

## **Debate, argumentação e organização enunciativa**

Maria Aldina Marques\*

### **Resumo**

O debate eleitoral é um discurso argumentativo polémico que, mais do que qualquer outro debate mediatizado, constitui um exercício de influência, orientado para aprofundar o desacordo com o seu adversário e simultaneamente persuadir o «auditório», levá-lo a agir de forma muito directa e precisa, num determinado momento. O discurso é, pois, essencialmente argumentativo. Tomando a argumentação como um processo discursivo dialógico por natureza e prototipicamente dialogal, todos os componentes do discurso participam na sua construção. Daremos centralidade aos protagonistas da interacção verbal a que as teorias da argumentação têm dado progressiva importância. A construção do *ethos*, ou imagens discursivas dos interlocutores que resulta da conjugação de diferentes planos, engloba como vector determinante as suas imagens prévias, ou *ethos* pré-discursivo, integrando o conhecimento doxal da comunidade, e disponíveis no momento da alocação. A análise de um debate permitirá ilustrar estas dimensões e acentuar a importância do *ethos* discursivo e pré-discursivo na construção do discurso persuasivo.

**Palavras-chave:** argumentação, organização enunciativa, *ethos*, debate, persuasão

*La politique est une affaire de mots.*  
André Gosselin (1995)

### **1. Discurso político, argumentação e *ethos***

A actividade discursiva política é basicamente polémica e necessariamente persuasiva<sup>1</sup>. As campanhas eleitorais relevam desta actividade geral e sobressaem como período

\* ILCH – Universidade do Minho. E-mail: mamarques@ilch.uminho.pt

<sup>1</sup> Não consideraremos a querela relativa à definição do par persuadir/convencer. Tomamos “persuasão” como actividade discursiva que usa diferentes dispositivos argumentativos para fazer acreditar ou fazer fazer.

marcante do agir político através do discurso. Ainda que um discurso, por si só, não permita determinar ou justificar direcções e consequências, não deixa, todavia, de mostrar aspectos de um processo mais amplo, que as campanhas eleitorais contextualizam, ao congregarem estratégias diversas de persuasão que culminam no acto eleitoral.

O debate eleitoral<sup>2</sup> é um discurso argumentativo polémico, orientado por uma ou mais questões que opõem os participantes e têm origem nas necessidades de esclarecimento e informação do público, identificado no caso vertente com o povo português em geral, o qual, mais do que em qualquer outro debate mediatizado, condiciona a sua construção, orientado para influenciar o «auditório» e levá-lo a agir de um modo muito directo e preciso, num tempo determinado.

A argumentação é um processo discursivo, dialógico por natureza e prototipicamente dialogal, que vai além do esquema argumentativo da lógica clássica e não é redutível a um mero encadeamento de enunciados para chegar a uma conclusão. A discursivização na sua globalidade participa na construção da argumentação. Importantes, pois, para além dos condicionalismos linguísticos que cada uso específico evidencia, são o género de discurso, a estrutura composicional, o contexto de realização, os objectivos e os participantes, que de modo configuracional cooperam no fazer discursivo.

O carácter fundamental e a autonomia que aqui daremos aos interlocutores é pois em parte metodológica, mas releva, por outro lado, de uma efectiva centralidade. Como refere Plantin (1990: 232), numa afirmação que concerne, aliás, à própria natureza da linguagem verbal, o discurso argumentativo «n'est pas un langage d'objets mais un langage habité par les interlocuteurs et marqué par leurs points de vue». A dimensão semântico-referencial, que é dimensão fundamental do discurso, é marcada necessariamente pela construção enunciativa dos (inter)locutores (cf. Fonseca, 1994). Daí que o saber partilhado e as representações sociais constituam a base de toda a argumentação, (con)formando os olhares dos participantes no debate que se constrói em interdiscurso, relativamente a um contradiscurso, numa situação espaço-temporal precisa, num quadro de interacção determinado<sup>3</sup>.

Os debates eleitorais assumem particular pertinência na imagem que disponibilizam dos líderes políticos. Uma imagem que está para além da imagem criada no discurso e pelo discurso, mas que aí se (re)constrói ao serviço do macro-acto de argumentação.

As teorias da argumentação acentuam, ainda que de modo diverso, a importância da imagem do locutor no discurso argumentativo. Aristóteles chamou-lhe *ethos*<sup>4</sup>, um meio de prova técnico, isto é, intrínseco ao fazer discursivo, a par do *pathos* e do *logos*, que torna o discurso persuasivo; Ducrot, entre outros, retomou o conceito para o integrar na sua teoria da argumentação.

<sup>2</sup> Enquanto subgénero do debate televisivo e do debate público. Ver sobre este subgénero discursivo, Silva (2004).

<sup>3</sup> O conceito de quadro de interacção foi desenvolvido por Burger (1997:18-20), como «configuration d'ensemble de la relation entre interactants, au plan de la matérialité des échanges». Engloba, ainda segundo o autor, «(I) le canal utilisé (...); (II) le mode de communication (...), ainsi que (III) le type de lien communicationnel (...).»

<sup>4</sup> Para uma síntese da evolução do conceito, ver Amossy (2000).

Mas é nas teorias da argumentação linguística que o conceito é retomado, com conseqüências teóricas fundamentais, a partir da dimensão prototipicamente dialogal da actividade argumentativa, em que a construção da imagem de si pelo locutor é inseparável de outras dimensões da construção discursiva. Desde logo, é indissociável da imagem que o locutor traz/dá de si; da imagem que faz e dá do(s) Outro(s), seu(s) interlocutor(es), na relação interpessoal que com ele(s) estabelece; complementarmente, torna importante a imagem que este(s) faz(em) do locutor. Entrecruza-se, pois, uma pluralidade de imagens, em função das quais o locutor deve assumir a tarefa de co-construir o discurso. O alocutário não é por isso um objecto passivo que poderá manipular a seu bel-prazer, antes tem de ser considerado como *alter-ego*, parceiro na actividade discursiva, a quem pretende fazer partilhar uma opinião, uma atitude, uma crença.

No debate público, a relação que se estabelece opera a dois níveis interaccionais, com três pólos de interacção. Esta triangulação é fundamental, com o moderador e os participantes situados num nível de co-presença, em que estes últimos desenvolvem uma relação polémica, de confronto e de aprofundamento das divergências, face a um terceiro pólo, constituído pelo público ou «auditório», ausente fisicamente, mas a quem se dirigem as estratégias de persuasão.

Pretendemos, então, abordar alguns dos processos de construção da imagem dos participantes no debate; acentuar a sua função no processo global de argumentação/persuasão. Fá-lo-emos a propósito do debate eleitoral realizado durante a última campanha para as eleições legislativas, realizadas a 20 de Fevereiro de 2005.

Nas palavras do jornalista e moderador, o debate, tal como foi posteriormente divulgado, foi «... uma organização conjunta da SIC, Clube de Jornalistas, Canal 2»<sup>5</sup> e foi transmitido em directo «... na SIC e na 2, bem como na SIC Internacional e RTP Internacional» e «... aberto a todas as rádios interessadas.» A SIC Notícias transmitiu-o em diferido, foi disponibilizado nas edições *on-line* da SIC e do semanário *Expresso*, que o publicou, também na íntegra, na edição do fim-de-semana seguinte ao debate. Realizou-se no dia 3 de Fevereiro de 2005, «À beira do arranque oficial da campanha eleitoral para as legislativas...» e constituiu «... o único frente-a-frente entre os líderes do PS e do PSD, José Sócrates e Santana Lopes».

### 1. 1. O debate eleitoral – novas formas

Esta campanha para as eleições legislativas foi marcada pela ocorrência de uma nova forma de debate político televisivo, que se revela um exemplo interessante da heterogeneidade constitutiva dos géneros discursivos, integrados num movimento de permanente mudança e sucessivas cristalizações necessariamente temporárias, por força da sua natureza histórico-social. A novidade desta interacção verbal, que abrange a estrutura e as relações interaccionais a formar, é explicada pelo moderador do debate:

<sup>5</sup> Todas as citações do debate aqui realizadas têm como fonte a edição *on-line* da SIC.

«RODRIGO GUEDES DE CARVALHO: ... José Sócrates e Santana Lopes. Vão explicar, durante 90 minutos, o que pretendem para o país. Porque se trata de um modelo nunca visto em Portugal, têm o mesmo tempo à sua disposição. Cada pergunta será colocada a um e a outro, com naturais pequenas diferenças que o tema possa originar. Terão, então, dois minutos e meio à sua disposição para responder. Terminado esse período, caso o entendam, terão ainda um minuto para o que chamaremos a réplica, também igual para ambos. Poderão prescindir de replicar, se quiserem. (...)

O tempo que pouparem nas respostas poderá ser utilizado na sua declaração final, que terá de dois minutos a um máximo de cinco minutos.»

Da explicação sobressaem algumas questões fundamentais. A rigidez da estrutura discursiva, previamente formatada, nem no corpo do debate se flexibiliza<sup>6</sup>. Mas é pela heterogeneidade composicional que este subgénero se destaca. Apresentado explicitamente como debate, acaba, no entanto, por se revelar um cruzamento entre o género debate e o género entrevista; e é enquanto entrevistadores que alguns dos participantes são identificados:

«O debate foi moderado por Rodrigo Guedes de Carvalho, com Ricardo Costa, José Gomes Ferreira (...), Maria Flor Pedroso, como entrevistadores.»<sup>7</sup>

Esta particularidade retira-lhe força agónica, sendo que o desenvolvimento discursivo está quase absolutamente pré-determinado, e a interacção entre os contendores é mediada pelo jornalista entrevistador. Só pela réplica e contra-réplica se pode constatar directamente os argumentos do adversário. Os diálogos são raros e breves, e desencorajados pelo moderador:

«SANTANA: E o senhor ontem falou em mil estágios como se fosse algo muito importante.

SÓCRATES: Não é estágios. Desculpe, você confunde tudo. Não é estágios.

RG: Não entremos em diálogo.»

É na função de entrevistador que cada jornalista se assume como um mediador do contradiscurso, relativamente ao qual se desenvolve a argumentação dos dois adversários:

«RC: Dr. José Sócrates, por que é que promete aumentar as pensões de cerca de 390 mil portugueses para o limiar mínimo de pobreza, quando sabe que isso é praticamente incomportável do ponto de vista das finanças públicas?

SÓCRATES: Não é. Está enganado.

<sup>6</sup> Fazendo parte das características dos debates públicos (cf. Kerbrat-Orecchioni, 1990:118), esta pré-determinação da estrutura, nomeadamente a contabilização rigorosa do tempo e a proibição de diálogo entre os adversários, aproxima o debate eleitoral dos debates parlamentares (cf. Marques, 2000).

<sup>7</sup> Nos excertos do debate referidos no presente trabalho, todos os itálicos são da minha responsabilidade.

RC: Como é que não é? Já fez as contas?

SÓCRATES: Já, já fiz as contas.

RC: Diga, então. Explique-as aos Portugueses, porque eu, sinceramente, não as percebo.»

O papel comunicativo de moderador é função de um único participante, enquanto lhe cabem as tarefas de organização do debate. Tem a seu cargo as sequências de abertura e fechamento do debate, para, respectivamente, estabelecer o quadro comunicativo (definição da estrutura do debate; apresentação dos intervenientes; objectivos do debate e estilo da interacção) e fazer a síntese avaliativa, além das rituais sequências fáticas de saudação. No corpo do debate, cabe-lhe atribuir a palavra, nomear o locutor seguinte e controlar os tempos de uso da palavra.

Está assim definido, contra a estrutura básica trilógica proposta por Kerbrat-Orecchioni e Plantin (1995), um polílogo constituído por quatro tipos de participantes: contendores, moderador, entrevistadores e público.

Esta estrutura dá origem a circuitos de comunicação paralelos, todos eles explicitados na superfície discursiva:

1. entre o moderador e os telespectadores, enquanto se trata de um programa televisivo:

«RGC: Boa noite. Chegou a hora da oportunidade única. Frente a frente, os dois únicos líderes que podem ambicionar a chefia do Governo: José Sócrates e Santana Lopes.»

2. entre o moderador e os entrevistadores, na marcação da organização estrutural discursiva:

«RGC: (...) Os Portugueses querem tentar perceber, José Gomes Ferreira, até quando vão ter de trabalhar.

JGF: Muito bem.»

3. entre o moderador e os contendores, na mesma função organizativa que o caracteriza:

«RGC: Calculo que haja réplica.

SANTANA: Neste caso, não.

RGC: (...) Pela primeira vez, não temos aqui uma réplica. Pouparamos tempo.»

4. entre os dois adversários, participantes no debate, em raros momentos de infracção à estrutura previamente estabelecida:

«SÓCRATES: (...) O senhor acha que este cartaz é um cartaz decente de um partido?

SANTANA: Acho.

SÓCRATES: Acha que isto é uma campanha decente?

SANTANA: Acho.

SÓCRATES: Bom, então estamos esclarecidos.»

5. entre político e jornalista, nas funções de entrevistado e entrevistador, respectivamente:

«JGF: Sr. Eng., desculpe interromper, mas muito rapidamente...

SÓCRATES: É justamente porque não se respeitam as promessas eleitorais.

JGF: Mas esse aumento do IVA foi explicado porque encontraram uma situação muito difícil nas contas públicas.

SÓCRATES: Não é verdade.»

6. entre contedores e público:

«SANTANA: (...). Para os desempregados, para os que querem melhores dias, isso só vem com mais investimento e com mais riqueza. E, para isso, é preciso confiança, aumentar e melhorar a produtividade. Contem comigo! Eu atrevo-me também a dizer “conto consigo”.»

## 1. 2. Actores da política: entre a esfera pública e a privada

A função social de político co-existe com outras funções sociais do indivíduo. Ligado ao exercício do poder, o político tem acesso a ele através das instituições, pelo que a democracia representativa suporta a imagem prestigiada e prestigiante do político que é, em essência, a de porta-voz de outros, alguém mandatado para agir em nome de outros. Esta é a imagem que modela a actuação política, mas é, ao mesmo tempo, modelada por ela. O discurso político democrático institui-se, então, como discurso de delegação de “palavras outras”, marcadas na superfície textual pelo uso de deícticos pessoais, de que é preciso salientar a forma de plural “Nós” que, enquanto forma do sistema linguístico, engloba prototipicamente “Eu e o(s) Outro(s)”.

A representação colectiva do dirigente político parece determinar o esvaziamento da individualidade idiossincrática, mas o privilégio da figura pública em detrimento da pessoa não anula esta última vertente. A imagem pública do político passa por dimensões do privado, do pessoal, até porque assenta na imagem individual do cidadão, do seu prestígio próprio, o que permite afirmar que o «pessoal» é político. Reformulando o que acabámos de apresentar, quedam por conseguinte indefinidas as áreas da vida privada e da vida pública, num espaço que, por ser institucional, não deveria criar condições à emergência de dimensões privadas dos interlocutores. É esta a questão primordial, nas implicações que tem ao nível da definição da figura pública do político. Como personagem pública, tem a autoridade que o seu estatuto social, as suas funções institucionais lhe conferem, mas é completada por uma dimensão pessoal, constituída pela existência de uma representação colectiva do indivíduo e de que fazem parte este-reótipos socioculturais.

A questão da delimitação entre as esferas pública e privada dos agentes políticos é recorrente nos próprios discursos políticos<sup>8</sup>, evidenciando dificuldades na delimitação de fronteiras. O papel social, que legitima o locutor como participante num determinado discurso político, não é afinal indissociável do estatuto social mais amplo, de que é componente central a ‘pessoalidade’ inerente a cada indivíduo.

### 1. 2. 1. Debate político, construção da imagem dos interlocutores e argumentação

Dos diversos planos que organizam configuracionalmente o discurso, a organização enunciativa congrega mecanismos linguísticos que têm a ver com a construção das imagens dos interlocutores, no discurso e pelo discurso. Mas, porque cada discurso não é uma unidade completa e autónoma, antes se inscreve num amplo espaço de outros discursos que o condicionam, ganham importância para os sentidos do discurso, em construção, as imagens dos participantes, anteriores à tomada de palavra e que fazem parte das representações sociais que estes possuem e são trazidas para a interacção verbal.

Com efeito, se a autoridade do locutor, a sua atitude, construída e mostrada no discurso, intervêm de modo decisivo no processo de persuasão, enquanto uma imagem criada para influenciar, o discurso público de modo essencial faz aparecer – além desta imagem discursiva, que não é a mera actualização do *ethos* aristotélico<sup>9</sup> –, a necessidade de considerar a imagem prévia dos participantes no discurso, o «*ethos* pré-discursivo» (Amossy, 2000), que se projecta na sua construção. São imagens necessariamente parciais, activadas pelo género de discurso em que o locutor se mostra, mas previamente construídas num espaço de crenças colectivas e de opiniões que dão suporte à imagem do indivíduo e circulam na comunidade no momento da interacção discursiva. A existência de públicos diversos, formando auditórios heterogéneos, torna possível a criação de imagens diferentes, antagónicas até, do mesmo locutor.

## 2. Análise de um caso: o debate eleitoral Sócrates – Santana

Do ponto de vista da construção das figuras dos participantes no debate, os adversários, o caso em análise levanta algumas questões que foram sendo já referidas. Dentro da dinâmica do debate televisivo, o moderador é responsável pela divulgação de uma certa imagem prévia dos dois adversários, como conhecimento comum necessário à construção do debate, na relação que estabelece com o público, os telespectadores e ouvintes. São, por esse motivo, referidas as funções políticas que lhes cabem e que legitimam o papel de participantes no debate em igualdade de circunstâncias:

<sup>8</sup> E está presente em diferentes subgéneros do discurso político. Pese embora a importância global que assume para a compreensão, por exemplo, da natureza do debate da Interpelação ao Governo, enquanto manifestação particular do discurso político parlamentar, não encontramos, a não ser como objecto de discurso, essa despersonalização pretendida (cf. Marques, 2000).

<sup>9</sup> Não é a mera actualização do *ethos* aristotélico, porque, já o dissemos, é indissociável da imagem do interlocutor, parte constitutiva do discurso, verdadeiro co-enunciador.

«RODRIGO GUEDES DE CARVALHO: Boa noite. Chegou a hora da oportunidade única. Frente a frente, os dois únicos líderes que podem ambicionar a chefia do Governo: José Sócrates e Santana Lopes.»

Se o imaginário social sobre o agir político e os seus actores obriga a que este debate se coloque no domínio do debate de ideias, a verdade é que a primeira pergunta está dirigida para a imagem dos interlocutores desenvolvida ao longo da pré-campanha. É, pois, uma questão de imagem, do que deve ser a *imagem dos políticos*, a partir da discussão sobre as imagens que deles circulam na comunidade social e que para além do tópico em discussão se evidencia como estratégia argumentativa para reorganizar as respectivas imagens prévias num processo mais global de construção das imagens discursivas<sup>10</sup>.

A necessidade de reorganizar o *ethos* prévio é mostrada pelo entrevistador, na apreciação negativa que realiza. Este veicula uma voz doxal, desfavorável, a que se pode assimilar a chamada “opinião pública”, mostrada no vocabulário de claro valor avaliativo: *resvalar, insinuações, boatos, cartazes, frases dúbias*<sup>11</sup>.

«MARIA FLOR PEDROSO: A pré-campanha, no entanto, resvalou para temas e resvalou para insinuações e para boatos sobre a vida privada dos candidatos, com cartazes e frases dúbias.»

Os dois (inter)locutores (a partir de agora referidos como L<sub>1</sub> [Sócrates] e L<sub>2</sub> [Santana]), tendo em conta a ordem por que assumiram tal papel) dão início ao mesmo processo de reelaboração da imagem prévia, mas vão fazê-lo com base em divergências a partir de um ponto de acordo. Coincidem na reorganização do *ethos* prévio, a partir da questão global da imagem pública do político e na relação que se estabelece com a sua vida privada. As estratégias são diversas. Recusam ambos o incidente que está na base da discussão de uma questão que não se revela meramente pontual, antes tem a ver com crenças sociais, com imagens que estão a alterar-se. Esta é a base comum a partir da qual divergem, no que concerne às fontes e responsabilidades da imagem em discussão e ao alcance desses domínios.

A impossibilidade de fronteiras nítidas dá origem à explicitação de opiniões diversas e, necessariamente, interpretações diversas dos mesmos factos representados. Permite reinterpretar factos como exemplos de argumentos *ad personam* ou *ad hominem*<sup>12</sup>, fundamentais para a determinação da relação interpessoal e imagens discursivas que a ela se ligam:

<sup>10</sup> «La représentation de la personne du locuteur antérieure à sa prise de parole (...) est souvent au fondement de l'image qu'il construit dans son discours: il tente en effet de la consolider, de la rectifier, de la retravailler ou de la gommer.» (Charaudeau et Maingueneau, 2002:239).

<sup>11</sup> Na versão *on-line* que usámos, o termo que efectivamente ocorre, mas que interpretamos como gralha, é “frases dúbidas”.

<sup>12</sup> Distinguimos os dois tipos enquanto está em causa um ataque pessoal (*ad personam*) ao adversário, que raia o insulto, ou um ataque a contradições pessoais ao nível das palavras, das crenças e dos actos pessoais (*ad hominem*) (cf. Plantin, 1996).

SÓCRATES: O senhor acha que este cartaz é um cartaz decente de um partido?

SANTANA: Acho.

(...)

SÓCRATES: Bom, então estamos esclarecidos. É que isto chama-se campanha negra. Isto chama-se campanha de ataque pessoal. (...).

(...)

SANTANA: (...). Primeiro, o cartaz o que pergunta é “Sabe quem é?” E pergunta: “Que decisões tomou? Que obras fez? Qual é o seu pensamento?” Se acha isto ofensivo, então, não sei de que é que se pode falar em política. Segundo, as campanhas em que se fala dos adversários são hábito em todas as democracias, nomeadamente, na americana.

## 2. 1. Das imagens prévias à construção das figuras no discurso

A imagem prévia é assim recuperada como tópico discursivo, inscrita no enunciado. Da forma como cada locutor reorganiza essa imagem se constrói a imagem discursiva inscrita na enunciação mais do que no enunciado, a partir da conjunção de factores diversos referidos por Oswald Ducrot (1984: 201), na senda, aliás, das primeiras reflexões sobre o *ethos* propostas por Aristóteles:

«Il ne s’agit pas des affirmations flatteuses que l’orateur peut faire sur sa propre personne dans le contenu de son discours, affirmations qui risquent au contraire de heurter l’auditeur, mais de l’apparence qui lui confèrent le débit, l’intonation, chaleureuse ou sévère, le choix des mots, des arguments, ...»

A reorganização do *ethos* pré-discursivo gera um discurso auto-centrado. As características do tópico em debate convocam argumentos éticos.

Na estratégia argumentativa de  $L_1$  sobressaem, entre outros dispositivos linguísticos, determinadas escolhas lexicais que orientam e modelam a argumentação; carream valores axiológicos que implicam um juízo de valor.  $L_1$  pretende refazer uma das suas imagens pré-discursivas que apresenta como penalizadora dos seus direitos enquanto figura pública e líder político.

«SÓCRATES: O que aconteceu foi que o Dr. Santana Lopes fez, em várias intervenções públicas, alusões absolutamente brejeiras, que não vinham a propósito, tentando aproveitar uma onda de boatos contra mim, que não são uns boatos quaisquer. São uns boatos mentirosos, e tentando aproveitá-los como arma de arremesso política contra um seu adversário. Ora, eu acho que isso é indigno da Democracia. Ora, eu acho que isso é indigno da tradição do PSD...»

«SÓCRATES: O que o Dr. Santana Lopes disse, nessas intervenções, foi de mau gosto. Foram alusões propositadas, com o intuito de transformar uma onda de boatos, repito, mentirosos... Mentirosos.»

«SÓCRATES: Esta campanha é, verdadeiramente, uma campanha indigna.»

É um discurso com repetições frequentes, que, se por um lado têm a ver com o estatuto de oralidade e da consequente necessidade de manter activado na memória o tópico de discurso em desenvolvimento, marcam, por outro, o retomar de valores axiológicos, desencadeados por um estado emocional relevante. A redundância discursiva possibilita, na repetição dos argumentos, a intensificação da atitude de repúdio. A imagem do locutor sai contudo fragilizada face à outra imagem – de líder – que pretende fortalecer e impor aos portugueses.

É preciso, então, contrapor uma imagem de seriedade, responsabilidade, sentido de Estado, sentido de dever, e que L1 constrói como contraponto, associando-se explicitamente ao partido. A conjunção do indivíduo com o partido credibiliza o locutor, realça a dimensão de líder que quer fazer passar:

«SÓCRATES: já disse que nada me afastará daquilo que considero ser o meu dever. E o meu dever é liderar o Partido Socialista, numa campanha pela positiva, numa campanha com elevação e com superioridade.»

«SÓCRATES: nós não reagiremos a essas provocações. Nós faremos aquilo que os Portugueses esperam de nós.»

Estes são os componentes que L1 pretende reforçar no discurso, articulando todas as suas tomadas de palavra sobre um tópico central de MUDANÇA contra a continuidade. Nesta oposição vai construir a sua imagem e a do adversário. Outras dicotomias, de confiança/pessimismo e competência/incompetência, são aduzidas, no reforço do tópico considerado e das relações interlocutivas entre os participantes.

As estratégias de credibilização que vai desenvolver passam pela dimensão individual e assentam na apresentação de factos relativos a um passado digno, activo, de acções plenamente justificadas, marcado na superfície discursiva no uso de tempos verbais do Pretérito Perfeito, na primeira pessoa e em verbos de atitude (achar, julgar, considerar) que apresentam a acção política a partir de opiniões próprias:

«SÓCRATES: *eu opus-me* na Assembleia da República, como líder da oposição, – e *fui o primeiro líder da oposição a fazê-lo* – à baixa do IRS. *Considereei isso uma irresponsabilidade na actual situação* das contas públicas em Portugal...»

À ancoragem no passado sobrepõe-se um outro tipo de estratégias que apontam para o futuro, espaço/tempo de realização da mudança. A sua argumentação é, pois, de base fundamentalmente deontica:

«SÓCRATES: O país *tem que vencer* esta onda de pessimismo...»

«SÓCRATES: *Há* um julgamento a fazer (...). quem prometeu nas eleições baixar impostos e quando chegou ao Governo não os desceu, mas, ao contrário, subiu-os, *tem de ser penalizado*...»

«SÓCRATES: em matéria de impostos, *nós temos de fazer mais*, muito mais...»

«SÓCRATES: Acho que *devemos ir* mais além, e acho que *devemos alinhar* a nossa legislação por aquilo que são as boas práticas na OCDE. (...). E, em particular, com aquilo que se passa em Espanha. *Temos de fazer* uma revisão a isso.

Esta estratégia de direcção para o futuro reforça os sentidos que presidem à argumentação, e, ao mesmo tempo, afasta  $L_1$  de um facto passado penalizador para a sua imagem de líder de um partido. Com efeito, a solidariedade intrínseca entre o líder e o respectivo partido enfraquece, neste caso, os seus argumentos para se afirmar como alternativa ao poder, na imagem negativa, várias vezes convocada pelo adversário, da desistência do primeiro-ministro Guterres face às dificuldades do país.

$L_2$  toma-se também como tópico de discurso e, explicitamente, constrói uma imagem positiva, segundo dois vectores diferentes. Em primeiro lugar, convoca os ideais de tolerância, liberdade de expressão, respeito, na relação com os outros, isto é, o adversário e o auditório. A força argumentativa da imagem assim elaborada é reforçada através da convocação das vozes dos seus destinatários como garante da verdade das asserções produzidas. O valor epistémico introduzido pelo uso do verbo de opinião «saber» cuja completiva pressupõe a verdade do seu conteúdo funciona como estratégia discursiva para anular os contra-argumentos, no primeiro caso, e persuadir, no segundo. Fica ao adversário o ónus de negar tal conhecimento:

«SANTANA: A mim, o que me interessa é a verdade das posições de cada um. Não é ter nada a ver com a vida de cada um. O Eng. José Sócrates conhece-me. Sabe *que eu não faço... insinuações sobre a vida de ninguém.*»

«SANTANA: Obviamente que as pessoas sabem *que eu nunca fiz referências à vida privada de ninguém.*»

O segundo vector explorado tem a ver com a convocação da imagem pessoal prévia, em que se assume vítima do mesmo tipo de atitudes.  $L_2$  dá-se como exemplo. Tal procedimento destina-se a ilustrar um argumento, o de que também é vítima, para chegar a uma conclusão, a de que não é agressor:

«SANTANA:... porque *eu tenho 20 anos de boatos em cima.*»

«SANTANA: Esta é a primeira vez em que, na campanha, a vida privada de várias pessoas é trazida, por boato ou não boato, para a opinião pública. *Mas a minha já é trazida há muitos anos.*»

A imagem que vai construindo revela uma figura vitimizada, capaz, portanto, de suscitar simpatia, compaixão até, no auditório. Pese embora a dimensão positiva da adesão emocional, esta poderia, tal como para  $L_1$ , funcionar simultaneamente como um factor de enfraquecimento da imagem de líder que pretende confirmar. A superação deste inconveniente é feita pela imagem de superioridade com que se apresenta, própria de um líder que não soçobra às dificuldades. Apresenta-se na sua idoneidade, e força de vontade, inquebrantável:

«SANTANA: Sempre reagi, sempre aguentei, e aqui estou, porque quando a verdade é verdade, ela impõe-se a todos os boatos.»

Esta dimensão positiva é reforçada por um acto de auto-crítica, ao serviço da imagem forte que está a construir: sendo responsável, reconhece os próprios erros. Desse reconhecimento sai mais prestigiado, protegido, por um lado, pelo topos *errare humanum est*, e, por outro, pela imagem de serenidade, de racionalidade face às conseqüências que tal atitude implica. L<sub>2</sub> assume uma imagem anterior negativa, para daí tirar uma outra mais de acordo com o estereótipo «do líder político»:

«SANTANA: Estou habituado a isso *também por culpa própria* (...). *Procurarei corrigir esse caminho.*»

«SANTANA: *Não vejo culpas só nos adversários, vejo em mim também.* (...). Não proíbo ninguém de falar nisso. (...). Eu não poder falar num tema de campanha por causa de um líder do partido ser a pessoa A, C ou D (...), ou os meus adversário (...) *não poderem falar de temas de campanha por minha causa, é que eu acho que é ofensivo para as outras pessoas.*»

Na relação com a representação pública do político, está aqui subjacente uma distinção entre público e privado, ou melhor, o que do privado pode ser público.

A reorganização da imagem pessoal obedeceu a uma estratégia de reforço da imagem de líder. Apresentado pelo adversário como autor/responsável/instigador dos boatos, traz para o discurso a imagem pessoal prévia, potencialmente negativa, e usa-a para inviabilizar a primeira. Na relação com o tópico em discussão, a imagem do locutor ganha distanciamento e credibilidade. É uma estratégia de desvalorização do tópico, para impor outros tópicos e factos que pretende valorizar no debate.

Entra, assim, numa segunda fase da construção e reforço da imagem de liderança. A propósito das várias questões colocadas pelos entrevistadores, L<sub>2</sub> mostra uma imagem de competência e capacidade de governação. É o governante, não apenas o líder, que se apresenta. Vai argumentar a partir de factos reais para defender as posições assumidas. O uso de tempos do passado, com relevo para o Pretérito Perfeito, acentua esta dimensão epistémica da argumentação. É uma estratégia de credibilização, na justificação dos compromissos assumidos, que impede uma interpretação de demagogia, pois são argumentos que configuram a realidade. L<sub>2</sub> apela à razão, como é próprio da acção política em regimes democráticos. Apostando na CONTINUIDADE de poder, assume a defesa de posições políticas, económicas e sociais com base em factos. A objectividade dos argumentos justifica a atitude política tomada ou a tomar. A apresentação de números reforça essa estratégia<sup>13</sup>:

«SANTANA: *Não os aumento. Já o disse.* (...). *A cobrança de 2004 revela que o imposto que se portou melhor e que subiu cerca de 20% foi o IRC. O IRS subiu cerca de 5% e o IVA*

13 A par dos factos, L<sub>2</sub> assenta a sua argumentação em crenças que são simultaneamente ideais de democracia: «o bem comum sobrepõe-se ao bem individual», por exemplo, é um topos que abona umas opções em detrimento de outras.

*subiu cerca de 6%. São números significativos, acima do crescimento real. Portanto, acima da inflação e do crescimento da economia. E, por isso, isto significa uma maior eficácia da máquina no combate à evasão fiscal.»*

«SANTANA: (...). Sim, *o sigilo fiscal*, aprofundar as normas, que, aliás, *já constam do nosso (...) orçamento de 2005*, que permite (...) mesmo sem aviso aos indiciados, por suspeitas de infracção, ir às respectivas contas fiscais. (...). Isto foi uma norma que causou algum temor, mas é necessário. *Nós temos cerca de 20 mil milhões de euros pendentes de cobrança (...)*. É muito importante conseguirmos essa cobrança de receita.»

As falhas na governação, bem como certas decisões penalizadoras para os portugueses, seriam um argumento contra a imagem de competência própria. Daí o atribuir da responsabilidade a causas externas<sup>14</sup>:

*a) por erro alheio (do adversário):*

«SANTANA: *O desregramento da despesa. Os défices ocultos, como os do Serviço Nacional de Saúde [do governo socialista] (...)*. E foi tudo isto somado que levou à impossibilidade do choque fiscal.»

*b) por conjuntura internacional*

«SANTANA: *E o grande problema com que as economias europeias se estão a defrontar (...) é o da sustentabilidade do sistema de Segurança Social. (...) é um desequilíbrio grande a que nós temos de acorrer.»*

Em termos da imagem discursiva, a implicação enunciativa de  $L_1$  mostrada na superfície discursiva é variável, estando ao serviço de um discurso alternadamente subjectivizado ou objectivizado, entre a presença explícita e a ausência de diferentes marcas deícticas, e acompanha uma outra oscilação discursiva entre assunção de compromissos, atitudes e acções marcadas pela subjectividade e a sua justificação «objectiva». Há, neste último caso, uma desancoragem enunciativa que favorece a pretensão de objectividade; as «verdades» apresentadas são independentes do locutor, porque são factos reais. Diferentes estruturas linguísticas, asserções, construções impessoais, entre outras, assinalam o seu valor epistémico e constituem processos dedutivos ao serviço da apresentação.

SANTANA: *O que é preciso fazer na Administração Pública, o que é preciso fazer, é requalificação. (...). É isso que é importante. Apostar nas pessoas e não reformar a Administração, tirando pessoas.*

SANTANA: *Acho que é um princípio elementar não tocar nos direitos adquiridos.*

SANTANA: *Eu penso que este desequilíbrio estrutural se vai atenuar e teremos a resposta. Aumentar a idade da reforma, sim, porque a média de vida aumentou.*

<sup>14</sup> Uma estratégia argumentativa «clássica», que Gosselin (1995) retoma como *biais de complaisance*.

Da complexa variedade de valores semântico-pragmáticos que estes dispositivos linguísticos podem assumir, é necessário relevar o facto de, no *corpus* que construímos, a sua ocorrência convergir para usos específicos dos quais emerge a ‘figura’ do locutor na sua relação com o alocutário.

## 2. 2. Imagem e relação interpessoal

Quer  $L_1$  quer  $L_2$  constroem a imagem própria e ao mesmo tempo participam na construção da imagem do adversário, quer de modo explícito quer sobretudo implícito, no perfil que em negativo se vai delineando. A relação pessoal é afectada pelo carácter polémico do debate. A situação de confronto permite que as figuras dos interlocutores se construam em relação negativa, que as características positivas do locutor (seja  $L_1$  ou  $L_2$ ) apontem, por ausência, os defeitos do adversário. Está em causa um juízo de actuação política, mas que decorre da imagem que lhe está na origem. Não basta apontar medidas erradas, omissões; é necessário caracterizar as atitudes que lhe estão na origem.

Por isso, a coerência é um dos vectores de valorização da imagem estereotipada dos políticos que aqui sai valorizada e que, além disso, justifica os ataques *ad hominem* como argumentos para um sentido de voto. Está em causa a “autoridade moral para”, “a idoneidade para”, características ligadas à intenção persuasiva do debate: obter confiança para governar.

«SANTANA: Há umas [questões] sobre as quais eu já disse a minha opinião e não mudei, em seis meses. Uma posição num dia e outra posição noutro.»

Este processo acentua a dimensão interaccional do processo linguístico de argumentação, a que se ligam os argumentos sobre a pessoa, como base de argumentações de autoridade.

O adversário tem um estatuto duplo: ora é individual, o líder, ora colectivo, o partido, de acordo com a argumentação em curso. Para  $L_1$  é fundamental separar o indivíduo do partido que ele representa. Subjaz a esta estratégia o conhecimento do descontentamento de simpatizantes e até militantes do partido relativamente ao seu líder, que poderá influenciar o seu sentido de voto. Em sentido contrário,  $L_2$  agrega a imagem do adversário ao partido, para transferir para aquele as debilidades de governação deste último.

«SÓCRATES: Isso resvala para uma campanha que não é própria, que não está à altura daquilo que sempre foi a história do PSD. (...). É uma página negra do PSD. Porque os líderes passam e os partidos ficam...»

«SANTANA: É o mesmo grupo de pessoas [do Governo de Guterres] que, agora, quer voltar, dois anos depois, depois de a economia ter voltado a crescer, de as contas públicas estarem em ordem (...). Agora que o país está em ordem queriam voltar.»

Ter em conta o auditório é considerar as suas opiniões dominantes, crenças, valores morais, cultura, etc. O objectivo é provocar ou aumentar a adesão; instigar ao voto. Por isso, os dois contendores convergem no uso que fazem de uma imagem mítica do povo português (cf. Marques, 2000) e do seu papel nas eleições. A doxa assim recuperada permite construir a imagem do povo-juiz, atento, infalível, julgador responsável de comportamentos e que, pelo voto, impõe a sua vontade a quem mais não é que seu mandatado. Complementando esta imagem, cada um apresenta-se como o candidato adequado para assumir tais funções:

«SÓCRATES: naquilo que os Portugueses esperam dos políticos, que é de que debatam os seus problemas e não passem a vida a atacar-se.»

«SANTANA: Agora que o país está melhor queriam voltar. É isto que está em causa, e o povo fará justiça no dia 20 de Fevereiro.»

A construção do discurso persuasivo passa por, a par da representação dos factos, activar o imaginário social de que se alimentam os interlocutores, aí incluindo o auditório.

### 3. Conclusão

A imagem dos interlocutores, gradualmente construída, resulta da imbricação de todos os planos constitutivos do discurso. A abordagem que realizámos, pese embora o seu carácter parcelar, permite mostrar a importância das imagens prévias, ou melhor, de fragmentos seleccionados, na construção das imagens discursivas e do seu contributo para a construção de um discurso persuasivo. Cabe dizer, e de acordo com Amossy (2000), que os argumentos só funcionam no interior da comunicação verbal, onde se aliam a diferentes factores discursivos e interaccionais, como no caso vertente, para adquirir o seu poder persuasivo. Não há argumentação fora da relação interpessoal. O modo de dizer reenvia a um modo de ser e de ver o interlocutor. A construção da imagem releva da dinâmica argumentativa e, ao mesmo tempo, fortalece-a.

O nível pré-discursivo, em que se inclui especificamente o estatuto institucional dos interlocutores, as suas imagens públicas, integra a dinâmica discursiva, ao contrário do que propunha Aristóteles ou, recentemente, Oswald Ducrot.

O debate eleitoral é um debate em que cada participante procura convencer, tornando-se credível mas desacreditando o adversário. É uma argumentação de contrastes, com polarização da relação interpessoal e, conseqüentemente, das imagens dos interlocutores. Entre a civilidade da relação pessoal e a agressividade política, entre salvar a face e atacar o adversário – estratégias contraditórias que se equilibram –, o locutor baliza a relação que constrói com os outros interlocutores, na medida em que o que está em causa é escolher não apenas um programa (as «ideias»), mas também um líder. A política é feita por seres humanos. Daí a indistinção da fronteira entre o público e o privado: «Quem é quem» é uma dimensão fundamental da acção política.

**Referências**

- Adam, Jean-Michel (1996) «L'argumentation dans le dialogue», *Langue française* 112, Paris: Larousse.
- Amossy, Ruth (2000) *L'Argumentation dans le discours*, Paris: Nathan.
- Charaudeau, P. & Maingueneau, Dominique (org.) (2000) *Dictionnaire d'analyse du discours*, Paris: Seuil.
- Ducrot, Oswald (1984) *Le Dire et le dit*, Paris: Ed Minuit.
- Gosselin, André (1995) «Les attributions causales dans la rhétorique politique», *Hermès* 16, Paris: CNRS Éditions.
- Kerbrat-Orecchioni, Catherine (1990) *Les Interactions verbales*, Tomo I, Paris: A. Colin.
- Kerbrat-Orecchioni, C. & Plantin, Christian (1995) *Le Trilogue*, CNRS, Université de Lyon 2.
- Maingueneau, Dominique (1998) *Analyser les textes de communication*, Paris: Dunod.
- Marques, Maria Aldina (2000) *O Funcionamento do Discurso Político Parlamentar* (CEHUM/colecção Poliedro), Braga: Universidade do Minho.
- Marques, Maria Aldina (2003) «Renovação dos discursos. Novas formas de interacção e legitimação dos interlocutores.», *Diacrítica* 17-1 (série Ciências da Linguagem) (CEHUM), Braga: Universidade do Minho, 189-219.
- Perelman, Ch. 1989. *Rhétoriques*. Bruxelles: Editions de l'Université de Bruxelles.
- Perelman, Ch. & Olbrechts-Tyteca, L. (1958) *Traité de l'argumentation. La Nouvelle rhétorique*. 5<sup>a</sup> edição (tradução espanhola: 1989, Madrid: Gredos).
- Plantin, Christian (1996) *L'Argumentation* (col. Mémo), Paris: Seuil.
- Plantin, Christian (1990) *Essais sur l'argumentation*, Paris: Kimé.
- Silva, Daniela Braga Moreira (2004) *Estratégias de Argumentação e Construção da Imagem Pessoal no Debate Político Televisivo*, Universidade do Minho (policopiada).