

Discurso político e saúde pública: a construção de *ethos* e narrativas sobre o uso de drogas

Maira Guimarães¹
Renan Moreira Silva²

RESUMO:

Este artigo investiga o uso da temática do consumo de cocaína como uma estratégia discursiva durante a campanha eleitoral de 2024 para a prefeitura de São Paulo, em que o político Pablo Marçal (Partido Renovador Trabalhista Brasileiro) utilizou a acusação de que seu adversário, Guilherme Boulos (Partido Socialismo e Liberdade), seria usuário de cocaína. A análise foca na construção do *ethos* de polêmica, conceito de Ruth Amossy (2012), e nas estratégias argumentativas utilizadas por Marçal para deslegitimar Boulos, estigmatizando-o como uma pessoa “doente” e “incompetente”. Ao fazer isso, Marçal busca desviar o debate sobre políticas públicas e saúde em torno das drogas, construindo um imaginário social negativo. A pesquisa, com base em uma análise qualitativa das falas de Marçal em debates políticos, utiliza os conceitos de *ethos* de polêmica e discurso político, propostos por Ruth Amossy (2012) e Patrick Charaudeau (2012), para compreender como as estratégias discursivas de Marçal influenciam a percepção pública sobre a questão das drogas e a construção de narrativas políticas. A hipótese é que, ao veicular *fake news* sobre o uso de drogas por Boulos, Marçal não só reforça uma polarização política, mas também contribui para uma visão distorcida da discussão sobre saúde pública e políticas de drogas no Brasil.

PALAVRAS-CHAVE: Argumentação. *Ethos* de polêmica. Discurso Político. *Fake News*.

1. INTRODUÇÃO

O debate sobre o uso de drogas tem ocupado um espaço significativo nas discussões políticas contemporâneas no Brasil, refletindo preocupações sociais, de saúde pública e segurança. Em 2024, durante a campanha para a prefeitura de São Paulo, o político Pablo Marçal (Partido Renovador Trabalhista Brasileiro) mobilizou essa temática em diversos debates, acionando imaginários sociais brasileiros fortemente marcados pelo estigma em torno da cocaína. Essa questão, que envolve tanto dimensões sociais quanto simbólicas, torna-se ainda mais relevante quando inserida no atual contexto de hiperpolarização política, no qual as narrativas sobre drogas são frequentemente instrumentalizadas como ferramentas de deslegitimação de adversários.

¹ Doutora em Estudos Linguísticos pelo Programa de Pós-Graduação em Estudos Linguísticos da Universidade Federal de Minas Gerais (Pós-Lin/UFGM). Professora de Linguística do curso de Letras da Universidade do Estado de Minas Gerais (UEMG/Divinópolis). E-mail: maira.guimaraes@uemg.br. ORCID: 000-0001-6952-5145. Esta pesquisa foi realizada com financiamento da Universidade do Estado de Minas Gerais (UEMG).

² Mestrando em Estudos Linguísticos pelo Programa de Pós-Graduação em Estudos Linguísticos da Universidade Federal de Minas Gerais (Pós-Lin/UFGM). E-mail: renanmoreiralettras@gmail.com. ORCID: 0009-003-9880-1454.

A polarização política tem se tornado uma característica marcante do cenário democrático contemporâneo, especialmente no Brasil. Mais do que uma simples divergência de opiniões, ela se manifesta como uma intensa batalha discursiva, na qual narrativas opostas são construídas de maneira emocional, dramática e, muitas vezes, agressiva. Esse processo promove a construção de identidades antagônicas no espaço público, onde adversários políticos são representados não apenas como opositores, mas como inimigos morais, desviantes e perigosos. Essa intensificação discursiva, amplificada pelas redes sociais e pela circulação acelerada de informações e desinformações, estabelece um terreno fértil para o uso de estratégias como a construção do *ethos* de polêmica e a mobilização dos afetos (*pathos*).

É justamente nesse ambiente discursivo polarizado que se inscrevem as falas de Pablo Marçal durante a campanha de 2024, nas quais a acusação de que seu adversário, Guilherme Boulos (Partido Socialismo e Liberdade), seria usuário de cocaína não se apresenta como um dado isolado, mas como parte de uma estratégia discursiva alinhada à lógica da polarização, da dramatização e da construção de um *ethos* de polêmica, sustentado na desinformação, na estigmatização e na produção de dissenso. Essa tática não busca apenas desacredenciar Boulos como candidato, mas também aciona estigmas fortemente enraizados no imaginário social brasileiro, desviando o debate das propostas para o campo da desqualificação moral e da mobilização de afetos.

Diante desse cenário, este artigo busca analisar como Pablo Marçal, em seus discursos de campanha, constrói um *ethos* de polêmica articulado à mobilização do *pathos*, utilizando a temática do uso de cocaína como recurso para deslegitimar seu adversário, tensionar o debate público e reforçar a lógica da polarização. Parte-se da compreensão de que, no discurso político, a construção de credibilidade (*ethos*) não se restringe à projeção de uma imagem positiva de si, mas pode também ser estruturada no embate, na denúncia e na desqualificação do outro, especialmente em contextos polêmicos (Amossy, 2012). Associada a isso, a mobilização do *pathos*, entendida como o conjunto de recursos discursivos voltados à produção de efeitos emocionais, desempenha um papel fundamental na construção de cenas discursivas carregadas de indignação e repulsa.

A pergunta que orienta esta investigação é: de que maneira as falas de Pablo Marçal, durante a campanha eleitoral de 2024, mobilizando a temática do uso de cocaína, constroem um *ethos* de polêmica e, ao mesmo tempo, acionam afetos (*pathos*) que impactam a percepção pública, tanto sobre o adversário quanto sobre o próprio debate em

torno das drogas? Importa destacar que, nos debates analisados, a temática das drogas não surge como pauta proposta pelos mediadores, mas é introduzida espontaneamente por Pablo Marçal como estratégia discursiva de ataque. Esse aspecto evidencia como temas sensíveis, como o uso de drogas, podem ser instrumentalizados no embate político não para discutir políticas públicas, mas para acionar estigmas, produzir afetos e construir um *ethos* confrontacional, centrado na desqualificação moral do adversário e na mobilização da indignação do público.

O *corpus* da pesquisa é composto por falas do candidato Pablo Marçal em debates televisionados, especificamente os debates realizados pelas emissoras Band e SBT, bem como por postagens e declarações públicas nas redes sociais durante o período da pré-campanha e da campanha oficial. Os objetivos deste artigo são, primeiramente, analisar as falas de Pablo Marçal durante os debates políticos e nas redes sociais em que o candidato discorre sobre a cocaína, identificando a construção retórica e as estratégias argumentativas direcionadas para o *ethos* de polêmica. Em segundo lugar, busca-se compreender como essas falas se inserem no discurso político mais amplo sobre a temática das drogas no Brasil, contribuindo para a formação de narrativas que moldam a percepção pública por meio da desinformação, da mobilização de estigmas e da intensificação da polarização. A metodologia adotada é de natureza qualitativa, fundamentada nos pressupostos da Análise do Discurso, com ênfase nas contribuições de Ruth Amossy (2001, 2012) sobre *ethos*, *ethos* de polêmica e *pathos*, e de Patrick Charaudeau (2012, 2016, 2022) sobre discurso político, manipulação da verdade, dramatização e produção de efeitos de sentido no espaço midiático.

A hipótese que orienta esta pesquisa é que, ao propagar desinformação e divulgar *fake news* que associam Guilherme Boulos ao uso de cocaína, Pablo Marçal constrói um *ethos* de polêmica voltado à desqualificação moral do adversário. Nesse movimento, Marçal não apenas busca enfraquecer a imagem pública de Boulos, mas também instrumentaliza um tema sensível como as drogas como recurso retórico de ataque, sem que haja, efetivamente, uma discussão substantiva sobre saúde pública ou políticas sobre drogas. Essa estratégia reflete uma dinâmica recorrente no cenário político contemporâneo, na qual a circulação de *fake news* e a mobilização de afetos negativos operam como dispositivos centrais para a construção de narrativas políticas e para a produção de sentidos no espaço público.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1. O DISCURSO POLÍTICO E A CONSTRUÇÃO DO *ETHOS* DE POLÊMICA

O discurso político, conforme explica Charaudeau (2012, 2016, 2022), não se reduz à transmissão de informações, mas constitui uma prática comunicativa orientada por finalidades persuasivas sendo definido como: “um conjunto de práticas de comunicação que visa persuadir, mobilizar e, em última instância, influenciar a opinião pública em torno de questões sociais e políticas.” (Charaudeau, 2012, p. 12). Assim, tal discurso se organiza a partir de três grandes objetivos: construir uma imagem de si (*ethos*), modelar representações sobre o mundo social e conquistar a adesão do público. Sua eficácia, portanto, não se ancora na veracidade factual, mas na produção de efeitos de sentido, credibilidade e legitimidade no espaço público.

Essa dinâmica se estrutura no que Charaudeau (2012) denomina contrato de veridicção, ou seja, o pacto implícito segundo o qual o locutor deve parecer sincero, honesto e digno de confiança, ainda que suas afirmações não estejam ancoradas em dados objetivos. O autor afirma: “O importante, nesse tipo de contrato, não é tanto dizer a verdade, mas fazer crer que se diz a verdade” (Charaudeau, 2022, p. 22). Assim, o discurso político se move menos pela lógica da comprovação empírica e mais pela construção discursiva da credibilidade.

Caracterizado por um jogo complexo de significações, que busca construir imaginários sociais coerentes e mobilizadores, o discurso político está, intrinsecamente, relacionado à construção de identidades, tanto do orador quanto do auditório. Segundo Charaudeau (2016, p.37): “a produção do sentido político implica um trabalho de construção identitária, onde o político deve se fazer reconhecer e aceitar.” Essa construção se realiza por meio de estratégias retóricas que estabelecem laços de identificação entre o político e seus eleitores, incluindo a utilização de narrativas emocionais, a construção de inimigos comuns e a manipulação de símbolos e valores culturais. No centro desse funcionamento está o conceito de *ethos*.

Originado na Retórica Clássica, o *ethos* refere-se à imagem de credibilidade que um orador constrói diante de seu auditório. O filósofo Aristóteles, por exemplo, em sua obra *A Retórica* (350 a.C.) destacava a importância do *ethos* como um dos três pilares da persuasão, juntamente com o *pathos* (afetos) e o *logos* (razão). No discurso político, a construção do *ethos* é crucial, pois a percepção de competência, integridade e empatia do orador influencia diretamente a aceitação de seu discurso. De acordo com Amossy (2001,

2012), o *ethos* corresponde à imagem de si que o locutor projeta no próprio discurso. Esse *ethos* não é um reflexo da identidade real do sujeito, mas uma construção discursiva, estratégica e situada, que se ajusta às condições da interação e aos objetivos persuasivos. Além disso, o discurso político é permeado por um contexto de interações sociais e históricas que influenciam sua recepção e interpretação. Charaudeau (2012) enfatiza a importância do contexto na análise do discurso, afirmando que “as significações são sempre construídas em relação às experiências, expectativas e crenças do público” (Charaudeau, 2012, p. 76). Assim, um discurso político pode ser mais “eficaz” quando se alinha com as demandas e preocupações do auditório, refletindo suas ansiedades e esperanças. Em um contexto de polarização política, como o que se observa no Brasil contemporâneo, essas táticas tornam-se ainda mais evidentes, com políticos utilizando discursos que não apenas apresentam propostas, mas também reforçam divisões sociais e ideológicas. Quando essa construção se dá em contextos de dissenso, conflito e enfrentamento, como é característico dos ambientes de polarização, emerge uma configuração específica: o *ethos* de polêmica (Amossy, 2012). Essa modalidade se caracteriza pela constituição de uma identidade discursiva combativa, vigilante e moralizadora, na qual o locutor se afirma sobretudo pela desqualificação do outro. O *ethos* de polêmica não busca a construção de consenso, mas sim a intensificação do dissenso, acionando a denúncia, o ataque pessoal e a produção de fronteiras simbólicas rígidas entre “nós” e “eles”. A autora supracitada argumenta que “o *ethos* de polêmica se constrói na tensão entre a imagem do orador e a do adversário, onde o primeiro busca deslegitimar o segundo.” (Amossy, 2012, p.33). O *ethos* de polêmica é, portanto, uma estratégia argumentativa que não se limita à mera crítica ao adversário, mas envolve uma configuração de identidade que busca mobilizar emoções e reações no auditório.

De acordo com Amossy (2012), ao construir um *ethos* de polêmica, o orador busca suscitar emoções no auditório, como medo, raiva ou desprezo, que podem eclipsar a lógica e a racionalidade do debate. Segundo Amossy (2012, p. 56): “A retórica da polêmica não visa apenas vencer um debate, mas também transformar a imagem do adversário e a do próprio orador.” Nesse sentido, a polêmica não é apenas um subproduto do debate político, mas uma ferramenta consciente utilizada pelo orador para manipular a percepção pública e reforçar suas próprias posições.

A intersecção entre o discurso político de Charaudeau (2012) e o *ethos* de polêmica de Amossy (2012) oferece um arcabouço teórico robusto para a análise das estratégias argumentativas de figuras políticas contemporâneas, como Pablo Marçal. Em

suas falas sobre a cocaína, especialmente no contexto da campanha para a prefeitura de São Paulo em 2024, Marçal emprega uma retórica que não apenas busca desacreditar seu adversário Guilherme Boulos, mas também construir um *ethos* de si mesmo que o apresenta como um líder forte e competente. Ao acusar Boulos de ser usuário de cocaína, Marçal utiliza uma estratégia que ativa estigmas sociais associados ao uso de drogas, desviando a discussão das políticas públicas necessárias para lidar com a questão da saúde.

Essa estratégia discursiva não só prejudica a imagem, ou seja, o *ethos* político de Boulos, mas também contribui para a construção de uma narrativa simplista e negativa sobre as drogas, uma vez que ignora as complexidades e os desafios que envolvem a saúde pública no Brasil. Assim, a análise das falas de Pablo Marçal sob a lente do discurso político e do *ethos* de polêmica revela como as estratégias retóricas podem influenciar a percepção pública, reforçando imaginários sociais que dificultam uma discussão mais informada e construtiva sobre temas críticos.

Além disso, a utilização de *fake news* como uma forma de sustentar essas alegações evidencia uma tendência preocupante no cenário político contemporâneo, em que a desinformação, em muitos casos, se torna uma ferramenta comum para manipular a opinião pública. Essa prática não apenas distorce a verdade, mas também fragiliza a confiança nas instituições e no discurso político, ampliando as barreiras ao diálogo e à compreensão mútua. Esse funcionamento é recorrente no contexto de hiperpolarização contemporânea, no qual a disputa política ocorre menos no campo das ideias e mais no campo simbólico, por meio da construção de identidades antagônicas que reforçam distinções morais, éticas e sociais.

2.2. *PATHOS*, DRAMATIZAÇÃO E ESPETACULARIZAÇÃO NO DISCURSO POLÍTICO

A construção do *ethos* de polêmica se articula diretamente à mobilização dos afetos, o *pathos*, como dispositivo persuasivo central no discurso político. Como observa Amossy (2001, p. 102), “a argumentação não pode ser dissociada do *ethos*, que é construído através de elementos que revelam a moralidade e a competência do falante, e do *pathos*, que mobiliza as emoções do público”. Nesse sentido, o discurso político não opera apenas no campo da racionalidade (*logos*), mas, sobretudo, no campo da emoção, da indignação, do medo e da repulsa. Esse deslocamento é especialmente acentuado nas

sociedades midiaticizadas, nas quais, segundo Charaudeau (2016), o discurso político tende a se organizar pela lógica da dramatização.

A dramatização, conforme define Charaudeau (2022), “tem por função provocar uma emoção forte no receptor, organizando uma cena na qual os atores são apresentados como heróis, vítimas ou culpados, e os fatos são colocados sob uma luz que maximiza sua carga afetiva” (p. 88). Nesse modelo, o debate deixa de ser um espaço para a deliberação racional e passa a funcionar como um espetáculo simbólico, no qual se encenam antagonismos, se performam conflitos e se constroem efeitos de verdade mediados pela emoção. O autor enfatiza ainda que, “na sociedade do espetáculo, o que importa não é mais a verdade dos fatos, mas a eficácia da encenação discursiva” (Charaudeau, 2022, p. 91). Essa constatação revela que a eficácia persuasiva se dá menos pela apresentação de argumentos consistentes e mais pela capacidade de produzir cenas que mobilizam afetos intensos. Portanto, *ethos* e *pathos* operam de maneira articulada e interdependente: o *ethos* de polêmica se sustenta na projeção de uma identidade combativa e vigilante, enquanto o *pathos* funciona como o motor afetivo.

2.3. A MANIPULAÇÃO DA VERDADE E OS DISPOSITIVOS DE DESINFORMAÇÃO

O funcionamento argumentativo, centrado na dramatização, na mobilização de afetos e na construção de um *ethos* combativo, se articula diretamente aos dispositivos contemporâneos de manipulação da verdade, que são estruturantes na comunicação política, especialmente em contextos eleitorais. Segundo Charaudeau (2022), a manipulação da verdade não se dá prioritariamente pela mentira direta, mas por meio de operações discursivas como seleção tendenciosa de informações, ocultamento de dados relevantes, descontextualização, distorção interpretativa e amplificação de estigmas. Para o autor, “manipular a verdade não é, necessariamente, mentir, mas operar com o real de forma a produzir um efeito de verdade ajustado aos interesses do locutor” (Charaudeau, 2022, p. 20).

A disseminação de *fake news*, portanto, não é um acidente, mas um dispositivo estrutural no cenário da comunicação política contemporânea. Como destacam Wardle e Derakhshan (2017), Farkas e Schou (2018) e Santini *et al.* (2021), as *fakes news* funcionam como operadores discursivos capazes de reforçar preconceitos, construir narrativas de deslegitimação e moldar percepções sociais de maneira estratégica. Esse quadro se intensifica com o fenômeno das bolhas de filtro, conceito desenvolvido por

Pariser (2012). Nessas bolhas, os algoritmos das redes sociais personalizam os conteúdos exibidos aos usuários, reforçando suas crenças pré-existentes e minimizando a exposição à diversidade de opiniões. Isso não apenas aprofunda a polarização, mas também cria um ambiente altamente propício à circulação de desinformação e à consolidação de discursos manipulativos.

Desse modo, a articulação entre *ethos* de polêmica, *pathos*, dramatização e manipulação da verdade não é um fenômeno episódico ou excepcional, mas um dispositivo discursivo estruturante no funcionamento da política contemporânea, especialmente nas campanhas eleitorais. Trata-se de uma dinâmica na qual o debate de ideias é progressivamente substituído pela performance simbólica do embate, pela produção de afetos negativos e pela construção de identidades políticas rigidamente antagonizadas.

3. ANÁLISE DAS ESTRATÉGIAS DISCURSIVAS NAS FALAS DE PABLO MARÇAL

3.1. A CONSTRUÇÃO DO *ETHOS* DE POLÊMICA

A construção do *ethos* de polêmica, conforme discutido por Amossy (2012), refere-se à forma como o orador utiliza a argumentação para moldar a percepção que o auditório tem sobre ele e sobre seus oponentes, especialmente em contextos de controvérsia. A construção do *ethos* discursivo de Pablo Marçal, no contexto da campanha eleitoral para a prefeitura de São Paulo em 2024, manifesta-se de forma clara dentro da lógica da polêmica. Amossy (2012) sustenta ainda, que, em situações de confronto discursivo, o *ethos* de polêmica não se orienta pela busca de uma credibilidade baseada na competência técnica ou na racionalidade, mas se estrutura na denúncia, na desqualificação e na oposição aberta ao outro.

As declarações do candidato Pablo Marçal, durante os debates políticos da eleição para a prefeitura de São Paulo (2024), exemplificam essa estratégia retórica. Desde o início de sua campanha, Marçal empregou um discurso que não apenas visava apresentar suas propostas, mas que também buscava descredenciar seu adversário, Guilherme Boulos. Ao associar Boulos ao uso de cocaína, Marçal visava criar um *ethos* que retratava o seu adversário como alguém “incapaz”, “doente” e “inepto” para assumir uma posição de responsabilidade pública. Em uma de suas falas, por exemplo, Marçal afirmou: “Você realmente conhece a cidade de São Paulo, porque você deve ter ido para todas as *biqueiras*

atrás daquilo que mais te agrada para você assumir esse estado emocional seu.”³ (grifos nossos). Esta afirmação apresenta uma acusação agressiva que busca confrontar o interlocutor e, ao mesmo tempo, desacreditá-lo.

O enunciador tenta polarizar a posição do outro, colocando-o como alguém envolvido com práticas ilícitas, o que é uma forma clara de desqualificação. Conforme explica Amossy (2012), essa construção discursiva pode ser vista como uma dicotomização de teses que se opõem, ou seja, “duas opções antitéticas [que] se excluem mutuamente.” O uso da palavra “biqueiras” e a acusação de “estar atrás de algo que mais te agrada” reforçam a polarização social, em que o enunciador posiciona o outro em um lado da dicotomia moral, ou seja, em que as práticas sociais são vistas como imorais. Nesse caso, percebe-se uma tentativa de influenciar um auditório que pode estar alinhado com a moralidade do enunciador, criando um *ethos* que visa reforçar a desqualificação do outro, como discutido por Carmelino (2019).

Além disso, o fato de Marçal afirmar que Boulos conhece a cidade de São Paulo não se caracteriza como algo positivo, no que diz respeito às qualidades de um político; pelo contrário, Marçal sugere que o conhecimento de Boulos sobre a cidade se dá como um reflexo de um problema de dependência, pelo uso da cocaína, lançando, desse modo, uma espécie de suspeita sobre a credibilidade do seu adversário político como candidato à prefeitura da maior cidade do país.

Em uma fala proferida por Marçal, no debate organizado pelo jornal O Estado de S. Paulo, o Terra e a Faap (Fundação Armando Álvares Penteado)⁴, destaca-se: “*Se o cara parar de cheirar cocaína*, eu tiro [a acusação]. Se ele provar que ele não cheira, eu tiro [a acusação]” (grifo nosso). Aqui, a fala do candidato se caracteriza pela tentativa de definir um padrão que o outro deve seguir para provar sua inocência, uma estratégia claramente argumentativa, mas também de polarização social. O enunciador cria uma dicotomia entre “quem cheira” e “quem não cheira”, estabelecendo uma linha de demarcação que serve para desqualificar o interlocutor. A condição imposta “se o cara parar de cheirar cocaína” é uma forma de confrontação que coloca o adversário em uma posição subalternizada, forçando-o a uma validação de sua pureza.

³ Debate realizado pela TV Bandeirantes em 08 de agosto de 2024. Fonte: <https://www.aosfatos.org/noticias/falas-marcal-boulos-uso-de-drogas/>. Acesso em 04 novembro de 2024.

⁴ Debate realizado pelo Jornal O Estado de S. Paulo, o Terra e a Faap (Fundação Armando Álvares Penteado) em 14 de agosto de 2024. Fonte: <https://www.aosfatos.org/noticias/falas-marcal-boulos-uso-de-drogas/>. Acesso em: 04 nov. 2024.

Nesse caso, o discurso também se apoia em uma retórica do dissenso, conforme defende Amossy (2012), pois a finalidade não é o consenso, mas sim afirmar uma superioridade moral e social. A desqualificação do adversário se torna um ponto central, dado que a acusação é lançada como uma exigência de demonstração de inocência. Assim, tal afirmação se apoia ainda em uma estratégia de enfrentamento, demonstrando não apenas a intenção de pressionar o outro, mas que este prove algo que nunca será suficiente, conforme a lógica da polarização (Amossy, 2012). Isto é, Marçal posiciona-se como alguém que exige provas e que está pronto para desmascarar seu adversário. Esse tipo de declaração tem um duplo efeito, pois, de um lado, reforça a imagem de Pablo Marçal como um candidato vigilante e ativo na busca pela verdade e, de outro lado, cria um estigma em torno de Guilherme Boulos, associando-o a comportamentos condenáveis socialmente.

No debate realizado pela emissora Rede TV⁵, Marçal afirma: “O povo já sabe que [Boulos] é um *aspirador de pó* (...). Agora, vou ter que *sacrificar alguma coisa* para provar para você” (grifo nosso). Neste caso, o político utiliza uma metáfora pejorativa, “aspirador de pó”, para desqualificar diretamente a moral e o comportamento do seu oponente eleitoral. Essa metáfora reforça a posição do enunciador como alguém com controle sobre o que será mostrado ao público. Já a ideia de “sacrificar alguma coisa para provar algo” ao adversário parece sugerir uma concessão dramática que visa fortalecer, ainda mais, sua imagem perante o público, sem, contudo, buscar um consenso, mas, sim, intensificando o dissenso, como discutido por Amossy (2012). Esta afirmação de Pablo Marçal exemplifica bem como a desqualificação pode ser utilizada, não só em uma retórica de confronto, mas também como uma ferramenta de manipulação do discurso público, com o intuito de manipular a audiência e consolidar uma posição de poder sobre o adversário.

Ainda no que se refere à estratégia de desqualificação do adversário, destaca-se a fala de Pablo Marçal em entrevista à CNN Brasil⁶:

O cara que quer ser prefeito aqui, o apoiador de Hamas, o apoiador de ditadura em Venezuela, o cheirador de cocaína...que inclusive *eu tenho a prova e vou provar* no último debate, já que você só vai nesse. *Eu vou provar*, ninguém

⁵ Debate realizado pela Rede TV em 15 de agosto de 2024. Fonte: <https://www.aosfatos.org/noticias/falas-marcal-boulos-uso-de-drogas/>. Acesso em: 04 nov. 2024.

⁶ Entrevista realizada pela CNN Brasil em 26 de agosto de 2024. Fonte: <https://www.aosfatos.org/noticias/falas-marcal-boulos-uso-de-drogas/>. Acesso em: 04 nov. 2024.

vai me segurar. *Já foi preso* portando droga e eu vou mostrar, tá no segredo de justiça, e aguarde que eu tô resolvendo pra te mostrar. (grifos nossos)

Inicialmente, nota-se que, ao preferir a promessa de provar algo, Marçal utiliza a estratégia argumentativa de desqualificação do adversário. A acusação de que o oponente foi preso, mesmo sendo um fato específico, é usada aqui como uma arma retórica para desacreditar o oponente no debate público. A utilização dessa informação de forma manipulativa, visivelmente para impactar o auditório, reforça a ideia de polarização social, já que a prisão, quase sempre, é vista socialmente como um marcador social negativo. Esse tipo de discurso segue a lógica da polarização social de King e Floyd (1971 *apud* Amossy, 2001, p.44), ao tentar dividir o público entre quem considera a ação de se envolver com drogas moralmente “errada” e quem, possivelmente, defenderia a reabilitação ou a complexidade das situações. Como descreve Amossy (2012), a polarização não apenas divide, mas também fortalece as identidades de cada grupo, fazendo com que o enunciador se coloque no lado “certo” da moralidade, ao expor os supostos “defeitos” do oponente.

Dessa forma, a fala de Pablo Marçal, ao utilizar a estratégia de construção do *ethos* de polêmica, não apenas serve para atacar a credibilidade de Guilherme Boulos, mas também para posicionar a si próprio como uma figura forte e decidida no debate político. Essa dinâmica revela como a retórica pode ser empregada para moldar a percepção do eleitorado e influenciar as decisões políticas, deslocando o foco de questões substanciais para ataques pessoais que podem prejudicar a qualidade do debate público.

Em seus discursos proferidos contra Guilherme Boulos, Pablo Marçal reforça a noção de polarização social e de construção de uma identidade moral oposta ao seu oponente político, como podemos notar em: “Eu vou chamar três empresas diferentes, ele [Boulos] leva mais, eu faço, todo mundo faz. Se for pegar a *cannabis*, eu acho que vai pegar quase todo mundo. Mas a *cocaína* você vai ver, vai estar presente”⁷ (grifo nosso). A comparação (*cannabis* e *cocaína*) feita pelo político intensifica a ideia de polarização e confronto. A proposta de mostrar a “presença de cocaína”, que, nas palavras de Marçal, diferencia-se da *cannabis*, pelo fato de esta última ser utilizada por “quase todo mundo”, funciona com uma retórica de diferenciação e exclusão social. A frase, portanto, segue a lógica de polarização social de King e Floyd (1971 *apud* Amossy, 2001), para quem o

⁷ Debate realizado pelo canal de Podcast Flow em 14 de agosto de 2024. Fonte: <https://www.aosfatos.org/noticias/falas-marcal-boulos-uso-de-drogas/>. Acesso em 04 de novembro de 2024.

discurso se constrói a partir da separação entre “os bons” e “os maus”, visto que a argumentação retórica não busca consenso, mas, sim, reforçar um ponto de vista oposto ao do interlocutor, em uma dinâmica de desqualificação e confronto direto.

A construção do *ethos* de polêmica no discurso político de Pablo Marçal encontra-se permeado pelo uso de estratégias emotiva e provocativa, que buscam não apenas informar, mas também incitar reações no auditório. As falas de Marçal, frequentemente, apelam a um senso de urgência e indignação. Essa estratégia não apenas polariza a opinião pública, mas também solidifica a imagem do candidato como um defensor da moralidade pública, contrastando com a suposta imoralidade de seu oponente.

No contexto político contemporâneo, o uso de *fake news* e desinformação tornou-se uma ferramenta estratégica poderosa, capaz de influenciar a opinião pública e moldar as narrativas políticas. As falas de Pablo Marçal durante os debates para a prefeitura de São Paulo, em 2024, exemplificam como essa prática é utilizada para deslegitimar adversários e manipular percepções sociais. Ao associar seu concorrente, Guilherme Boulos, ao uso de cocaína, Marçal não apenas realiza um ataque pessoal, mas também recorre a uma forma de desinformação que compromete a integridade do debate público.

A construção de narrativas baseadas em informações não verificadas ou em afirmações exageradas é um fenômeno amplamente estudado. Charaudeau (2012), em suas análises sobre o discurso político, defende que a argumentação deve ser fundamentada em evidências e que, quando essa regra é ignorada, o discurso político perde sua legitimidade e eficácia. No entanto, Pablo Marçal parece desafiar essa norma, usando alegações que, na melhor das hipóteses, são infundadas, como quando afirma que possui “provas” do envolvimento de Guilherme Boulos com drogas, mas não apresenta tais evidências em momento algum.

Essa estratégia não é apenas um ataque pessoal, mas também uma forma de desinformação que utiliza a falta de provas concretas para criar uma narrativa que ressoe emocionalmente com o público. Ao declarar repetidamente que Boulos é um “cheirador de cocaína” e insinuar que ele tem um histórico criminal, Marçal constrói um quadro que visa prejudicar a imagem de seu adversário.

Assim, a retórica de Marçal se beneficia desse ambiente de desinformação, em que as verdades complexas são frequentemente distorcidas ou simplificadas para se adequar a narrativas polarizadoras. A insistência em associar Boulos ao uso de drogas não apenas desvia a atenção de questões políticas relevantes, como a gestão da cidade e

a saúde pública, mas também alimenta uma cultura de *fake news* que desestabiliza a confiança do eleitorado nas informações.

Dessa maneira, o uso de *fake news* e desinformação, nas falas de Pablo Marçal, serve como um mecanismo de controle e manipulação, revelando como a retórica política pode se afastar da racionalidade e da ética do discurso. Essa prática não só prejudica o debate democrático, mas também perpetua uma visão distorcida da realidade política, em que a verdade é frequentemente sacrificada em nome da estratégia eleitoral.

Nas declarações de Marçal, a emoção é frequentemente evocada, por meio da construção de um *ethos* negativo em relação a Boulos. Ao afirmar, por exemplo, que “o cara que quer ser prefeito aqui... é um cheirador de cocaína”, Marçal não se limita a fazer uma acusação, uma vez que ele apela à indignação e ao repúdio do auditório em relação ao uso de drogas, visto que este é considerado um tema sensível para a maioria da sociedade brasileira. Essa abordagem ressoa com a ideia de Amossy (2001) sobre a argumentação emocional, para quem os discursos são moldados para provocar reações afetivas que podem levar a um julgamento mais favorável ou desfavorável em relação ao interlocutor.

Além disso, a retórica de Pablo Marçal não apenas busca deslegitimar Guilherme Boulos, mas também sugere que ele não é apto para ocupar um cargo público, devido a problemas pessoais relacionados ao uso de drogas. Como afirma Amossy (2001, p. 102): “a argumentação não pode ser dissociada do *ethos*, que é construído através de elementos que revelam a moralidade e a competência do falante”. Essa estratégia argumentativa visa, não apenas atacar a figura do adversário, mas também suscitar um efeito *pathêmico* nos eleitores, que podem sentir preocupação ou repulsa por um candidato associado a comportamentos que consideram inaceitáveis.

Pablo Marçal, ao apresentar sua versão das “provas” de uso de cocaína, acentua a urgência e a ansiedade, como quando diz: “Eu que tenho que provar, vou provar na hora certa.” Aqui, a emoção de expectativa é manipulada, transformando a narrativa em um espetáculo em vez de uma discussão fundamentada sobre políticas públicas. Essa dramatização não só desvia o olhar do público das questões mais relevantes, mas também cria um ambiente no qual a desconfiança em relação ao adversário prevalece.

Esse uso estratégico da emoção também se alinha com o conceito de *ethos* de polêmica, já que Marçal busca se estabelecer como um defensor da moralidade, contrapondo-se a um adversário que ele retrata como “corrupto” ou “ineficaz”. Ao fazer isso, Marçal não apenas busca conquistar a simpatia do eleitorado, mas também reafirma

sua própria imagem como um candidato “limpo” e “sério”, mesmo que suas alegações não sejam sustentadas por provas concretas.

Tendo em vista o exposto, observamos, nas declarações de Marçal, uma recorrência de acusações de forte carga estigmatizante. Enunciados como “O cara que quer ser prefeito aqui... é um cheirador de cocaína” não têm a função de discutir propostas, mas operam diretamente na deslegitimação do adversário, deslocando-o da posição de sujeito político legítimo para a de alguém social e moralmente desviante. Essa construção discursiva projeta um adversário não apenas ineficaz, mas indigno. Ao mesmo tempo, esse procedimento fortalece a própria imagem de Marçal como alguém que “fala verdades”, “tem coragem” e “não se submete ao politicamente correto”. Isso configura uma estratégia de construção do ethos combativo e vigilante, que se ancora na ideia de ser um líder supostamente autêntico e moralizador, alinhado aos valores de parte do eleitorado. O uso reiterado de expressões como “cheirador”, “aspirador de pó” e a constante promessa de apresentação de provas, que nunca se concretiza, não apenas reforça a desqualificação do adversário, como também performatiza um *ethos* sustentado no enfrentamento, na provocação e na produção de cenas de embate moral.

No que diz respeito ao *pathos* e a dramatização, ou seja, a mobilização dos afetos no discurso, a análise das falas de Marçal revela que a construção de seu *ethos* polêmico não se dissocia da mobilização intensa dos afetos, *pathos*, acionando repertórios emocionais que operam diretamente na percepção do público. Como indicam Amossy (2001, 2012) e Charaudeau (2022), a eficácia desse tipo de discurso não reside apenas na construção da própria imagem, mas na capacidade de gerar indignação, repulsa, medo e ansiedade. A dramatização aparece como estratégia recorrente. Quando Marçal afirma: “Eu que tenho que provar, vou provar na hora certa”, não há qualquer dado factual apresentado. No entanto, esse enunciado cumpre uma função dramaturgica essencial: manter o público emocionalmente engajado na expectativa de uma revelação que nunca se concretiza, funcionando como um jogo de suspense retórico.

Outro exemplo se observa na formulação: “Se o cara parar de cheirar cocaína, eu tiro [a acusação]. Se ele provar que não cheira, eu tiro.” Aqui, a inversão do ônus da prova dramatiza ainda mais a cena discursiva, posicionando o adversário no lugar de alguém permanentemente suspeito, onde qualquer negação se torna, em si mesma, insuficiente. Essas construções discursivas não apenas mobilizam a indignação, mas também reforçam afetos socialmente compartilhados no imaginário brasileiro em relação ao uso de drogas, associando esse comportamento à criminalidade, à desordem e à degeneração moral. O

discurso, assim, se desloca do campo das propostas para o campo da moralização e da ativação de estigmas.

Charaudeau (2022, p. 88) observa que, no discurso político, “a dramatização organiza uma cena na qual os protagonistas são apresentados como heróis, vítimas ou culpados, e os fatos são colocados sob uma luz que maximiza sua carga afetiva”. No caso analisado, Marçal posiciona-se discursivamente como herói e justiceiro, enquanto Boulos é construído como culpado e desviante.

Com relação à manipulação da verdade como dispositivo discursivo, como aponta Charaudeau (2022), a manipulação não se reduz à mentira simples ou à falsificação direta dos fatos, mas se realiza pela construção de efeitos de verdade sustentados em omissões, insinuações, exageros e encenações. No corpus analisado, essa operação discursiva torna-se evidente na insistente promessa de apresentação de “provas” sobre o suposto envolvimento de Guilherme Boulos com drogas. Ao declarar: “Eu tenho a prova e vou mostrar no último debate”, Marçal não entrega qualquer dado concreto. Contudo, produz um efeito de verossimilhança, reforçando o que Charaudeau (2022) denomina de “efeito de veridicção”: o locutor não precisa provar, basta parecer sincero, indignado e comprometido com uma suposta “verdade”.

Essa lógica se acopla, de maneira eficiente, às dinâmicas das redes sociais, intensificadas pelos filtros algorítmicos descritos por Pariser (2012). Nessas bolhas de filtro, o discurso de Marçal circula preferencialmente entre públicos já predispostos a validar suas afirmações, reforçando um ambiente de retroalimentação afetiva, onde dúvidas, contradições ou exigências por provas são simplesmente neutralizadas. A afirmação categórica de que “Boulos já foi preso por porte de drogas”, informação que nunca foi comprovada, é emblemática desse funcionamento. A manipulação, nesse caso, não opera apenas no nível da enunciação, mas se transforma em um espetáculo discursivo cuja função não é demonstrar, mas gerar efeitos de sentido orientados à desestabilização do adversário e à consolidação da própria imagem como paladino da moral.

Portanto, o conjunto das estratégias analisadas, construção do *ethos* de polêmica, mobilização do *pathos*, dramatização e manipulação da verdade, evidencia que o discurso de Pablo Marçal não tem como horizonte a apresentação de propostas ou a discussão qualificada de políticas públicas, mas sim a produção de cenas discursivas voltadas à espetacularização do conflito, à intensificação dos afetos e à cristalização de identidades políticas antagônicas.

4. CONCLUSÃO

A análise das falas de Pablo Marçal, no contexto da campanha eleitoral para a prefeitura de São Paulo em 2024, revelou um funcionamento discursivo ancorado na articulação de três pilares fundamentais: a construção de um *ethos* de polêmica, a mobilização dos afetos (*pathos*) e o uso sistemático da dramatização e da manipulação da verdade como dispositivos estratégicos. Esses elementos não operam de maneira isolada, mas se interconectam na organização de uma cena discursiva marcada pelo embate, pela intensificação dos antagonismos e pela desqualificação moral do adversário.

Ao acusar Guilherme Boulos de ser usuário de cocaína, sem qualquer apresentação de evidência concreta, Marçal não apenas realiza um ataque pessoal, mas aciona um repertório de estigmas profundamente enraizados no imaginário social brasileiro em torno do uso de drogas. Esse movimento discursivo não se destina ao esclarecimento de propostas ou à discussão racional sobre políticas públicas, mas à produção de efeitos *pathêmicos*, que deslocam o debate para o campo da emoção, da indignação, da repulsa e do medo.

A partir dos conceitos de Amossy (2012) e Charaudeau (2022), foi possível compreender que a eficácia desse discurso não se apoia na veracidade dos fatos, mas na construção de efeitos de verdade, que se sustentam na dramatização, na espetacularização do conflito e na mobilização de afetos. A dicotomização das teses, a polarização social e a desqualificação do adversário operam como procedimentos estruturantes desse *ethos* combativo e moralizador, que se afirma na oposição, na denúncia e na degradação simbólica do outro.

Essa dinâmica retórica, intensificada pelas lógicas das redes sociais e das bolhas de filtro, revela que a manipulação da verdade não é um desvio acidental, mas um dispositivo estrutural do discurso político contemporâneo, especialmente em contextos eleitorais marcados pela hiperexposição midiática e pela circulação acelerada de *fake news*. Nesse cenário, o debate público deixa de ser um espaço de construção de consensos e se converte em um campo de batalha simbólico, no qual a performance dos antagonismos substitui a argumentação racional.

Diante desse quadro, este estudo reforça a importância de uma análise crítica dos mecanismos discursivos que operam na cena política atual, particularmente no que diz respeito à instrumentalização de estigmas, à mobilização dos afetos e à manipulação da verdade como formas de controle simbólico e de produção de sentidos no espaço público.

Compreender essas estratégias não é apenas um exercício acadêmico, mas uma tarefa urgente para o fortalecimento do debate democrático, para o enfrentamento dos impactos sociais da desinformação e para a construção de práticas discursivas mais éticas, informadas e responsáveis.

Discurso político y salud pública: la construcción del *ethos* y las narrativas sobre el uso de drogas

RESUMEN:

Este artículo investiga el uso del consumo de cocaína como una estrategia discursiva durante la campaña electoral de 2024 para la alcaldía de São Paulo, en la que el político Pablo Marçal (Partido Renovador Trabalhista Brasileiro) utilizó la acusación de que su adversario, Guilherme Boulos (Partido Socialismo y Libertad), sería usuario de cocaína. El análisis se enfoca en la construcción del *ethos* de polémica, concepto de Ruth Amossy (2012), y en las estrategias argumentativas utilizadas por Marçal para deslegitimar a Boulos, estigmatizándolo como una persona “enferma” e “incompetente”. Al hacer esto, Marçal busca desviar el debate sobre políticas públicas y salud en torno a las drogas, construyendo un imaginario social negativo. La investigación, basada en un análisis cualitativo de las intervenciones de Marçal en debates políticos, utiliza los conceptos de *ethos* de polémica y discurso político, propuestos por Ruth Amossy (2012) y Patrick Charaudeau (2012), para comprender cómo las estrategias discursivas de Marçal influyen en la percepción pública sobre la cuestión de las drogas y la construcción de narrativas políticas. La hipótesis es que, al difundir *fake news* sobre el consumo de drogas por parte de Boulos, Marçal no solo refuerza una polarización política, sino que también contribuye a una visión distorsionada de la discusión sobre salud pública y políticas de drogas en Brasil.

PALABRAS CLAVE: Argumentación. *Ethos* de polémica. Discurso político. *Fake News*.

REFERÊNCIAS:

ALCÂNTARA, P. H. G. Participação e deliberação: divergências e tensões no campo das teorias alternativas da democracia. **Diálogo**, n. 38, 2018. Disponível em: <https://revistas.unilasalle.edu.br/index.php/Dialogo/article/view/4257>. Acesso em: 20 jan. 2025.

AMOSSY, R. **Apologia da polêmica**. São Paulo: Contexto, 2012.

_____. **A argumentação em discurso**. São Paulo: Contexto, 2001.

CARMELINO, A. C. Liberdade de expressão versus limites do humor: a constituição do ethos na polêmica. In: *Inteligência retórica: o ethos*. São Paulo: Blucher, 2019. p. 127–144.

CHARAUDEAU, P. **A conquista da opinião pública: como o discurso manipula as escolhas políticas**. São Paulo: Contexto, 2016.

_____. **O discurso político: uma análise semiótica**. São Paulo: Contexto, 2012.

MOURA, J. B.; ROBERTA, K. E.; ROCHA, M. S. A argumentação polêmica em pronunciamentos do pastor Silas Malafaia. **Verbum**, v. 12, n. 1, p. 124–148, mai. 2023.

PARISER, E. **A bolha filtrante: como a internet está nos separando do mundo**. Trad. Vera P. Zalis. Rio de Janeiro: Alta Books, 2012.