

A comunicação não verbal de Dilma nas eleições de 2014¹

Amanda Cordeiro Padilha²

Laura Sanábio Freesz Rezende³

Universidade Federal de Juiz de Fora

Resumo

Este artigo tem por objetivo explorar as diferentes expressões verbais e não-verbais usadas por Dilma Rousseff, candidata pelo PT à reeleição nas disputas presidenciais de 2014. As questões que apontaremos são: “como essas linguagens influenciaram na imagem que ela passava?” e “como desempenho da campanha foi afetado pelo seu comportamento?”.

Tentando responder a essas perguntas, usaremos como metodologia a análise de conteúdo comparativa, cortejando a postura corporal de Dilma nos programas do Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral (HGPE) e nos debates televisionados.

Palavras - chave: Dilma ; expressão corporal; comunicação.

1 Introdução

A partir de opiniões de especialistas, examinaremos gestos, olhares, expressões faciais e orais de Dilma. Entre os aspectos estudados, buscamos mostrar como os veículos de comunicação avaliaram seu desempenho e como sua manifestação corporal interfere na imagem da política na TV.

Estruturando o artigo, dividimos em três capítulos, além dessa introdução. Primeiramente, buscaremos mostrar o contexto de nossa análise, levando em conta como surgiram os primeiros estudos sobre comunicação não-verbal e como eles se desenvolveram até chegarmos ao modelo atual de propaganda eleitoral no país.

Posteriormente, evidenciaremos a influência da TV no desenvolvimento da campanha eleitoral, seja no Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral, seja nos debates televisionados. Para finalizar, concluiremos respondendo às questões pertinentes ao assunto.

¹ Trabalho apresentado na Divisão Temática Teoria e Interfaces da Comunicação do XIII Encontro Regional de Comunicação – Facom/ UFJF

² Estudante do Curso de Jornalismo da Faculdade de Comunicação da UFJF. E-mail: amandacordeiropadilha@gmail.com

³ Estudante do Curso de Jornalismo da Faculdade de Comunicação da UFJF. E-mail: laura.sanabio@gmail.com

2 Contexto da análise

Nos atuais estudos sobre comunicação, os especialistas admitem que o próprio corpo se comunica, tanto no intermédio do movimento ou da posição que assume quanto na sua forma. Prova disso é o fato de a linguagem corporal ter surgido antes da verbal. Charles Darwin foi um dos primeiros a abordar a linguagem corporal de alguns animais e comparar com suas intenções ao utilizá-la. Como reforçam Mônica RECTOR e Aluizio R. TRINTA (1985, p.65), –Em *The Expression of the Emotions in Man and Animals*, Darwin preocupa-se principalmente com as expressões faciais e corporais, através de descrições filosóficas e observações sobre animais”.

Antes de maiores detalhamentos, cabe aqui esclarecer brevemente a diferença entre linguagem corporal e gestual. Essa última é mais objetiva, contendo um significado próprio estabelecido por convenção. Esses símbolos são culturais, pois mudam de um lugar para outro. Já a linguagem corporal, leva em conta posturas ou gestos mais subjetivos, podendo não ser tão evidentes.

Como defendem RECTOR e TRINTA, a investigação da intenção dos gestos exige um novo olhar sobre a análise dos signos. O corpo humano é um conjunto de comportamentos organizados decompostos em signos não verbais equivalentes aos seus movimentos. Dessa forma, somos extremamente imitativos e sensíveis aos sinais corporais. De acordo com a semiótica, o corpo também é um signo, logo, também transmite significado e informação. Segundo Lúcia SANTAELLA (1983), –Semiótica é a ciência dos signos, é a ciência de toda e qualquer linguagem.” Portanto, vamos estudar o que essas linguagens corporais e não- verbais dizem a respeito das intenções de uma pessoa.

Flora DAVIS (1979) evidencia que a maioria das pessoas percebe a gesticulação alheia, mas raramente lhe atribui sentido. Contudo, é necessário enfatizar que os gestos são essenciais para o esclarecimento da mensagem quando a linguagem verbal não é clara, da mesma forma que revelam, involuntariamente, as emoções. A gesticulação emerge quando uma pessoa tem mais dificuldade para se expressar ou quando o esforço para se fazer entender é maior. Quanto maior a excitação, mais ela exige de seu corpo a ponto de gesticular cada vez mais. Para analisarmos a postura de Dilma, levaremos em conta os seguintes critérios: gestos de cabeça, posição das mãos e movimentos do corpo.

A psicóloga Amy CUDDY defende que a postura, além de influenciar a opinião dos outros sobre nós, pode mudar a visão que temos de nós mesmos. CUDDY afirma que existem posturas poderosas e não poderosas, que podem ter impacto positivo ou negativo na imagem que se quer passar. Além disso, dependendo do gestual usado, podemos até dizer se uma pessoa está mentindo ou não. Segundo DAVIS (1979), –quando alguém não fala a verdade, tende a executar movimentos nervosos, crispados e curtos, como lambe os lábios, esfregar os olhos, coçar-se, etc.”. Essas atitudes se dão, em sua maioria, porque as pessoas sabem fingir alegria ou tristeza, mas não conseguem fazê-lo de repente, tornando a mudança perceptível.

A cada nível de discurso, o corpo quando muda a movimentação. Assuntos sérios exigem uma postura mais firme, enquanto uma questão mais descontraída permite menor grau de rigidez. Para identificar o grau de tensão, movimentos corporais são mais previsíveis e visíveis em relação, por exemplo, ao olhar. DAVIS (1979) afirma que –o comportamento ocular é talvez a forma mais sutil da linguagem física. A tendência é a de desviar os olhos, pois nos sentimos ameaçados.”.

Como relembra Michel MEYER em seu livro *Questões de Retórica: Linguagem, Razão e Sedução*, podemos fazer referência à Retórica de Aristóteles quando analisamos aspectos verbais de um discurso, principalmente no que diz respeito à oratória. Segundo MEYER, a definição de retórica é a arte de bem falar, de mostrar eloquência diante de um público para ganhar a sua causa, englobando técnicas de persuasão e até mesmo de manipulação.

A palavra “retórica” deriva do grego “retor”, que significava “orador”, o político. Através desse conceito, dá-se mais valor à organização e à beleza do discurso do que à dimensão argumentativa, cultivada pelos sofistas. Como defende Christiani MARGARETH, nessa organização, a emotividade é um importante elemento por afetar o julgamento dos ouvintes, principalmente nos discursos políticos. A seleção de palavras é um recurso bastante utilizado pelo que chamamos de “marketing político”, que busca conciliar a gesticulação e a oratória dos candidatos.

Nos debates televisivos, os políticos preocupam-se em responder, com clareza e objetividade, perguntas de jornalistas e adversários, pois acreditam serem pontos importantes para a obtenção de bons resultados na disputa. Muitas vezes, é muito mais valorizado como se diz do que o que se diz.

A repercussão de um gesto ou a ausência dele pode ter muito poder, podendo até mudar a opinião pública sobre o caráter de uma pessoa. Visando evidenciar a influência da expressão corporal e oral nos resultados eleitorais, analisaremos, a seguir, o desempenho da candidata Dilma Rousseff no Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral (HGPE) e nos debates televisivos.

3 A influência da televisão em processos eleitorais e a imagem de Dilma no HGPE

O Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral (HGPE) brasileiro surgiu com a proposta de esclarecer as questões priorizadas por candidatos a cargos públicos durante a campanha eleitoral, com o objetivo de ajudar o eleitor a tomar uma decisão. Porém, com a atual mudança de cenário midiático, o formato das campanhas exige dos candidatos a habilidade de se portar de maneira a convencer o eleitor de seu ponto de vista. Surge, então, o conceito de media training, em que políticos recebem treinamento profissional sobre a forma como devem se portar diante de câmeras, o que deve ser falado e o que deve ser evitado.

Antes de avaliarmos o desempenho de Dilma Rousseff no HGPE, é importante destacar a relevância da veiculação desses programas para a disputa política. Atualmente, a televisão ainda é o meio de comunicação mais disseminado nas casas brasileiras e, por isso, apresentar propostas de governo e histórico de conquistas através dela é uma ótima estratégia de campanha. Isso evidencia a relevância da imagem pública, mostrada no HGPE, durante as campanhas eleitorais.

A importância da imagem é o que determina a televisão como principal fonte de informação do eleitor durante a campanha. É a imagem que tem o maior peso na decisão de voto e, na TV, as expressões gestuais e corporais dos candidatos não podem ser disfarçadas pelo tom de voz, como no caso do rádio.

Dando exemplos de como as linguagens corporais e orais podem fazer a diferença nos resultados de uma eleição, podemos citar as campanhas de Nixon e Kennedy para presidência dos Estados Unidos em 1960. No primeiro debate televisionado, Nixon mostrou-se cansado, enquanto seu adversário parecia relaxado e tranqüilo. Durante as respostas, Kennedy estava

confiante, além de ter sido mais eloqüente do que Nixon, que, por sua vez, aparentou bastante desconforto. Os eleitores que assistiram ao debate televisivo naquele dia acreditaram que Kennedy teve grande vantagem sobre seu oponente, enquanto quem ouvia pelo rádio, daria a vitória a Nixon, ficando claro que as imagens que as pessoas passam influenciam em como serão julgadas. Depois desse debate, Nixon contratou profissionais de marketing para estudar formas de melhorar seu desempenho através do estudo da Linguagem Corporal.

O conceito de imagem pública se relaciona ao treinamento de mídia, que é parte indispensável na construção da imagem que o candidato quer passar, se ajustando aos valores e às expectativas do eleitorado. A exemplo disso, analisamos a cena do programa do dia 19 de agosto, em que Dilma aparece cozinhando e cuidando de sua casa e família. Há uma tentativa de aproximação da realidade de seu público alvo, como fica perceptível no trecho:

Locutor (em off, sobre Dilma Rousseff): Uma mulher que acorda cedo, trabalha muito e tenta aproveitar qualquer tempinho que resta pra ter uma vida normal, como qualquer pessoa. Lê e escreve muito. Gosta de cozinhar e de tratar do jardim. Cuida da residência oficial com o esmero de qualquer dona de casa. Sente saudade da filha e do neto que moram longe. E compartilha, em todos os instantes, dos sonhos, das apreensões e das esperanças de milhões de brasileiros. (ROUSSEFF, HGPE, 19/12/2014).

Segundo especialistas em treinamento de mídia, o autoelogio soa arrogante e a estratégia mais certa para evitar tal impressão é atribuir o elogio à outra pessoa. Isso acontece de maneira recorrente nos programas de Dilma no HGPE, seja em depoimentos de pessoas que foram beneficiadas pela sua gestão ou pelo parecer do ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva. Ainda no primeiro programa televisionado, enquanto só se escuta a voz de Dilma, em off, em uma passagem que mostra a presidente sendo recebida calorosamente pelo povo, não é possível aferir com certeza o seu estado de tensão ao falar sobre os feitos e os desafios enfrentados em seu governo. Essa estratégia de edição é efetiva porque as imagens mostram a candidata sorridente e segura, mesmo que sua voz não soe dessa forma ao tratar de assuntos sérios. Novamente, retomamos o exemplo da campanha de Nixon e Kennedy. Aqueles que apenas escutaram o debate pelo rádio acharam que Nixon havia se saído bem quando, na verdade, a imagem não concordava com isso.

Ainda sobre o programa do dia 19 de agosto, Dilma apresentou uma postura tranquila, pois sabia o roteiro de suas falas e, além disso, estava sendo dirigida por profissionais. Outra característica de seus programas é a linguagem simples, sem requintes, que se aproxima daquela usada no cotidiano dos eleitores, como em “entendi o recado das urnas e das ruas” e “vendeu o patrimônio público a preço de banana”, como ela diz no primeiro programa do segundo turno, exibido no dia 9 de outubro.

Em certos programas do HGPE, Dilma usa de forma recorrente os dedos indicador e médio, com o braço erguido, para representar o “V da vitória”. O precursor do gesto foi Winston Churchill na época do movimento hippie. Símbolo visual de resistência inglesa na Segunda Guerra Mundial, Churchill tornou famosa a expressão não-verbal de uma palavra de ordem: “Paz e amor”, protestando contra a Guerra do Vietnã.

Um dos aspectos mais importantes da televisão nas campanhas eleitorais é a proximidade diária dos candidatos com o eleitorado e a interação que ela propõe ao público, como explica Maria Helena Weber.

A autonomia das campanhas eleitorais mostra a proximidade dessa visibilidade com a estética da publicidade e do marketing, como as campanhas emblemáticas da recente democracia brasileira - Fernando Collor de Mello (1989), Fernando Henrique Cardoso (1994) e Luiz Inácio Lula da Silva (2002). A eleição do atual presidente norte-americano, Barack Obama, (2008/2009) surpreendeu o mundo da política com a utilização das novas tecnologias de interatividade, acessibilidade e portabilidade capazes de provocar uma surpreendente participação social, além do feito político, propriamente dito. (WEBER, 2009:18)

A exemplo disso, ao final dos programas, os eleitores de Dilma que tivessem encontrado a candidata durante a campanha eram convocados a enviar suas “#ousselfies” para aparecerem no mesmo.

Embora o treinamento de mídia se comprove eficaz para os programas do horário eleitoral, durante os debates exibidos ao vivo em televisão aberta fica mais difícil para os candidatos controlarem suas reações às perguntas, suas expressões faciais e corporais. A seguir, analisaremos o desempenho de Dilma em alguns debates e como seu corpo se comportou em relação ao discurso.

4 Dilma nos debates

–Ambientes formais exigem comportamentos formais, e informais, o contrário do primeiro. Ambientes serenos e amigáveis tendem a levar um indivíduo a ter um comportamento diferente de um ambiente hostil e questionador.” (SOARES, 2006). Com essa frase, fica evidente que , quando muda o discurso, mudam as reações corporais em relação ao mesmo.

Até começarem os discursos do HGPE, os candidatos se esquivaram das questões mais polêmicas com uso de frases feitas e de outros movimentos treinados. Como defendem os especialistas da UOL em media training, –os candidatos não temem ser repetitivos em entrevistas, sabatinas e debates. O importante é não dar margem a deslizes”. Entretanto, nos debates, algumas situações saíram das expectativas do media training, fazendo com que os políticos fossem mais naturais e, portanto, tivessem mais lapsos, principalmente quando acham que não estão no foco da câmera.

Neste capítulo, daremos destaque a apenas alguns debates presidenciais, a fim de analisarmos com maiores detalhamentos as expressões corporais e orais da candidata Dilma Rousseff. Evidenciaremos que, mesmo nosso cérebro tentando mascarar nossas reações e emoções, por vezes, nosso corpo acaba revelando nossas verdadeiras intenções.

Entre todos os comportamentos não-verbais, a postura é o elemento mais fácil para o leigo observar e interpretar. De certa forma, é embaraçoso descobrir que os movimentos corporais, tidos como mais ou menos arbitrários, são tão circunscritos, previsíveis e, até, reveladores. Mas, por outro lado, é delicioso saber que todo o nosso corpo responde continuamente ao desenvolvimento de qualquer contato humano. (RECTOR e TRINTA, 1985, p. 105)

Acredita-se que a linguagem do corpo humano é mais “natural” que a linguagem articulada, pois, teoricamente, oferece uma expressão verdadeira dos estados emocionais. Entretanto, os exercícios de media training, como dito anteriormente, mascaram um pouco esses sentimentos. No debate do dia primeiro de setembro, segundo análise de Áurea Regina de Sá, consultora de media training, Dilma foi o oposto de sua adversária, Marina Silva (PSB): “A artificialidade que Dilma passa aparece em qualquer fala, seja de improviso, seja com um roteiro na mão ou não. O que [ela] precisa é criar uma imagem um pouco mais natural”. Na sabatina realizada por UOL, Folha, SBT e rádio Jovem Pan, em São Paulo, Dilma teve uma postura bastante arrogante. A doutora em lingüística Claudia Cotes apontou a expressão corporal como principal ponto negativo da petista, pois acredita que seu comportamento transmite arrogância, devido a seus gestos rápidos, repetitivos e às suas expressões faciais de mau humor.

A sabatina realizada pelo Bom Dia Brasil, gravada no Palácio da Alvorada, aconteceu no dia 22 de setembro. A entrevista, mediada por Chico Pinheiro, Ana Paula Araújo e Miriam Leitão, começou a candidata dando bom dia a cada um dos jornalistas, tentando humanizar a conversa. Depois de cumprimentar também os telespectadores, Dilma respondeu a algumas perguntas feitas pelos entrevistadores. Durante as duas horas da sabatina promovida pelo grupo GLOBO, Dilma sentiu-se bastante incomodada quando questionada sobre economia e Petrobras. Toda vez que a repórter Miriam Leitão perguntava sobre os temas, a candidata demonstrava nervosismo e tensão, segundo o especialista em linguagem corporal e autor do livro “Linguagem Corporal” (2010), Paulo Sérgio Camargo. “Ela aperta os lábios, fecha as mãos, agarra-se na cadeira e encolhe os ombros”, analisa Camargo. O fato de a candidata apertar firmemente as mãos corrobora esse desconforto. Dilma tenta incessantemente interromper os repórteres em uma tentativa de dominação, demonstrando claramente sua agressividade. Ela fecha o semblante, aumenta o tom de voz e fica se movimentando na cadeira, incomodada. Quando fala das propostas de governo, ela é mais segura. Dilma enumera os exemplos nos dedos, demonstrando certa naturalidade e facilitando a compreensão do telespectador. A mão gesticula de acordo com a fala, diferentemente do que ocorre quando fala do atual governo, pois, nessa situação, Dilma se desestabiliza e o verbal passa a não concordar com o gestual. Quando o assunto em pauta é religião, ela faz gestos clássicos de mentira: gagueja, passa a língua nos lábios e desfoca o olhar. Dilma faz isso por não dominar o tema, fato comprovado quando ela finaliza o assunto falando sobre o Papa Francisco apenas para mostrar-se importante por ter encontrado com o mais alto da hierarquia da Igreja Católica. O chamado olho no olho, seja com o jornalista ou com a própria câmera, mostra credibilidade. Ao desfocar o olhar e deixar os olhos firmemente cerrados, Dilma mostra-se em desacordo com o que se diz. Como relembra DAVIS (1979), “a mesma atitude quando se fala pode significar que não há muita segurança quanto aquilo que está sendo dito ou que se deseja modificar o que está sendo dito”. Allan e Bárbara Pease destacam que:

Quando uma pessoa é desonesta ou tenta ocultar algo, seu olhar enfrenta o nosso menos que um terço do tempo. Para conseguir uma boa relação com outra pessoa, deve-se olhar para ela durante 60 ou 70% do tempo, assim a pessoa começa a sentir simpatia pela outra.

Quanto aos adversários, principalmente Marina Silva (PSB) e Aécio Neves (PSDB), Dilma demonstra bastante desprezo e até mesmo raiva, o que fica perceptível através do tom de voz e na tensão em suas mandíbulas. Quando questionada sobre casamentos gays, ela faz gestos mais contidos e maneira no tom de voz, por se tratar de um assunto delicado em que não é interessante desagradar ninguém. Ela precisa de tempo pra pensar, por isso repete a pergunta.

No dia 2 de outubro, dois dias antes das eleições, Aécio Neves (PSDB) e Dilma polarizaram um forte debate. Através da análise de estudiosos da BBC, chega-se à conclusão de que Dilma estava muito insegura no primeiro bloco, chegando até mesmo a gaguejar. Ela gaguejou na primeira resposta, quando antecipou a questão da corrupção da Petrobras antes mesmo de ser questionada sobre isso, tentando evitar o ataque. Um pouco menos tensa, a candidata partiu para o enfrentamento, o que ficava evidente toda vez que Aécio ou Marina perguntavam a ela, pois fazia cara de desprezo, dando pouca importância ao que os outros diziam. Além disso, podemos citar os gestos de agressividade quando, por exemplo, ela ergue o queixo, mostrando arrogância, coloca a mão na mesa e olha diretamente para Marina.

Para Paulo Sérgio Camargo, o debate do dia 14 de outubro na Band foi o melhor dos últimos tempos em termos de gestuais e expressões faciais, pois o nível de tensão foi altíssimo. As mãos de Dilma no púlpito indicavam insegurança no começo. De acordo com Camargo, a petista, de forma geral, foi bem no debate, entretanto cometeu algumas falhas. Ao aproximar as mãos, fazendo com que apenas as pontas dos dedos se tocassem, Dilma, sem querer, faz um gesto obscuro. Como exalta Aurindo Rosendo:

Na maior parte do tempo, seu olhar vago e distante, denotou a falta de vontade de estar na posição em que estava. Suas perguntas e respostas reforçaram esta análise pelos gaguejos e falta de objetividade. Como candidata oficial, seu papel não é fácil, mas as expressões faciais tornaram a tarefa mais difícil ainda. Durante a hora e meia que durou o debate, sua boca estava crispada – denota que está escondendo algo que não pode ser dito – e seus olhos esbugalhados, como quem não está mais ouvindo o que o outro dizia. Sua postura, em pé, mas apoiada no púlpito denotou o cansaço, que, para uma mulher de quase 60 anos e ainda com a pecha do câncer, deixou claro que a campanha a estava exaurindo a olhos vistos.

Mesmo com alguns tropeços, Dilma termina o debate mostrando certa convicção ao encerrar seu discurso com as mãos duras para baixo.

A eleição presidencial foi para segundo turno. No dia 26 de outubro, Dilma Rousseff foi reeleita Presidente da República Federativa do Brasil. Em seu discurso de vitória, segundo Paulo Sérgio Camargo, a petista apresentou sinais de cansaço e pressa em encerrar seu discurso. Mostra-se impaciente ao deixar os ombros tensos para cima.

5 Considerações finais

A questão central desse artigo diz respeito à importância da expressão corporal aliada ao discurso de Dilma Rousseff, candidata do PT à reeleição na disputa presidencial de 2014.

Mais do que avaliar a eficiência do media training nos discursos de Dilma no Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral e nos debates promovidos pelos maiores meios de comunicação do país, nós nos preocupamos em analisar a interferência desse treinamento no conteúdo de seu discurso. Em muitas situações, a tentativa de controle de seus gestos atrapalhou Dilma mais do que contribuiu positivamente para conquistar o eleitorado.

Ainda que a candidata tenha saído vitoriosa da disputa, seu desempenho nos debates prejudicaram durante a campanha, já que, em alguns casos, a compreensão do telespectador foi comprometida pela confusão da candidata, que não conseguia disfarçar suas reações enquanto tentava decidir o que deveria ou não ser falado.

A possível implicação que decorre do excesso do treinamento de mídia é a pasteurização das campanhas eleitorais tal como desejam seus marqueteiros, já que os candidatos não agirão naturalmente nem mesmo nesses momentos decisivos, não dando margem para deslizes.

Outro aspecto da complexidade em torno da formação da imagem diz respeito ao carisma. Desde o século XIX, a figura dos líderes que representam interesses sociais ou de classe e podem chegar a exercer a representação como governantes. Essa liderança associada ao conceito de carisma de Max Weber é um dos aspectos importantes da obra de Richard Sennet intitulada *O declínio do homem público*, onde discute a exposição da intimidade, a vida pública como o —*ifn* da vida pública”. O líder carismático moderno, segundo o autor, —*destrói* qualquer distanciamento entre seus próprios sentimentos e impulsos e aqueles de sua platéia e, desse modo, concentrando os seus seguidores nas motivações que são dele, desvia-os da possibilidade de que o meçam por seus atos.” Completa essa reflexão, afirmando que —*líder* precisa se proteger contra ser julgado por aqueles mesmo que ele está representando”. (SENNET,1989, 324). (WEBER. 2009:14)

Com isso, percebemos que a imagem desempenha um papel fundamental na decisão do eleitor, o que justifica o crescente investimento dos políticos em marketing pessoal.

REFERÊNCIAS

- DAVIS, Flora. *A Comunicação Não-Verbal*. Summus Editorial- 1979- SP
- MEYER, Michel. *Questões de Retórica: Linguagem, Razão e Sedução*. Lisboa. Ed.70.1997
- RECTOR e TRINTA, Mônica e Aluizio. *Comunicação não- verbal : a gestualidade brasileira*– Petrópolis, Vozes, 1985.
- REVISTA FILOSOFIA – Editora Escala – Em debate – a arte de palavrrear RIAL, Carmen Silvia. *Por Uma Antropologia do Visual Contemporâneo*. p.124.
- SANTOS, Daniela Silva. *Julgamentos da expressividade de políticos em contexto de debate televisivo*.
- Mestrado em Fonoaudiologia, Pontífice Universidade Católica de São Paulo, 2006



SILVA, Christiani Margareth de Menezes .O papel das emoções na Retórica de Aristóteles-
doutoranda do Programa de Pós-graduação em filosofia da PUC do Rio de Janeiro

SOARES, Érika. Comunicação não-verbal em situação de comissão parlamentar mista de
inquérito: percepções de jornalistas e fonoaudiólogos . Mestrado em fonoaudiologia da
Pontifícia Universidade Católica de São Paulo – 2006

WEBER, Maria Helena. O estatuto da Imagem Pública na disputa política. p.18.

<<http://www.significados.com.br/linguagem-corporal/>> Acesso em: 20 de outubro de 2014

<[http://eleicoes.uol.com.br/2014/noticias/2014/09/02/debate-o-que-gestos-e-expressoes-revela
m-sobre- HYPERLINK](http://eleicoes.uol.com.br/2014/noticias/2014/09/02/debate-o-que-gestos-e-expressoes-revela-m-sobre-HYPERLINK)

"[http://eleicoes.uol.com.br/2014/noticias/2014/09/02/debate-o-que-gestos-e-expressoes-revela
m-sobre-dilma-e-marina.htm](http://eleicoes.uol.com.br/2014/noticias/2014/09/02/debate-o-que-gestos-e-expressoes-revela-m-sobre-dilma-e-marina.htm)"dilma-e-marina.htm > Acesso em: 14 de novembro de 2014