

AS ESTRATÉGIAS ARGUMENTATIVAS DA PROPAGANDA ELEITORAL GRATUITA/1998 NO BRASIL

LUCIENNE C. ESPÍNDOLA
(UFPB/Campus D)

0. Introdução

Neste trabalho, apresento os primeiros resultados de uma pesquisa cujo objetivo é investigar os “topoi” e as informações compartilhadas que alicerçam o discurso eleitoral dos candidatos a Presidente da República, Governador do Estado da Paraíba e Deputado Estadual e Federal. Esta pesquisa integra um projeto mais amplo, denominado “Aspectos Semânticos, Argumentativos e Pragmáticos do Texto Escrito e Falado”¹.

A Teoria da Argumentação — versão recente — desenvolvida por Anscombe-Ducrot e colaboradores tem como tese norteadora a de que existem valores argumentativos presentes na estrutura profunda da significação, fazendo com que a linguagem seja concebida como uma realidade fundamentalmente argumentativa.

A investigação propriamente dita consiste na identificação dos “topoi” — princípios gerais (pontos de vista) que refletem os valores de um grupo de referência, são gerais e graduais — e das informações compartilhadas incorporados ao discurso dos candidatos com finalidade argumentativa. Evidencia-se, portanto, os vários pontos de vista que perpassam, com intenção argumentativa, o discurso político, os quais caracterizam o discurso como polifônico e quase nunca são identificados pelo ouvinte/leitor. Os conceitos que alicerçam este trabalho são: topoi, informação compartilhada, operador argumentativo e polifonia.

Com essa pesquisa, pretende-se, primeiramente, conhecer a estrutura argumentativa de uma modalidade de textos que, durante os períodos eleitorais, invadem os lares de todos os brasileiros, através do horário gratuito destinado à

propaganda eleitoral por todos os meios de comunicação. Em um segundo momento, objetiva-se fazer com que essa modalidade textual seja incorporada aos programas escolares, como forma de preparar o aluno para a leitura de textos que visam persuadir o leitor/ouvinte a ter um determinado comportamento.

O corpus utilizado na pesquisa é constituído dos programas eleitorais gratuitos televisivos veiculados no período de 01 a 30/9/98, totalizando aproximadamente quarenta e cinco horas de gravação em fitas de videocassete.

1. A Teoria da Argumentação

A Teoria da Argumentação (Argumentação na Língua) versão recente — denominada Teoria dos “Topoi” — desenvolvida por Anscombe-Ducrot — diferencia-se de outras abordagens sobre a argumentação² por propor uma reconstrução lingüística dos conceitos fundamentais da argumentação.

Essa teoria nasceu da constatação de que certos encadeamentos não se comportavam como o previsto por uma análise semântica clássica. Anscombe e Ducrot postulam que algumas relações argumentativas, que não são retóricas no sentido próprio do termo, não estariam acrescentadas ao valor semântico fundamental do enunciado, mas deveriam ser consideradas elas mesmas como fundamentais, como lingüísticas no sentido pleno, isto é, presentes desde o nível mais profundo de análise.

Na perspectiva da Teoria dos “Topoi”, no valor semântico profundo (significação) de certas palavras, expressões e enunciados, há indicações que não são de natureza informativa, são argumentativas, as quais precisam ser consideradas quando da interpretação de enunciados.

Essas indicações são fornecidas por princípios gerais que servem de ponto de articulação entre a língua e o discurso — os “topoi” (termo oriundo da Retórica Clássica). Dir-se-á que o encadeamento discursivo de um segmento-argumento a um segmento-conclusão será feito pela aplicação de tais princípios. Por extensão, a significação de uma *frase* será o conjunto dos “topoi” cuja aplicação a frase autoriza no momento em que é enunciada.

Ressalte-se, porém, que, nesta versão da teoria, a argumentação não se restringe ao nível dos enunciados: segmento-argumento e segmento conclusão (P,Q). A argumentação passou a estar também no nível lexical (nomes, verbos e adjetivos) e, conseqüentemente, ver-se-á que nem todos os encadeamentos discursivos são do tipo (P,Q). Há encadeamentos em que o segundo segmento da seqüência apenas explicita o primeiro, uma vez que este traz um predicado que impõe a atualização de um dos topos que está intrínseco a sua significação. As palavras passam a ser definidas como um “feixe de “topoi”. Portanto, a argumentação passa a estar na própria língua — no nível da frase (“topoi” extrínsecos) ou do léxico (“topoi” intrínsecos) — e o topos é concebido como o ponto de articulação entre a língua e o discurso.

Adotar essa concepção de discurso argumentativo implica, portanto, que se veja na própria língua — no nível da frase — instruções relativas aos “topoi” que serão utilizados no momento da enunciação. Outra reformulação imposta pelos “topoi” foi relativa à função dos operadores argumentativos e dos conectores argumentativos. Eles não mais introduzem a argumentação (esta já está presente na língua sob a forma de “topoi”), mas servirão para instruir que forma tópica atualizar, que força argumentativa terá o enunciado, no momento da enunciação. O termo *topos* — introduzido nesta etapa dos estudos sobre argumentação (Teoria dos Topoi) — é o princípio responsável pelos encadeamentos argumentativos. Para cada *topos*, há um correspondente contraditório e cada um pode ser atualizado através de duas formas tópicas não equivalentes do ponto de vista lógico e conversas do ponto de vista argumentativo.

T1 - FT1 [+P, +Q]
FT2 [-P, -Q]

T2 - FT1 [+P, -Q]
FT2 [-P, +Q]

A introdução da noção de *topos*, na teoria da argumentação, impôs mudança na formulação do conceito de argumentação, que passou “a ser descrita em nível de enunciadores apresentados no enunciado, e não mais em nível de enunciados. Agora o enunciador (E) é o argumentador.” (Espíndola, 1998:92). Conseqüentemente, o conceito de polifonia — imprescindível para a investigação dos “topoi” — também foi repensado: a polifonia passa a ser definida como o confronto de “topoi”, em que o locutor nega ou aceita um dos “topoi”, identificando-se com aquele cuja conclusão esteja nele calcada.

Além dos “topoi” *intrínsecos* (aqueles que fundam a significação de uma unidade lexical) e dos *extrínsecos* (os que são utilizados para fundar encadeamentos conclusivos; servem para construir representações ideológicas) — classificação posta em dúvida pelo próprio Ducrot — surgiram, no corpus da minha primeira pesquisa nessa perspectiva³, pontos de vista de enunciadores genéricos — utilizados argumentativamente — que, considerando a definição de *topos*, não se enquadram na categoria dos “topoi”. A esses pontos de vista chamei de *informações compartilhadas (IC)*.

A *informação compartilhada* foi concebida como uma proposição acerca de um fato/pessoa/objeto/situação julgada verdadeira pelo senso comum, ou seja, não pode ser contestada. O *topos* não deixa de ser uma informação compartilhada, mas, além de pertencer ao senso comum, traduz um princípio

geral (opinião) que reflete os valores de um grupo de referência, é geral e gradual; ou seja, pode ser aplicado a outras situações e, por constituir um ponto de vista, o topos pode ser contestado.

2. Análise dos Dados

Os dados que servirão para exemplificar algumas observações acerca do discurso de Fernando Henrique Cardoso (FHC) Luís Inácio Lula da Silva (LILS) e de Ciro Gomes (CG) constituem pequenos excertos, escolhidos dentre os muitos que recorrem às mesmas estratégias argumentativas, na apresentação de suas candidaturas à Presidência da República.

Os três candidatos apresentam o perfil do candidato ideal. Esse perfil é construído a partir da incorporação de “topoi” — pontos de vista de um enunciador (E) genérico que expressam um valor social — e de *informações compartilhadas* ao discurso do locutor (L), papel discursivo desempenhado pelos próprios candidatos.

Os três candidatos utilizam-se de “topoi” cristalizados, os quais evidenciam qualidades imprescindíveis para se exercer a função de Chefe da Nação, com o objetivo de construir a própria imagem, junto aos interlocutores (eleitores virtuais): a imagem do candidato ideal — competente, sério, responsável, experiente, humano. Dito de outro modo, a imagem do político que se apresenta como candidato ao posto maior do legislativo é construída utilizando-se do recurso da incorporação, no discurso do locutor (candidato), da voz do senso comum, que veicula exatamente o perfil de um candidato já institucionalizado socialmente.

(01.LILS.V)

A situação em que o país foi colocado exige um novo governo, corajoso, responsável, que recupere a soberania e a independência do Brasil.

Topos: ‘A coragem e a responsabilidade são indispensáveis para se fazer algo.’

FTI [quanto mais coragem e responsabilidade, mais poder de fazer algo]

(02.FHC.V)

... quando você pede a uma costureira para fazer um vestido... primeiro você para ela te mostrar os vestidos que ela fez antes...quando você leva seu carro para oficina... primeiro você procura se informar se o mecânico é bom mesmo... quando você escolhe um presidente é a mesma coisa ... precisa ter experiência.

Topos: ‘A experiência leva ao êxito.’

FTI [quanto mais experiência, mais poder de fazer algo]

(02.FHC.V)

... para ser comandante de um boeing como este (imagem de um boeing) é preciso muito preparo... muitas horas de vôo ... da mesma forma ... eu acho que para ser comandante deste país ... para ser presidente ... tem que ter preparo ... experiência ... sobretudo nesse tempo de turbulência ...

Topos: 'a experiência conduz ao sucesso.'

FT1 [quanto mais experiência, mais poder de fazer algo]

(03.CG.V)

A minha candidatura é a que busca a justiça e coloca o bem-estar de todos os brasileiros antes de mais nada...

Topos: 'Quanto mais justo, mais qualificado para fazer algo.'

(03.CG.V)

... tenho escutado as pessoas falarem que já percebem que sou um candidato sério e preparado e até que sou o melhor candidato...

Topos: 'A seriedade e o preparo são pré-requisitos para se fazer algo'.

FT1 [Quanto mais seriedade e preparo, mais poder se fazer algo]

(03.CG.V)

... já fui deputado, governador, prefeito, governador, ministro... Eu sou o mais experiente dos candidatos... Dá uma chance ao novo, honesto e experiente.

Topos: 'quanto mais experiente, mais apto para fazer algo'.

Outros "topoi" e informações compartilhadas são trazidos para o discurso com intenção argumentativa. Os excertos abaixo, por exemplo, atualizam pontos de vista que valorizam segmentos da nossa população que estão socialmente à margem das decisões políticas.

(01.LILS.V)

A vida não termina quando a gente se aposenta, pelo contrário, aí começa um novo tempo: o tempo da experiência, o tempo do saber. Temos que aproveitar a vida enquanto ela existe, lutando mas também passeando, dançando, namorando, fazendo as coisas boas que a vida nos proporciona...

Topos: 'a velhice é sinônimo de experiência, de saber.'

FT1 [quanto mais idade, mais experiência]

IC: A vida não é só trabalho

(03.CG.V)

...O movimento dos sem-terra tem obrigado a todos nós, brasileiros, a refletir sobre o problema da terra ... do direito natural que o homem tem de usar a terra para o cultivo e sobrevivência...

IC: O homem tem o direito de cultivar a terra para a sua subsistência.

O recurso ao uso do pronome *nós*, como forma de juntar-se ao interlocutor como também de chamá-lo para uma construção coletiva, primeiramente, passa ao interlocutor a imagem de um candidato que é oriundo da massa ou, pelo menos, se iguala a essa massa. O segundo efeito do uso do pronome *nós* é a proposição de uma administração coletiva, cuja responsabilidade é de cada um como também lembrar a todo cidadão brasileiro de que cada um tem a sua parcela de responsabilidade em relação à crise pela qual passa o Brasil.

Além dos efeitos conseguidos por meio do uso do pronome *nós*, o locutor utiliza "topoi" que argumentam em direção da construção coletiva proposta pelos candidatos.

(03.CG.V)

Todos nós, classe média, empresários, trabalhadores assalariados. Todos teremos de trabalhar unidos, num esforço que não será fácil, para que o Brasil possa andar com suas próprias pernas ...

Topos: 'a união leva ao sucesso'

FT1 [quanto mais união, mais sucesso]

(02.FHC.V)

...nós pais devemos trabalhar para que os nossos filhos tenham um mundo melhor e para isso eles têm que estudar... têm que aprender... têm que se qualificar... têm que aprender inglês e espanhol...

Topos: 'o estudo leva ao sucesso'.

FT1 [quanto mais estudo, mais sucesso]

O topos atualizado, na seqüência abaixo, aponta o grupo ao qual pertence o candidato da situação (FHC). Esse candidato é descrito através de um topos que traduz o valor social do poder aquisitivo em nossa sociedade. O candidato LLS

utiliza-se desse topos para mostrar ao interlocutor que o candidato adversário pertence ao grupo que detém posses; ou seja, o topos 'o poder aquisitivo determina o que se pode ter' é utilizado com a finalidade de mostrar que o outro candidato desconhece as verdadeiras necessidades do povo, pois nunca as vivenciou.

(01.LIS.V)

...meu principal adversário vê um Brasil fantasia... O país dele não tem problemas para eles que quando têm uma simples dor de barriga têm acesso aos melhores hospitais do Brasil... ou pega um avião e vai pro estrangeiro se tratar...

Topos: 'Quanto mais poder aquisitivo, mais poder de fazer algo.'

Os locutores das seqüências abaixo colocam em cena enunciadores genéricos os quais são responsáveis por pontos de vista que traduzem o sentimento coletivo acerca de vários temas. Tais pontos de vista — "topoi" ou informações compartilhadas — são incorporados ao discurso, objetivando a construção da imagem dos candidatos. Quanto mais o candidato tiver preocupações sociais (coletivas), maior será a sua cotação para o cargo pretendido. O interdiscurso fica evidenciado quando valores e direitos — atualizados através de "topoi" ou informações compartilhadas — são identificados no discurso de todos os candidatos.

(01.LIS.V)

A vida não termina quando a gente se aposenta, pelo contrário, aí começa um novo tempo: o tempo da experiência, o tempo do saber. Temos que aproveitar a vida enquanto ela existe, lutando mas também passeando, dançando, namorando, fazendo as coisas boas que a vida nos proporciona...

Topos: 'a velhice é sinônimo de experiência ,de saber.'

FTI [quanto mais idade, mais experiência]

IC: A vida não é só trabalho.

(01.LIS.V)

... você não pode efetivamente continuar acreditando em fantasia... preciso do seu voto porque nós precisamos fazer com que a saúde seja um direito elementar de todos os brasileiros independente da condição social...

IC: 'A saúde é um direito elementar de todo ser humano.'

(02.FHC.V)

...nos próximos quatro anos vou lançar o programa mais saúde...um conjunto de ações concretas que podem ser realizadas... o programa mais saúde significa continuar avançando...

Topos: 'a saúde garante o progresso.'

FT1 [quanto mais saúde, mais progresso]

(01.LIS.V)

... Toda vez que um governo teve vontade política, este país cresceu. Foi assim que nós criamos o maior parque industrial da América Latina que este governo está destruindo...

IC: A vontade política determina o crescimento de um país.

(01.LIS.V)

Hoje, eu quero falar com você minha amiga mulher, que é a primeira a sentir o peso da crise, porque, afinal, é que tem de administrar o dia a dia do seu orçamento doméstico...quando você vai procurar trabalho para ajudar no orçamento ... você é discriminada... No meu governo, eu vou jogar todo o peso da lei na garantia de direitos iguais para homens e mulheres

IC: A mulher é a administradora do orçamento doméstico.

IC: Homens e mulheres têm, na teoria, os mesmos direitos.

Nas seqüências que seguem, o locutor não é mais o candidato; o papel de locutor é assumido ou pelo apresentador do programa¹ ou por um entrevistado oriundo do povo, representante das massas. Há situações, inclusive, em que o programa inclui depoimentos de pessoas famosas, do meio artístico, político, religioso etc., a respeito dos candidatos. A estratégia de trazer para o discurso depoimentos de pessoas diversas constitui a estratégia argumentativa denominada argumentação por autoridade. Uma pessoa do povo, ao asseverar que o candidato X é o melhor preparado para ser Presidente da República, dá à propaganda credibilidade, principalmente por que ela é dirigida ao povo.

Observa-se que os representantes das massas também se manifestam, opinam através do recurso a "topoi" e/ou a informações compartilhadas consolidados socialmente. Ou seja, o perfil do candidato ideal é produzido através de "topoi" e/ou de informações compartilhadas que são incorporados ao discurso do locutor.

(02.FHC.V)

... o povo brasileiro tá com Fernando Henrique ... porque sabe ... que ele é competente ... sabe que tem condições de fazer superar ... essa crise de desemprego e a crise econômica ... que o Brasil tá passando ... que não é o Brasil é ... o mundo inteiro.

Topos: 'a experiência leva ao sucesso.'

FT1 [quanto mais experiência, mais poder de fazer algo]

(01.LIS.V)

... O Brasil precisa de Lula, um homem preparado, capaz, forte. Ele comanda hoje uma união de partidos que administra mais de 500 cidades (?) onde a saúde é realmente prioridade...

Topos: 'o preparo e a coragem são pré-requisitos para se fazer algo.'

FT1 [quanto mais preparo e coragem, mais poder se fazer algo]

(03.CG.V)

... Vou votar no Ciro Gomes porque ele é um homem íntegro ... o que ele promete ele faz, ele já foi um bom prefeito, um bom governador e ele tem capacidade de governar o nosso país.'

Topos: 'Quanto mais integridade, seriedade e experiência, mais poder de se fazer algo.'

(01.LILS.V)

... O Brasil precisa de Lula, um homem preparado, capaz, forte. Ele comanda hoje uma união de partidos que administra mais de 500 cidades (?) onde a saúde é realmente prioridade...

Topos: 'o preparo e a coragem são pré-requisitos para se fazer algo.'

FT1 [quanto mais preparo e coragem, mais poder se fazer algo]

(01.LILS.V)

Para vencer a crise, o Brasil precisa de um líder de verdade, precisa de Luís Inácio Lula da Silva, homem-corção ... homem-coragem ... homem-experiência ... um líder...

Topos: 'Quanto mais bondade, coragem, experiência e poder de liderança, mais poder de se fazer algo.'

Outra constatação que vem ratificar o caráter polifônico do discurso político é a incorporação de pontos de vista originários da sabedoria popular, atualizados através de ditos populares e de provérbios⁵.

Os provérbios concretizam a possibilidade de se construir enunciados sem um locutor identificado no enunciado, porém, ainda que não identificado, sempre há um I para todo e qualquer enunciado. Benveniste (**apud** Ducrot, 1988) afirma que os enunciados sem um locutor - também chamados de impessoais - têm a ver com a *história*, em oposição àqueles com locutor marcado e que pertencem ao discurso.

(01.LIS.V)

Os poderosos podem destruir uma, duas ou três rosas, mas jamais conseguirão deter a chegada da primavera. E a primavera é a nossa vitória.

IC: Os poderosos podem destruir uma, duas ou três rosas, mas jamais conseguirão deter a chegada da primavera.'

(03.CG.V)

O dia de amanhã vai depender da escolha que você fizer agora. Pense nisso na hora de escolher o seu presidente.

IC: A plantação de hoje será a colheita de amanhã.

Considerações Finais (preliminares)

Os dados até então analisados apontam para a confirmação da nossa hipótese inicial: o discurso político veiculado durante a campanha eleitoral/1998 é perpassado por vozes que representam o senso comum, o valorizado socialmente, com finalidade argumentativa.

Essas vozes, incorporadas ao discurso, servem para persuadir o interlocutor a votar no candidato x, por ser o melhor deles. Em outras palavras, os candidatos utilizam-se de pontos de vista socialmente valorizados para interagirem com os virtuais leitores, apresentando-se como o candidato ideal, no sentido de socialmente institucionalizados.

Notas

1 Projeto vinculado à Pós-Graduação em Letras da Universidade Federal da Paraíba - UFPB - Brasil - coordenado pela prof^a Lucienne Espíndola.

2 A argumentação tem sido objeto de estudo de outras perspectivas teóricas, como por exemplo o trabalho de Toulmin (1958), na perspectiva lógica ou o trabalho de Perelman & Olbrechts-Tyteca(1996) - A Nova Retórica - na perspectiva filosófico-retórica.

3 Tese de Doutorado.

4 A maioria dos programas eleitorais apresentaram, nas últimas eleições, o formato de um programa televisivo do tipo noticiário: com apresentadores e entrevistados.

5 Anscombe(1995a) diz que esses textos fazem parte de uma classe mais geral denominada "*formes sentencieuses*" - cujas características são: a) o aspecto relativo a fórmulas; b) a prescrição; c) o alcance geral, universal. (p.66)

Referências bibliográficas

ANSCOMBRE, J. C. Théorie de l'argumentation. "topoi", et structuration discursive. *Revue Québécoise de Linguistique*. Montréal. 18(1), p.13-56.

_____ (org.) *Théorie des topoi*. Paris: Kimé, 1995a.

ANSCOMBRE, J-C, DUCROT, Oswald. *La argumentación en la lengua*. Versión española de Julia Sevilla e Marta Tordesillas. Madrid:Editorial Gredos S.A., 1994.

DUCROT, Oswald. *O dizer e o dito*. Tradução por Eduardo Guimarães. Campinas, SP: Pontes, 1987. Tradução de Le dire et le dit.

_____. *Polyfonia y argumentacion*. Universidade del Valle - Cali. 1988.

ESPÍNDOLA, Lucienne C. "*Né*", "*eu acho que*" e "*ai*": operadores argumentativos do texto falado. Tese de Doutorado, UFSC, 1998.