any public discourse of the already policies, since they present in the most genuine and real way as words uttered, formerly, by them, assuming that the same criteria are the ideals, and speakers' discursive knowledge, which makes it an evident and relevant object of study for research. Documents were also chosen, in text or video format, that represent any description or living proof of the behavioral attitude, composition and way of dressing of the sayings. Not to forget, all the evidence consulted about the opinion and feedback of contemporary civil actors of the time regarding their mandates.

As for the theoretical references that guided this study, the path adopted privileged the concepts according to the sociolinguistic theory, by Patrick Charaudeau, mainly the concept of “political discourse” proposed by him, whose role is indispensable in the foundation of this work, as well as his proposition about the “sociodiscursive imaginary”, associated with Plato's rhetoric, about the ethos and the different forms of “I” and “we” (ethé) that participate in the organization of political discourse. Another theoretical approach concerns the notion of the evolution of political discourse associated with the evolution of the media and the way in which the word is disseminated, in order to organize ideas around the theme of attitudes practiced by politicians in the past century so contrasting with the current century.

Another aspect to be considered is the evocation of realities related to tradition, the political spectrum, the type of regime implemented and the type of society, to whom the speakers address. What we can see is that these realities and ethos, are merged in the discourses forwarded, establishing a complex link between them. This illustrated characteristic, on the part of the politicians, the intention to elaborate a discourse capable of attending only to the image that they maintain themselves as well as different expectations coming from common audiences - with a different level of education, different life experience, political ideals different, etc.

The point of interest of this research was, therefore, centered on the character that is projected through the posture and discourse publicly admitted by the political identities and on the strategy with which each political subject seeks to seduce, persuade and “guide” the greatest number of citizens voters.

**Keywords:** political discourse, rhetoric, image construction, verbal and non-verbal communication, information.

## ABSTRAIT

Cette recherche propose l'étude des processus de constitution de l'identité de l'acteur politique, en se concentrant sur trois personnalités marquantes de la politique au XXe siècle (António Oliveira Salazar et Adolf Hitler), à partir de l'analyse des discours politiques en association avec l'utilisation de la rhétorique insérée dans le contexte politique et l'observation de la posture et du comportement selon des rapports biographiques ou des documents multimédias.

En tant qu'objet d'analyse, on a choisi des documents fiables qui représentent tout discours public des acteurs politiques susmentionnés, car ils présentent de la manière la plus authentique et la plus réelle les mots prononcés, autrefois, par eux, en supposant qu'ils contiennent les idéaux, les habitudes et les connaissances discursives des locuteurs, ce qui en fait un objet d'étude évident et pertinent pour la recherche. Des documents ont également été choisis, au format texte ou vidéo, qui représentent toute description ou preuve vivante de l'attitude comportementale, du calme et de la manière d'habiller les paroles. Sans oublier, toutes les preuves consultées sur l'opinion et les retours des acteurs civils contemporains de l'époque sur leurs mandats.

Quant aux références théoriques qui ont guidé cette étude, la voie empruntée a privilégié les concepts abordés par la théorie sociolinguistique de Patrick Charaudeau, principalement le concept de «discours politique» proposé par lui, dont le rôle est indispensable dans la fondation de ce travail, ainsi que la sa proposition sur «l'imaginaire sociodiscursif», associé à la rhétorique de Platon, sur l'éthos et les différentes formes de «je» et de «nous» (ethé) qui participent à l'organisation du discours politique. Une autre approche théorique concerne la notion d'évolution du discours politique associée à l'évolution des médias et à la manière dont la parole se répand, afin d'organiser les idées autour du thème des attitudes pratiquées par les hommes politiques au siècle dernier si contrastant avec les siècle actuel.

Un autre aspect à considérer est l'évocation des réalités liées à la tradition, au spectre politique, au type de régime mis en œuvre et au type de société à laquelle s'adressent les locuteurs. Ce que nous pouvons voir, c'est que ces réalités et éthos se fondent dans les discours analysés, établissant un lien complexe entre eux. Cette caractéristique semble démontrer, de la part des politiciens, l'intention d'élaborer un discours capable de prêter attention non seulement à l'image qu'ils entretiennent mais aussi aux différentes attentes venant de publics complexes - avec un niveau d'éducation différent, une vie différente. expérience, idéaux de différents politiciens, etc.

L'intérêt de cette recherche était donc centré sur le personnage projeté à travers la posture et le discours publiquement admis par les identités politiques et sur la stratégie avec laquelle chaque sujet politique cherche à séduire, persuader et «guider» le plus grand nombre. des citoyens électeurs.

**Mot-clé:** discours politique, rhétorique, construction d'image, communication verbale et non verbale, information.

## INTRODUÇÃO

Esta pesquisa tem como tema central o estudo dos processos de construção da imagem dos atores políticos, através da análise de discursos oficiais e vídeos representativos da forma de estar de sujeitos políticos, recorrendo para tal à observação e interpretação de documentos existentes sobre a temática.

Desde o século IV a.C., que se tornou insustentável separar a política da retórica do reflexivo e profundo Aristóteles. Para olhares mais simples, vista como a arte de persuadir e de construir o consenso político, com base num saber sólido, seriamente edificado e cientificamente estruturado. O ator político tem de ser convincente, claro, objetivo e pugnar, ao mesmo tempo, pelo bem comum. “Má oratória, mau político”. A retórica aristotélica (com reconhecimento em três livros distintos escritos por Aristóteles) – o *ethos*, o *pathos* e o *logos*<sup>7</sup> - é um importante legado para o campo de estudo presente, porque é uma forma de entender como deve o orador argumentar para alcançar eficazmente o seu auditório. O que é o *Ethos*? O *Ethos* é, de forma resumida, o carácter moral do orador, que devemos entender não como as qualidades que o orador realmente tem, mas com as que o mesmo exhibe durante o seu discurso com a intenção de impressionar os ouvintes. O que é o *Pathos*? O *Pathos* representa a qualidade do orador para despertar e conhecer as emoções do auditório, pois é este que lhe permite persuadir mais eficazmente o respetivo. O que é o *Logos*? O *Logos* é o próprio discurso argumentativo, a índole do mesmo. A utilização da retórica é expressa na política pelo meio de dois processos gerais, que atuam em conjunto: a persuasão e sedução. “A persuasão, para obter o convencimento da audiência através de argumentos racionais, nomeadamente através da apresentação detalhada do programa do candidato; e, a sedução, que opera num cenário de espetáculo, todo criado artificialmente, onde o político é o protagonista.” (Serra, 2015, p. 58)<sup>8</sup>. Alguns estudiosos dos discursos políticos e campanhas eleitorais utilizam, nos dias de hoje, categorias da análise teatral nomeadamente no que diz respeito ao cenário e à plateia/audiência. Wilson Gomes<sup>9</sup> aponta para uma atualidade onde a política está desenraizada e onde os políticos estão submetidos à agenda dos média, a um tempo de intervenção contado onde as ideias se querem curtas e claras, a um auditório cansado as imensas promessas que há anos ficam por cumprir, a uma sociedade desinteressada e, utilizando o exemplo de Portugal, onde a abstenção ultrapassa os 45% da população.

---

<sup>7</sup> Cf. Aristóteles, *Retórica*, 384-322 a.C., Grécia

<sup>8</sup> Cf. Paulo Serra, *Retórica e Política*, 2015, Covilhã, Livros LabCom, p.58

<sup>9</sup> Cf. Wilson Gomes, *Transformações da política na era da comunicação de massa*, 2004, São Paulo, Paulus

“A gravata faz o político” (Serra, 2015, p. 59)<sup>10</sup> – a imagem tem uma influência gigante ainda que despercebida no discurso político, pois a forma como se apresenta o orador por si só tem o poder de chamar as atenções ou desviá-las. O “estilo” com que cada qual se identifica, ou por outro, se apresenta em público; os movimentos e expressões faciais que utilizam durante os seus discursos, têm o poder de passar emoções e traços para o auditório. Como confiança ou insegurança, dependendo dos movimentos; como competência, poder, superioridade, no caso do estilo de vestimenta utilizado. Um “político” confuso, com um raciocínio atabalhado, incapaz, perante o seu interlocutor, de articular um discurso válido, harmonioso, fecundo e convincente deixa uma clara imagem de alguém incompetente e mal preparado. A relevância é fundamental. Um político sério tem de compreender a natureza da sua arte e conhecer, no mínimo, os segredos e as agruras da sua esfera de ação.

Nos dias que correm, nenhum partido político pode ignorar o papel da televisão, da rádio ou mesmo da Internet, com as suas hodiernas “redes sociais”, nesta era do Youtube, da “blogosfera” e da comunicação planetária instantânea. Os atores políticos souberam adaptar-se a esta nova “era” dos discursos políticos e é possível dizer, atualmente, que os mesmos funcionam como uma espécie de “*influencers*” uma vez que o foco deixou de ser realmente (para a maioria) aquilo que está a ser dito mas a boa imagem, o à vontade, gestão de emoções, preocupação com audiências, conhecimento do *target*, a política converteu-se a uma competição pela visibilidade nos média, “Os eleitores já não votam de acordo com os programas eleitorais do candidato, até porque raramente os leem, nem nas propostas e debate mas nas imagens divulgadas pelos media, pelos resultados, numéricos, do grau de sucesso do candidato num debate face a um dos seus rivais, nas qualidades pessoais e simbólicas dos candidatos.” (Serra, 2015, p. 58)<sup>11</sup> quando a imagem é insuficiente para seduzir o cidadão não vota, como é visível nas taxas de abstenção. Os mais carismáticos líderes políticos desapareceram e vivemos um panorama no qual a direita e esquerda foram extintas e os principais opositores convivem fora dos ecrãs.

---

<sup>10</sup> Cf. Paulo Serra, Retórica e Política, 2015, Covilhã, Livros LabCom, p.59

<sup>11</sup> Cf. Paulo Serra, Retórica e Política, 2015, Covilhã, Livros LabCom, p.58

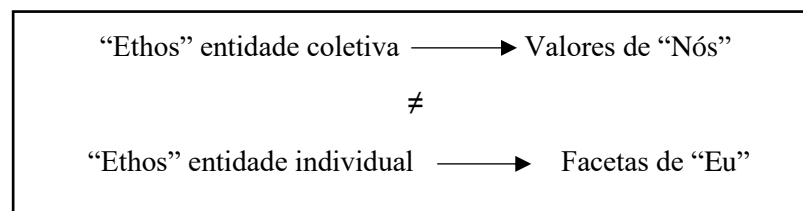
# DESENVOLVIMENTO

## A construção da imagem do ator político

### A construção da imagem pessoal do orador – *Ethos* discursivo

Aristóteles abre a dúvida que consiste em esclarecer o que é mais importante para a construção da imagem pessoal do locutor: a imagem que é projetada pelo seu discurso ou a imagem que decorre do conhecimento prévio e da representação estereotipada desse locutor. Segundo Ruth Amossy<sup>12</sup> (2018) a imagem pessoal desse orador é feita a dois níveis, o pré-discursivo “ethos pré-discursif” ou “ethos préalable”, e ao nível discursivo, que designa por ethos discursivo. O foco do estudo prende-se com o segundo nível (discursivo), do qual podemos dizer que a imagem é definida pela modalização dada ao discurso, ou seja, que tipo de ideias são apresentadas: alécticas (relacionadas com a verdade), epistémicas (relacionadas com o conhecimento e a crença), deônticas (relacionadas com a permissão e obrigação), avaliativas (avaliação axiológica) ou causais e da sua inscrição pessoal na enunciação, assim, como afirma Amossy (2018), um estilo pontuado por exclamações permite intuir sobre o carácter entusiástico ou arrebatado do locutor, enquanto que um estilo lacónico e rude, pouco preocupado em observar as regras de cortesia, pode significar que estamos perante um homem íntegro e determinado que diz verdades sem problemas.

A variação entre a entidade coletiva e a entidade individual constituem uma estratégia de construção do ethos e por consequência, uma estratégia de argumentação. A primeira forma de expressão da construção da imagem a nível discursivo é feita através dos pronomes pessoais de primeira pessoa, “quer o locutor se apresente diluído num “nós”, quer o locutor se assuma como entidade individual num “eu”. Esta alternância eu/nós, locutor individual/locutor coletivo, e os valores referenciais para os quais estes pronomes reenviam constituem uma estratégia construção do ethos e por consequência, uma estratégia de argumentação”. (Silva, 2004)



<sup>12</sup> Cf. Ruth Amossy, *A Argumentação no Discurso*, 2018, CONTEXTO

<sup>13</sup> Cf. Daniela Silva, *Estratégias de Argumentação e Construção da Imagem Pessoal no Debate Político Televisivo*, outubro 2004, Braga

Notoriamente, quando alguém fala em representação de um núcleo ideológico (como um representante partidário) tende a utilizar o “nós” para transmitir um valor. Este uso confere autoridade da integração no grupo e reforça a credibilidade da imagem individual, é utilizado muito regularmente uma vez que os atores políticos discursam na qualidade de seguidores de um quadro ideológico, corporizado usualmente num partido.

**Nós<sub>1</sub>- orador representante/como porta voz de uma facção ideológica**

Exemplo: “Nós escolhemos dizer chega!” (André Ventura para a AR)

A próxima forma de utilização do “Nós” tem como objetivo, como refere Marques, A, “trazer para o discurso a comunidade portuguesa nas vertentes institucional e humana e marcar a sintonia, a solidariedade do locutor e mesmo a autoidentificação com determinados valores, atitudes e problemas sentidos” (Marques, 2000)<sup>14</sup> por toda a pátria. O orador inclui-se no conjunto de cidadãos portugueses e atua como sendo o seu porta-voz, através deste papel aproxima-se às dificuldades sentidas por todos os portugueses e apela às suas emoções. Os oradores tendem a usar esta entidade coletiva para dar força à capacidade persuasiva, sobretudo na medida em que são as vozes que representam o povo que querem convencer.

**Nós<sub>2</sub>- orador porta voz os cidadãos portugueses (Voz do Povo)**

**Nós<sub>3</sub>- orador como voz de Portugal (Na sua vertente institucional)**

Exemplo: “**Nós temos as instituições sobre ataque [Nós<sub>3</sub>], em meses que não nos separam muito, Portugal perdeu o ranking de democracia plena, caímos no ranking de corrupção do setor público [Nós<sub>3</sub>] e pouco a pouco enquanto na conversa de café falamos da Venezuela [Nós<sub>2</sub>] vamos perdendo o controlo de um país [Nós<sub>2</sub>] que vai sendo cada vez mais asfocado pelo poder político.**” (André Ventura para AR)

Outra estratégia utilizada é a de convocar para o seu discurso o seu “adversário” com o propósito de criticar o mesmo, sendo que o contexto deixa bem explícito que o “nós” se refere somente ao adversário e não ao orador. Como refere Adelina Marques, este uso da entidade coletiva “implica o alocutário, acusa-o sem o atacar ao mesmo tempo que lhe recusa, sobretudo, na continuidade discursiva, a oportunidade de defesa, no que tal atitude implicaria de refutação (...)”<sup>15</sup>

**Nós<sub>4</sub>- orador que critica ou censura o “adversário” indiretamente**

Exemplo: “Nós temos de meditar muito antes de falar da oposição!” (Dito por alguém da oposição, tem um efeito de crítica ao poder)

<sup>14</sup> Cf. Adelina Marques, Funcionamento do discurso político parlamentar: a organização enunciativa no debate da interpelação ao governo, 20 dezembro 2000, Braga, ILCH

<sup>15</sup> Cf. Adelina Marques, Funcionamento do discurso político parlamentar: a organização enunciativa no debate da interpelação ao governo, 20 dezembro 2000, Braga, ILCH, p.210

A construção de um orador como entidade individual, possui várias especificidades de um “eu” facetado com facetas fragmentadas de um *ethos* argumentativo e controlador do debate as quais vão sendo contruídas através dos usos que o locutor faz das diferentes técnicas de abordagem linguística, como passaremos a ver.

A primeira forma de utilização da entidade individual, o “Eu”, é utilizada quando o orador tem a intenção de refutar algo que foi dito, através da utilização de verbos ou frases que expressem dissenso, tais como: “Não concordo”, “Discordo” ou “Não é verdade”. Esta entidade individual pode aliar a refutação a um bombardeamento de perguntas retóricas (às quais não dá, na verdade, tempo para o auditório refletir ou sequer tomar nota) que tenham alguma polémica ou discórdia associada como é possível ver no exemplo seguinte, onde também se nota que é “deixado no ar” que existem várias perguntas com falta de resposta.

**Eu<sub>1</sub>- orador polémico, argumentador, voz da oposição**

Exemplo: “Porque é que o estado não tributa grandes fortunas? Porque é que o estado tolera que uma pessoa sem o ensino superior concluído seja ministro? Porque é que (...)” (Fernando Rosas)

A segunda forma de utilização da entidade individual, o “Eu”, trata-se de uma estratégia na qual o orador mostra uma opinião forte e bem sustentada de alguém confiante naquilo que está a transmitir, visando marcar a superioridade discursiva do orador com uma utilização mais frequente do “Eu”, de pronomes possessivos (“Meu país”, “Meu povo”), de advérbios assertivos (“Obviamente”, “Veementemente”) e de verbos com valor epistémico (“Achar”, “Saber”). Esta imagem construída pelo orador é claramente uma modulação distinta da anterior, na medida em que mais do que gerar polémica, visa salientar a superioridade discursiva, como assume Adelina Marques (2000) “A imagem branda, deferente, que ressalta, em parte, da relação interacional instituída, é invertida, ou melhor, complementada com sentidos de acutilância, de veemência e mesmo de alguma superioridade relativamente ao adversário(...)”<sup>16</sup>

**Eu<sub>2</sub>- orador líder, decidido, que assume publicamente a sua opinião**

Exemplo: “Concordo inteiramente com aquilo que o senhor deputado Baptista Leite referiu, mas também concordo com aquilo que o senhor presidente agora disse, porque o PSD disse que tinha 16 e tem aqui no conjunto dos seus deputados, deputados que aqui não deviam estar e estão. Eu vou ser o primeiro a sair para dar o exemplo aqueles que aqui estão e não deviam estar (Rui Rio)

---

<sup>16</sup> Cf. Adelina Marques, Funcionamento do discurso político parlamentar: a organização enunciativa no debate da interpelação ao governo, 20 dezembro 2000, Braga, ILCH, p.234

Outro meio de aplicação do *Ethos* enquanto entidade individual “Eu”, é de um orador autoritário, culto, bem informado, competente, que reforça a imagem do ator político como uma “voz” de autoridade. Esta forma surge aliada por vezes a um inventário de dados concretos acerca de uma matéria, como estatísticas, datas de ocorrência, etc., que evidenciam conhecimento especializado pelo tópico, que tem tendência a invocar a sua experiência profissional/pessoal.

**Eu<sub>3</sub>- orador como “voz” de autoridade, bem informado, competente, culto que invoca dados concretos ou recorre a citações, que invoca a sua experiência profissional para sustentar a sua informação**

Exemplo: “Senhora deputada, está na página 17 do sindicato dos magistrados do Ministério Público, lamento muito que chame isso [referência a uma premissa anterior] a todos os magistrados do ministério público. Vou lhe ler para que possa estudar em casa, diz assim «É ainda na nossa perspetiva essencial aumentar o número de magistrados nos TAF, atento aos impactos e constrangimentos que têm nos tribunais em termos de economia de justiça e, portanto, com o potencial aumento no fenómeno da corrupção, repito, com potencial aumento no fenómeno da corrupção» (...) lamento muito que não tenha lido isto e que tenha preferido atacar o CHEGA numa fase como esta”  
(André Ventura para Cristina Santos, na AR)

Outra técnica de utilização do “Eu” como entidade individual, é a de um orador informal, jocosos, bem-dispostos, simpáticos, equiparando-se a todo o seu público independentemente do seu contexto social, ele é capaz de produzir o cómico, é descontraído perante os holofotes e utiliza o humor na medida em que pelo riso consegue maior adesão por parte do auditório.

**Eu<sub>4</sub>- orador mundano, bem-disposto, simpática, “igual aos cidadãos”**

Exemplo: “Eu só temo é que este senhor, com a situação financeira que eu tenho na câmara do porto me vá lá bater à porta (...) Vou ter de começar a entrar pela porta de trás” (Rui Rio enquanto P.C.M.P)

### **A construção da imagem pessoal do orador – *Ethos* visual**

No caso dos atores políticos, que são indivíduos que dão a cara enquanto transmitem os seus ideais, é fundamental fazer a divisão do *ethos* entre o aspeto discursivo (explicitado anteriormente) e o aspeto visual, para chegar à sua definição ideal - o carácter moral do orador, que devemos entender não como as qualidades que o orador realmente tem, mas com as que o mesmo exhibe durante o seu discurso com a intenção de impressionar os ouvintes. Para uma análise sólida e completa do *ethos* visual de um ator político é necessária a análise de vários fatores, os seus hábitos em vários contextos e sobre várias visões: a sua forma de vestir durante as suas aparições a público e discursos, o seu quotidiano – ou pelo menos aquele que é dado a conhecer ao auditório -, e os movimentos gestuais habituais do mesmo.

O primeiro elemento de análise, **a forma de vestir**, é importante para definir na imagem da personalidade alguns traços do seu caráter que pode querer ver refletidos no país que representa, mas ao mesmo tempo para clarificar algumas posições que quer marcar nas suas aparições públicas. Um ator político que utilize um código de vestimenta muito radicalmente variável (um dia utiliza um fato com gravata e noutro dia numa situação similar utiliza um polo e umas calças) estará a deixar uma imagem de desleixo parcial perante o seu auditório – que pode ou não ser usada a seu favor, no caso de querer passar uma imagem de liberdade será a seu favor, no caso de não mencionar uma justificação poderá ser malvisto aos olhos do público -, por outro lado, as cores utilizadas podem também ser detentoras de significados fundamentais para o desenlace da sedução, como a utilização de cores mais chamativas em contraste com a utilização de cores mais mortas ou a utilização de um padrão de cores regular que conquiste o auditório por via do hábito.

O segundo aspeto de análise, **o quotidiano da personalidade política**, é talvez o mais significativo dos três fatores por decretar implicitamente o que o orador quer transmitir ao seu auditório e a forma como o mesmo se deve comportar, utilizando a estratégia de “liderar por exemplo” ou, no caso, persuadir pelo exemplo. Além da possibilidade de conquistar o seu auditório pelas ações quotidianas, um ator político tem a possibilidade de suscitar no auditório a “vontade” de seguir o exemplo do mesmo – uma vez que, preliminarmente, acredita nos seus ideais – se aliar a forma que transparece ser ao seu discurso. Destarte, podemos dizer que um indivíduo religioso e praticante que não esteja envolvido em muitas polémicas e faça poucas aparições públicas estará, ao mesmo tempo, a mostrar profissionalismo, fé, crença, obediência, competência, restrição e a incitar no seu auditório que siga o seu exemplo – tenha fé e seja discreto -, uma vez que a vontade de qualquer ator político é conquistar indivíduos que sigam os seus ideais e formas de pensar.

O terceiro e último fator de observação, **os movimentos habituais da personalidade política**, não é nada mais nada menos que a sequência de gestos que complementam o discurso. Este fator complementa o *ethos* e auxilia o *pathos*, na medida em que baseia a sua análise na comunicação não verbal dos oradores, pela sua capacidade de expressar emoções e ideias através dos gestos (complementação do *ethos* discursivo) como de encorajar, animar e exaltar o auditório (auxílio ao *pathos*). Um exemplo óbvio deste fator é a utilização do “murro na mesa” como é dito na gíria, que exprime naturalmente um sentimento de insatisfação que, se acompanhado de um discurso exaltado e revoltado, pode suscitar no auditório uma animosidade e conseqüente aproximação ao orador e ideia que o mesmo pretende transmitir no momento.

### **A construção da imagem pessoal do orador – *Pathos***

O *ethos* assume-se evidentemente como grande influenciador na forma de pensar do auditório para o qual comunica o orador, no entanto, a utilização das três técnicas de retórica em simultâneo torna mais eficaz a o discurso dos atores políticos. Vejamos qual a influência do *Pathos* na forma como os oradores constroem o seu discurso e, mais fundamentalmente, como se aproveitam do *ethos* para esse mesmo efeito.

A forma mais facilitada de persuadir ou seduzir alguém é através do seu “coração”, ou seja, através das suas emoções e, para tal, os atores políticos utilizam estratégias que aliam o *ethos* ao *pathos* na medida em que se aproveitam da sua imagem para, através do discurso, chegar até à índole de quem os ouve. Esta aplicabilidade tem em conta as técnicas do “*ethos discursivo*” mencionadas anteriormente, pelo que podemos distinguir várias formas de atuar para alcançar o objetivo desejado.

Uma forma de exemplificar esta aliança entre o *pathos* e o *ethos* é a de um ator político que num contexto de guerra ou perigo iminente para a sua nação detém uma postura de confiança inabalável, tem bastante fé e acredita veementemente na vitória ou no sucesso perante os obstáculos, que mantém uma postura de superioridade e utiliza técnicas de discurso que transmitam a ideia de certeza na vitória como  $Eu_2$  ou  $Eu_3$  e transmita valores idênticos aos de  $Nós_1$  – “Não aceitamos a derrota. Jamais iremos desistir.” – aliados aos de  $Nós_2$  – “Temos tudo o que é necessário para enfrentar as dificuldades. Nós, portugueses, somos um povo duro que não teme nem o mais temerário dos inimigos.”. O mesmo, mostra um conhecimento indubitável do contexto social do seu auditório e tem o interesse claro de despertar no mesmo uma sensação positiva, de crença na vitória, independentemente das circunstâncias que possam aparecer.

### **A construção do auditório pelo orador**

A imagem que o orador constrói do auditório é também ela, uma estratégia de discurso concordante com as várias facetas do *ethos*. No que toca ao discurso político e principalmente quando os oradores se dirigem à nação que representam ou pretendem representar, a imagem costuma ser bastante semelhante em qualquer circunstância. Esta imagem é de uma entidade com pareceres positivos e favoráveis (para que exista um casamento positivo com os mesmos), mas acima de tudo desresponsabilizadora da conjuntura negativa que os países possuem, muitas das vezes as culpas são dirigidas a pequenos grupos (principalmente em discursos com marcas populistas). Vejamos então, como exemplo, uma entidade em que são exaltadas características como a diferença de direitos e de regalias; uma entidade com imensas carências mas principalmente ao nível da educação, formação e parecidas; uma entidade com grupos socioeconómicos distantes; uma entidade alheia ao rumo de um país, vítima das más políticas governativas (da oposição); uma entidade plural à qual o orador se junta frequentemente quando faz a utilização do *Ethos* como entidade coletiva e da qual transmite os valores de um porta-voz, acusando e criticando a má governação (da oposição). O apelo aos que são considerados mais fracos (como emigrantes ou grupos sociais menos numerosos) é também uma estratégia muito utilizada em situações idênticas a esta. Utilizando como exemplo factual o apoio a uma política de prevenção da toxicomania e existirem, num cenário hipotético, dois públicos diferentes: um de professores e outro de polícias; os argumentos têm de ser distintos para terem a máxima “eficácia” nos ouvintes; no de professores, seria “a prevenção é um ato pedagógico” enquanto no de polícias seria “a prevenção diminui os delitos”. O orador deve ser capaz de prever as opiniões dominantes do auditório, as suas convicções, as premissas e valores componentes da sua cultura, o seu nível de instrução, os meios de que fazem parte e funções que assumem na sociedade, só desta forma poderá adequar o seu discurso e argumentos.

## METODOLOGIA

Numa fase embrionária deste estudo foi feita uma pesquisa acerca do discurso político, que consistiu na procura de teses de mestrado ou doutoramento, opiniões científicas e artigos jornalísticos de modo a tornar possível o desenvolvimento de um esquema que guiasse a investigação. Delineada a estrutura, aprofundámos conhecimentos nos temas que nos pareceram mais pertinentes para o objeto em análise, nomeadamente na área da retórica e, conseqüentemente, da sua associação óbvia com a política.

Numa fase posterior, efetuamos a seleção das personalidades que seriam analisadas individualmente (Hitler e Salazar), o que, por sua vez, deu origem á necessidade de adquirir fundamentos de contexto sociopolítico das épocas em que os mesmos exerceram o poder político. Evidentemente, foi também nesta fase que fizemos a recolha dos documentos representativos dos seus discursos e posturas para serem disseminados.

Finalmente, numa última instância, procedemos á análise desses documentos através da materialização do conhecimento adquirido ao longo da realização do estado da arte, que nos permitiu por fim, concluir quais eram as intenções de cada um deles, a forma como queriam que a sociedade os percecionasse e sobretudo, a forma como pretendiam persuadir e “guiar” as suas nações.

Este estudo propõe se a validar/invalidar as seguintes hipóteses de pesquisa:

H<sub>0</sub>: a eficácia dos discursos políticos depende da análise do contexto socioeconômico do respetivo auditório.

H<sub>1</sub>: a eficácia dos discursos políticos é independente da análise do contexto socioeconômico do respetivo auditório.

H<sub>0</sub>: a receptividade dos discursos políticos depende da construção de imagem ethos - discursivo/visual - do ator político.

H<sub>1</sub>: a receptividade dos discursos políticos é independente da construção de imagem - ethos discursivo/visual - do ator político.

H<sub>0</sub>: a receptividade dos discursos políticos depende da boa utilização da retórica - nomeadamente pathos, neste caso - do ator político.

H<sub>1</sub>: a receptividade dos discursos políticos é independente da boa utilização da retórica - nomeadamente pathos, neste caso - do ator político.

## INSTRUMENTO

A seleção de documentos a serem analisados passou, numa primeira fase, por uma intensiva revisão de bibliografia referente ao tema, que pudesse fornecer referência a discursos ou hábitos comportamentais dos atores políticos. Seguidamente, procuramos veementemente por *repositories* portuguesas e alemãs de notícias oficiais/vídeos, oficiais que nos permitissem analisar por conta própria o seu inerente conteúdo.

A análise desses dados, passou pela aplicação da sapiência adquirida ao longo de toda a pesquisa, onde procuramos definir a imagem que os mesmos criam em volta da sua “personagem” devido á narrativa e forma como se apresentam – o *ethos* -, a capacidade que desenvolvem de, através da narrativa e da comunicação não verbal, apelar

às emoções – o *pathos* - e a consistência do raciocínio lógico transmitido através de argumentos que credibilizem o seu ponto de vista – o *logos* - de cada um deles; distinguir os auditórios e as situações que os mesmos encaravam no seu quotidiano e a influência que estes mesmos fatores têm na credibilização dada ao que é dito pelo orador.

## ANÁLISE DE DADOS

### A Voz de Salazar

«Este homem que é Governo, não queria ser Governo. Foi deputado; assistiu a uma única sessão e nunca mais voltou. Foi ministro; demorou-se cinco dias, foi-se embora e não mais queria voltar. O governo foi-lhe dado, não o conquistou, ao menos à maneira clássica e bem nossa conhecida: não conspirou, não chefiou nenhum grupo, não manejou a intriga, não venceu quaisquer adversários pela força organizada ou revolucionária. Não se apoia aparentemente em ninguém e dirige-se amiúde à Nação, entidade bastante abstrata para apoio eficaz. Tem todo o ar de lhe ser indiferente estar ou ir; em todo o caso, está. Está e há tanto tempo e tão tranquilamente como se ameaçasse nunca mais deixar de estar.»<sup>17</sup>

Salazar é um exemplo perfeito de uma construção de imagem que não corresponde à realidade, visto que o mesmo se apresenta como alheio ao desejo de poder, como alguém que foi “escolhido” para o cargo e que o abraça com responsabilidade e obediência, que não chegou ao mesmo por via de conspirações, de grupos, de intrigas, não lutou com adversários, que não tem apoios e está ali somente pela nação, de alguém que se sente indiferente pela posição que ocupa, que está há tanto tempo nela que ameaça nunca deixar de estar. Porém, e depois revistas todas as intervenções públicas de António Salazar é notório um desejo de “obediência” e de uma “escolha de Deus” que o mesmo deixa implícito noutros textos publicados.

Podemos reparar que o ex-chefe de estado desde sempre se excluiu e abstraiu da necessidade de fazer discursos políticos, chegando a dizer publicamente que se pudesse nunca teria feito um, que se sentia mal e verdadeiramente “em baixo” quando via manifestações acontecerem e por isso mesmo não dizia nada, porque preferia não mentir à nação que o mesmo liderava, preferia somente comandar. Salazar manteve sempre este decoro, de uma pessoa solitária, reservada, com poucos discursos políticos e nos poucos que fez sempre mediu bem as palavras, fez várias pausas para mostrar a sua necessidade de “pensar antes de falar”, como se de uma timidez se tratasse, de alguém que se escondia e que sentia medo dos discursos políticos. “Sendo verdade, como atrás verificámos, que o Chefe do Governo não gosta de fazer promessas aos portugueses, com o receio de as não poder cumprir, é como se Salazar lhes dissesse: “Invisível e calado – é assim que eu quero que vós, portugueses, me vejais e ouçais, revendo-vos vós em mim: na minha invisibilidade e no meu silêncio. Por isso vos digo: tornai-vos invisíveis e calai-vos”.

---

<sup>17</sup> Cf. António Ferro, Entrevistas a Salazar, prefácio de Fernando Rosas, Parceria A. M. Pereira, Lisboa, 2007, p. 236

<sup>18</sup> Cf. Paulo Serra, Retórica e Política, 2015, Covilhã, Livros LabCom, p.80

Com a centralidade e a exemplaridade política do seu silêncio e com o carácter religioso e sacrificial da sua invisibilidade, Salazar produz silêncio e produz invisibilidade. Salazar silencia os portugueses com o seu próprio silêncio; e torna os portugueses invisíveis com a sua própria invisibilidade”.<sup>18</sup>

Além de toda esta “timidez” envolta nos seus discursos, de uma falta de vocação comunicativa e de um instrumento (a voz) capaz, Salazar, conhecedor das regras de composição e de oratória e das melhores estratégias de passagem da mensagem, consegue compensar de forma avantajada a sua confessada falta de eloquência. A resposta a esta compensação tem a sua explicação numa nova forma de comunicar desenvolvida pelo próprio, e porque desenvolveu ele esta forma? A resposta é: “para lhes poder transmitir o seu silêncio e, ao mesmo tempo, para os silenciar, para os sufocar com o seu silêncio e para os inundar de silêncio e de mudez”<sup>19</sup>. Consumando-se, de forma geral, numa sociedade de escuta intensiva e permanente, onde não há lugar para a dúvida e a discussão, onde se vive autocensura e medo irracional da palavra, como proferiu o mesmo em Braga, no ano de 1936, «Não discutimos Deus e a virtude; não discutimos a Pátria e a sua História; não discutimos a autoridade e o seu prestígio; não discutimos a família e a sua moral; não discutimos a glória do trabalho e o seu dever»<sup>20</sup>, onde reforça a ideia de “não discutir”(de censura). Uma das qualidades que o ex-ministro julga ter é a de conhecer o homem e as suas paixões, o dom de adivinhar a consciência pública e de prever o encadeamento dos fatos políticos e sociais, pois o mesmo presume saber entrar em contacto direto com a alma do povo e interpretar a voz da nação, afirmando que o povo português, estando na raiz de uma velha nação, tende para o utilitarismo (bem coletivo) e só aspira ser bem conduzido e governado (coisa que ele conseguiria). O mesmo considera ter conhecimento das suas qualidades e defeitos, e que nem o baixo nível de instrução complicaria a comunicação e a percepção do que era dito pelo mesmo, e para ele, guiar o povo português exigiu aproveitar as suas qualidades, mas nunca perder de vista os seus defeitos. Está presente neste político a forma como ele cria a imagem do auditório e como a aproveita em seu favor, “O político de raça conhece-se exatamente pela sua destreza em conduzir os homens, fazendo-os consciente ou inconscientemente contribuir para o fim geral que pretende obter».<sup>21</sup>

## A Voz de Hitler

Hitler adotou também ele uma estratégia peculiar na forma de discursar perante o seu país, povoado por indivíduos aos quais ele se dirigia com adjetivos como “burros, mentalmente prejudicados” e os quais menosprezava regularmente, pois na sua opinião “as massas são lentas, sempre exigem certo tempo para ficarem prontas para perceber algo, e é somente depois que as ideias mais simples são repetidas milhares de vezes que as massas vão ser capazes de as apreender”.

---

<sup>19</sup> Cf. Oliveira Salazar, “As Grandes Certezas da Revolução Nacional”, in Discursos e Notas Políticas, II, 1935-1937, Coimbra Editora, p. 130

<sup>20</sup> Cf. Paulo Serra, Retórica e Política, 2015, Covilhã, Livros LabCom, p.82

<sup>21</sup> Cf. António de Oliveira Salazar, “Mal Necessário”, Artigo no Correio de Coimbra (14- 3-1925), in Inéditos e Dispersos I. Escritos Político-Sociais e Doutrinários (1908-1928), organização e prefácio de Manuel Braga da Cruz, Bertrand Editora, Venda Nova, 1997, p. 360

Surpreendentemente esta estratégia viria a funcionar porque a lógica e argumentação dos seus discursos dariam a entender ao seu auditório que seria possível ultrapassar a falta extrema de raciocínio coerente da população. Segundo Adolf, a melhor estratégia de persuasão do auditório é ter em mente uma razão à qual se dá a máxima atenção e se repete várias vezes, que, no caso da Alemanha, seria a de “educar” a população e convencer a população de que o próprio seria a pessoa capaz de guiar o país nesta difícil missão de educação e rejuvenescimento.

Torna-se destarte impossível negar que Hitler teve sucesso, pela qualidade e especialidade da sua voz, pela eloquência e carisma que transmitia nos seus discursos, comprovada pela aceitação e acolhimento total da população. Mais importante é analisar o auditório para o qual orava Hitler, uma Alemanha destruída depois da Primeira Guerra Mundial e humilhada pelo tratado de Versalhes. De acordo com Adolf Hitler, a política de purificação da raça ariana era compreendida como uma classe pura e primogênita no que se referia às demais o que tornava necessário desterrar os judeus, pois eram eles os culpados pela crise que assolava a Alemanha. Além disso, eles eram considerados uma raça inferior. Adolf conseguiu invalidar a liberdade e os direitos civis e políticos dos judeus que, por sua vez, perderiam o direito de serem reconhecidos como cidadãos alemães. Para o ditador, o povo que não pertencia à raça ariana era visto como pobre, inútil e estúpido. “Os poloneses nasceram especialmente para o trabalho pesado... Não é preciso pensar em melhorias para eles... os poloneses são preguiçosos e é necessário usar a força para obrigá-los a trabalhar... somos uma raça superior e devemos governar com dureza... Arrancarei do país tudo o que puder. Os eslavos terão que trabalhar para nós... se não precisarmos deles, que morram.... Devem fechar-se as escolas, as instituições de educação a fim de impedir o desenvolvimento da nova classe culta... toda pessoa instruída é um futuro inimigo... Os poloneses serão escravos do grande Reich alemão”.<sup>22</sup> Com este comportamento adotado por Hitler, o mesmo queria espelhar na população alemã os seus ideais e fazer com que, tal como Salazar, os mesmos agissem da mesma forma que ele, exterminando todas as raças “impuras”, ou seja diferentes da Ariana por serem “culpadas” pela situação catastrófica a nível económico e social do país.

“**Nós olhamos** para vocês com a promessa que **nosso** trabalho não foi em vão e **percebemos** que isso trará frutos para o **nosso país**. **Todos nós estamos** agarrados em uma felicidade orgulhosa por ver em vocês o cumprimento do nosso trabalho. Com isso **nós** temos a garantia de que aqueles que morreram na Primeira Guerra Mundial - o grande número de **camaradas nossos** - não fizeram um sacrifício pela Alemanha em vão, [...] vocês são carne da **nostra carne** e sangue do **nosso sangue**, e nas vossas mentes jovens queima o mesmo espírito que **nos conduz**. Vocês não poderão estar de outra maneira, senão ligados a **nós**. E quando a grande procissão do **nosso movimento** marchar gloriosamente pela Alemanha hoje, então **saberemos** que vocês se juntarão a essas colunas, e **saberemos** que antes de **nós** vem a Alemanha. Em **nós** marcha a Alemanha. E depois de **nós** virá a Alemanha!” (Adolf Hitler para a Juventude Hitleriana)

<sup>22</sup> Cf. Adolf Hitler, Discurso para a Juventude Hitleriana, Berlim, 1934

De forma evidente, podemos verificar que na passagem anterior são utilizados valores da entidade coletiva “nós”, onde o orador se apodera de valores como o Nós<sub>2</sub>, com o objetivo de ser o porta-voz do auditório que pretende convencer, e de forma eloquente e ligeiramente poética criar exaltação entre aqueles que o escutam, quando faz referências a um “futuro”, a “camaradas sacrificados”, a “carne da nossa carne”, a “sangue do nosso sangue” e mais tardiamente de uma Alemanha de todos, quer claramente unir todos em torno dos seus ideais.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Demos início a este trabalho, com o objetivo de desmistificar o discurso político e os principais fatores que o influenciam, e também de analisar individualmente duas grandes figuras da política no século XIX.

Para tal, recorreremos a bibliografia de autores reconhecidos na área da comunicação e especialmente na vertente política de forma a podermos aprofundar o nosso conhecimento acerca do tema. Necessitamos ainda de observar documentários históricos (os quais não estão mencionados na bibliografia) para melhor entender o funcionamento e quotidiano das sociedades coetâneas dos atores políticos apreciados anteriormente.

Conseguimos apurar que a construção da imagem é o fator preponderante para o sucesso de um ator político e assume o protagonismo no discurso do mesmo, formando uma aliança positiva com a retórica – *ethos*, *pathos*, *logos* – que o acompanha ao longo de todo o processo. Contudo, é impossível ignorar o papel que o auditório possui na vida de qualquer ator político pois, sendo uma variante inconstante, é ele que ao mesmo tempo dá o *feedback*, indícios de necessidade da tomada de decisão e determina o sucesso; é notório que os auditórios são diferentes e dotados da mutabilidade pelo que, por mais que um indivíduo estude a arte da oratória nunca conseguirá ter como assumida a condição do auditório e será ininterruptamente necessário proceder à sua análise.

Podemos concluir do presente estudo, de facto, não existe nem jamais existirá uma regra ou método universalmente aceite para a conquista de todo e qualquer auditório. O sucesso do ator político depende de vários fatores que são variáveis, de contexto cultural, de contexto temporal, de contexto social e de contexto económico; e da forma como o mesmo os conjuga com a sua personalidade e ideais.

Fomos capazes de, através das análises individuais, retirar que cada qual tem a possibilidade de se fazer vingar independentemente do seu caráter e físico inatos, como é exemplo Salazar que além de pouco impetuoso, de voz “cabisbaixa” e fraca, conseguiu através da sua habilidade de oratória persuadir uma nação, a qual o mesmo dissecou e entendeu até ao mais ínfimo pormenor, tirando o máximo proveito para a construção de uma imagem favorável ao sucesso perante esse mesmo auditório.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Amossy, R. (2018). *A Argumentação no discurso*. Contexto.
- Aristóteles. (384-322 a.C.). *Retórica*. Grécia.
- Assunção, J. (29 de junho de 2003). *O poder da retórica e a retórica do poder*. Obtido de Extra Classe: <https://www.extraclasse.org.br/geral/2003/06/o-poder-da-retorica-e-a-retorica-do-poder/>
- Charaudeau, P. (2003). *La manipulation à la française*. Paris: Ed. Economica.
- Charaudeau, P. (2008). *Émotions et discours. L'usage des passions dans la langue*. Rennes: Presses universitaires de Rennes.
- Charaudeau, P. (2011). *Les collectivités territoriales en quête d'identité*. Lyon: ENS Éditions.
- Churchill, W. (4 de junho de 1940). Discurso ao Reino Unido. Londres.
- Churchill, W. (29 de outubro de 1941). Visita a Harrow School. Londres.
- Ferro, A. (2007). *Entrevistas a Salazar*. Lisboa: Parceria A.M.Pereira.
- Freitas, T. S. (2020). Tese de mestrado. *O populismo político e o Parlamento Europeu: estudo sobre os desafios à maior instituição democrática supranacional*.
- Gomes, W. (2004). *Transformações da política na era da comunicação de massa*. São Paulo: Paulos.
- Hitler, A. (5-10 de setembro de 1934). Assembleia do NSDAP . Numremberg.
- Hitler, A. (1934). Discurso para a juventude Hitleriana. Berlim.
- Hitler, A. (1 de setembro de 1939). Discurso à Reichstag. Berlim.
- Maia, J. G. (2015). Tese de Pós-Graduação(edited). *Imaginários do discurso político e construção da identidade: um estudo sobre narrativas de vida na entrevista política*. Belo Horizonte.
- Marques, A. (2000). *Funcionamento do discurso político parlamentar: a organização enunciativa no debate da interpelação ao governo*. Braga:- Universidade do Minho.
- Martins, M. d. (2016). *O olho de Deus no discurso salazarista*. Porto: Edições Afrontamento.
- Rio, R. (24 de Março de 2020). *Observador*. Obtido de Youtube: <https://www.youtube.com/watch?v=rHwhJm3OICQ>
- Salazar, A. O. (1925). *Mal Necessário. Correio de Coimbra*.
- Salazar, A. O. (1935-1937). *Discursos e Notas Políticas, II*. Lisboa: Coimbra Editora.
- Serra, P. (2015). *Retórica e Política*. Covilhã: Livros LabCom.
- Silva, D. (Outubro de 2004). Tese de Mestrado. *ESTRATÉGIAS DE ARGUMENTAÇÃO E CONSTRUÇÃO DA IMAGEM* . Braga.
- Sousa, A. d. (2001). *Retórica e Discussão Política*. Covilhã: UBI.

Trein, S. R. (2002). *Propaganda política: o uso da retórica como instrumento na construção de imagem dos candidatos*.

Ventura, A. (20 de 11 de 2020). *ChegaTV*. Obtido de Youtube:  
<https://www.youtube.com/watch?v=PMTfcU9YfFY>

Ventura, A. (1 de Abril de 2021). *CHEGA TV*. Obtido de Youtube:  
<https://www.youtube.com/watch?v=6kd3Uqllr04&t=41s>



Orientador: Paulo Jorge Almeida Falcão Alves

Unidade Curricular: Sociologia da Comunicação

Curso de licenciatura em Ciências da Comunicação

Escola Superior de Educação e Comunicação da Universidade do Algarve

Autores: Tomás Guerreiro Alves (a64221) e Miguel Luís David do Poço (a68278)