

EFEITO PERSUASIVO DA ESTRUTURA COMPOSICIONAL NO GÊNERO DEBATE ELEITORAL TELEVISIVO

5

*Ivanete Bernardino Soares¹
Maria Carmen Aires Gomes²*

RESUMO: Apesar do aparente rigor formal do debate eleitoral televisivo, já que as regras são explicitadas no início do evento, a utilização estratégica dos recursos disponibilizados para sua composição pode tornar este gênero discursivo mais flexível de acordo com os interesses particulares dos candidatos. A desobediência velada às regras do jogo (atos de fala previstos, direcionamento da interlocução, identidade assumida etc.) pode funcionar como uma importante estratégia de persuasão para o político que participa de um debate eleitoral televisivo. Pretendemos exemplificar tais assertivas por meio da exposição de algumas transgressões do debate televisionado entre os candidatos Luiz Inácio Lula da Silva (PT) e Geraldo Alckmin (PSDB), às vésperas

da eleição presidencial de 2006. A metodologia definida para a realização dessa pesquisa baseia-se nos estudos discursivos críticos de Norman Fairclough, (2001). Além disso, será privilegiada a concepção de gênero bakhtiniana, em que os tipos de enunciados relativamente estáveis são sensíveis às transformações socioculturais e históricas. Em função disso, por serem constituídos nos atos concretos das interações dialógicas, não podem sustentar uma regularidade rígida, estanque, mas flexíveis, abertos às inovações tecnológicas, principalmente às midiáticas. Assim, percebemos nessa pesquisa que o suporte televisivo possibilita ao gênero discursivo debate eleitoral televisivo o uso de novas interações estratégicas na construção dos sujeitos ali posicionados.

PALAVRAS-CHAVE: Gênero discursivo debate eleitoral. Mídia televisiva. Argumentação.

1. INTRODUÇÃO

Embora recentes, os estudos desenvolvidos com o fim de sistematizar os diversos gêneros discursivos têm possibilitado uma ampliação significativa da pers-

¹ Graduada em Letras, pela Universidade Federal de Viçosa (2008) e mestranda de Estudos Linguísticos, na Universidade Federal de Minas Gerais.

² Mestre e doutora em Estudos Linguísticos/Análise do Discurso pela Universidade Federal de Minas Gerais. Professora da Universidade Federal de Viçosa.

pectiva dos estudos da linguagem, oferecendo aplicações eficazes, inclusive, e talvez principalmente, no ensino do idioma materno.

São as variadas esferas de utilização da língua que, segundo Bakhtin (1997), mobilizam determinados enunciados para atender aos propósitos comunicativos pretendidos pelos interlocutores. Antes mesmo da elaboração das mensagens, os sujeitos comunicantes se percebem inseridos em esferas discursivas particulares, pautando-se pelo reconhecimento de marcas contextuais que vão delimitar as escolhas expressivas adequadas à situação. O contexto recorrente a cada ambiente discursivo impõe certas coerções responsáveis pela construção de contratos específicos para representá-los. Assim, quanto maior o conhecimento dos recursos expressivos próprios a determinado gênero, maior a possibilidade de alcançar os objetivos da interação.

No entanto, por serem constituídos simultaneamente ao ato concreto da interação dialógica, não se pode sustentar a existência de uma regularidade rígida referente à estrutura e funcionamento dos gêneros. Por maior que seja a habilidade do locutor ao articular os elementos constituintes do gênero acionado, seu desempenho dependerá da resposta produzida pelo receptor do seu enunciado. A par disso, ao enunciar caberão as escolhas necessárias no quadro das possibilidades genéricas nas quais está inserido, orientando sua leitura ou interpretação, participando ativamente da construção de um coenunciador e, conseqüentemente, da composição final assumida pelo gênero. Com base nestas considerações, podemos afirmar que, por mais categorizáveis que sejam os elementos pertencentes aos variados gêneros (recursos gramaticais e expressivos), são as ordenações possíveis ou demandadas de sua composição que vão ajustá-los às situações reais.

Essas reflexões tiveram como ponto de partida a análise do funcionamento do gênero debate eleitoral televisivo que, aparentemente, apresenta configuração pouco flexível já que é regido por regras de funcionamento categoricamente estabelecidas. Nosso ângulo de análise parte dos estatutos dos sujeitos postos em ação que selecionam a estrutura composicional mais conveniente às diferentes relações interpessoais estabelecidas. Por ser um gênero de orientação argumentativa, a intenção é identificar em que medida a ordenação criativa dos elementos genéricos pode contribuir para um melhor desempenho linguístico e, neste caso, para a legitimação de identidades políticas em situação de disputa de poder.

2. MAPEANDO A COMPOSIÇÃO DO GÊNERO DEBATE ELEITORAL TELEVISIVO

Ao desenvolver sua concepção de estilo em *Estética da criação verbal*, Bakhtin (1997) ressalta sua relação direta com a composição geral de um enunciado. Para ele, o estilo é

(...) indissociavelmente vinculado a unidades temáticas determinadas e, o que é particularmente importante, as unidades composicionais:

tipo de estruturação e de conclusão de um todo, tipo de relação entre o locutor e os outros parceiros da comunicação verbal (relação com o ouvinte, ou com o leitor, com o interlocutor, com o discurso do outro etc.) (BAKHTIN, 1997, p. 284). (grifo nosso)

A composição de um enunciado é o resultado, portanto, não apenas da soma dos recursos linguísticos e do gênero do discurso, mas das relações subjetivas estabelecidas a partir da sua presença nas diferentes esferas sociais. Essa também é a perspectiva da qual Marcuschi (2003) desenvolve sua concepção de gêneros discursivos considerados formas verbais de ação social. A partir da abertura conceptual sugerida por Bakhtin, é possível atualizar suas proposições diante dos gêneros emergentes no contexto da era midiática. O fenômeno de hibridização ao qual são submetidos devido ao contato com outras linguagens e formatos pode gerar modificações relevantes no processo interativo e na criação de realidades teatralizadas atendendo a interesses heterogêneos, muitas vezes fundados no imperativo mercadológico.

A apropriação de gêneros discursivos pela mídia televisiva, por exemplo, provocou alterações significativas nas suas constituições ao mesclar propósitos comunicativos de naturezas diversas e até mesmo conflituosas. Muito já se falou a respeito do comprometimento dos enunciados midiáticos devido ao imperativo mercadológico ao qual atendem. A produção de qualquer programa televisivo, por exemplo, deve incorporar o caráter de entretenimento a fim de ampliar a audiência e os lucros (ARONCHI, 2004, p. 38). Além da hibridização dos propósitos comunicativos, as interferências do suporte televisivo (MARCUSCHI, 2003, p. 9-40) possibilitaram aos gêneros a ampliação de recursos comunicacionais relacionados principalmente com a difusão e potencialização dos efeitos dos enunciados por intermédio da tecnologia disponibilizada.

Com relação à esfera política, a mídia em geral possibilitou uma visibilidade maior do homem político em prejuízo da instituição partidária que representa (RUBIM, 2004, p. 7-28). Sua conduta pessoal passou a interessar da mesma forma, ou mais, que seu posicionamento político. Essa demanda por uma versão do mundo político espetacularizado não é novidade, já que possui raízes na *ágora* grega amparada pela arte da retórica e da poética (ROHDEN, 1997, p. 33). A era da informação de massa provocou, no entanto, uma intensificação do fenômeno acrescentando-lhe novos elementos. No contexto eleitoral, esta nova disposição da comunicação política torna-se evidente principalmente no meio televisivo.

Os debates eleitorais entre os presidencialáveis nas eleições de 2006 alcançaram audiências próximas e, em alguns casos, superiores à programação normal oferecida no mesmo horário. O último debate, veiculado pela Rede Globo e especificamente tratado aqui, realizado na véspera da eleição do segundo turno (27 de outubro de 2006) entre os candidatos Luis Inácio Lula da Silva (PT) e Geraldo Alckmin (PSDB), alcançou um pico de 48 pontos de audiência contra 38 do seriado "A grande família" transmitido no mesmo horário na semana anterior.

Atendendo ao 'Padrão Globo de Qualidade', a composição do cenário apresentou características diferenciadas com relação a outras emissoras, repetindo o formato apresentado nas eleições de 2002, no debate entre Serra e Lula. O aspecto pictórico assumiu uma predominância expressiva no conjunto composicional: o palanque branco rivalizava com o restante da cena de tonalidade azul escura (paredes, arquibancada e telão) como uma forma explícita de destacar os candidatos no círculo onde podiam se movimentar livremente. Posicionadas estrategicamente, as câmeras permeavam toda a extensão da 'arena' possibilitando o direcionamento do candidato às suas imediações. O auditório, composto de 80 eleitores indecisos, selecionados por pesquisa do Ibope, foi distribuído em quatro grupos de 20 pessoas: dois grupos de cada lado do mediador William Bonner. Além destes, houve a presença de representantes políticos como o governador de Minas Gerais, Aécio Neves, posicionados em uma arquibancada similar à do auditório localizada atrás do mediador. Observou-se que, durante a transmissão, esta parte do cenário foi pouco focalizada e, ainda assim, apenas como resultado do movimento da câmera ao compor outros enquadramentos. Essa 'higienização' do cenário, isento de elaboração cromática, contribuiu para o adensamento da atenção nas personagens políticas, intensificando a tensão gerada no confronto discursivo.



Figura 1 - Composição visual do debate eleitoral realizado pela Rede Globo no dia 27 de outubro de 2006.

Apesar de necessária, a descrição visual efetuada até aqui só faz sentido se relacionada com o sistema de representação sugerido pela constituição espacial. Ao analisar as estratégias discursivas em publicidade de televisão, Melo (2003) ressalta a importância da imagem na organização argumentativa do discurso e lembra que

A argumentação pela imagem apresentaria duas particularidades:

primeiramente, a estrutura da imagem não permite o desenvolvimento de uma argumentação lógica, constituída pelo encadeamento de sequências dedutivas. (...) Além disso, a imagem só pode ser interpretada pela observação do **continuum** e da simultaneidade das formas e privilegia o componente sedutor da argumentação (MELO, 2003, p.103).

Para a autora, os esquemas icônicos são planejados a fim de orientar determinada percepção a partir da construção de esferas conceptuais facilmente reconhecíveis pelos destinatários por serem estereotipadas e específicas de um grupo.

Com base na configuração geral do debate eleitoral televisivo, podemos enquadrá-lo em diversos níveis de analogia no domínio conceptual do teatro e, por aproximação, da competição esportiva (duelo), do esquema narrativo da novela na condição de drama conflituoso e domínios afins.

No nível da composição visual, ou nível figurativo, a semelhança com o tablado cênico no qual se movimentam os atores é nítida, além disso, soma-se a presença da plateia que, em alguns momentos, manifesta-se em conjunto, vaiando ou aplaudindo o desempenho de um ou outro candidato. A possibilidade de movimentação livre dos concorrentes é também responsável pela dinâmica característica da apresentação cênica.

No nível discursivo, há o predomínio de sequências argumentativas pelo uso de procedimentos discursivos (como a descrição narrativa, questionamento, uso de dados estatísticos e exemplificação) e semânticos (como a utilização de argumentos fundados no senso comum), o que constitui outro elemento de interseção de domínios com a cena dramática, já que a tensão resultante da troca de turnos produz uma atmosfera de “combate entre gladiadores” delimitado pelo palco, à maneira do ringue.

Este formato possibilitou uma forma de atuação dramática em que os candidatos tinham liberdade para se aproximar e se afastar quando quisessem, possibilitando até mesmo o contato físico, o posicionamento face a face ou o dedo em riste, o que aconteceu repetidas vezes. Proporcionou-se, assim, um debate político percebido antes como encenação dramática com significados mais emocionais do que lógico-rationais.

Apesar de admitir que as relações de sentido referentes à imagem e à palavra podem ocupar circuitos interlocutivos diferentes, Melo (2003, p. 122), ainda ao analisar a composição das publicidades televisivas, afirma que “*a fusão entre os estratos visual e verbal ocorre nas cenas de diálogos (em que o verbal é introduzido no circuito figurativo) (...)*”. Da mesma forma, percebemos uma exigência imanente do nosso *corpus* por uma análise que considere os dois níveis de construção de sentidos, apesar de nos focalizarmos, no presente trabalho, apenas no nível discursivo já que nos interessa especialmente a seleção composicional dos personagens postos em cena na interlocução.

Considerando a existência de níveis diferentes de estabilização

composicional nos gêneros, a descrição realizada até aqui tem como principal objetivo identificar o grau de flexibilidade admitido pelo gênero debate eleitoral televisivo e, conseqüentemente, o potencial argumentativo possibilitado pela reconfiguração criativa dos elementos formadores. Devido a razões de ordem jurídica, o gênero comentado possui regras pré-elaboradas cujo cumprimento deve ser antecipadamente garantido por representantes de ambas as partes.

O conhecimento público da edição tendenciosa do debate entre presidenciais na eleição de 1989³ obrigou as emissoras a transmitir os debates apenas ao vivo, sem cortes, montagens ou efeitos especiais. A regularidade no funcionamento do evento engloba desde o tempo disponibilizado para a fala dos candidatos (1:20min para a resposta à pergunta do eleitor; 40s para o adversário formular nova pergunta sobre o mesmo tema; 1:20min para respondê-la; 1:00min de réplica; e 1:00min de tréplica) até o direito de resposta, caso o candidato se sinta ofendido ou caluniado.

No debate em questão, tinham direito de voz apenas os candidatos Luis Inácio Lula da Silva e Geraldo Alckmin, o mediador William Bonner e o eleitor selecionado pelo monitor eletrônico e presente no auditório — este último deveria ler a pergunta anteriormente elaborada e escolhida pela produção sem direito a acrescentar nenhum termo.

Apesar do rigor composicional, no entanto, é com relação à escolha dos papéis actanciais que o gênero apresenta o maior potencial criativo. Para Ducrot, citado por Maingueneau (1997, p. 77), o sentido do enunciado representa uma enunciação do discurso, “o *“locutor” pode pôr em cena, em seu próprio enunciado, posições diversas da sua*”. Dessa forma, a ação seletiva do sujeito constitui uma estratégia discursiva de significativa relevância.

3. ATUAÇÃO DRAMÁTICA DO SUJEITO NA CENA DISCURSIVA

Equilibrando os diversos posicionamentos teóricos sobre o estatuto ocupado pelo sujeito no discurso, Norman Fairclough (2001, p. 68-70) parte das proposições foucaultianas para defender uma concepção de sujeito como “função do próprio enunciado”, estabelecendo uma relação dialética na constituição discursiva. Ao mesmo tempo em que representa a origem de seu enunciado, este é continuamente remodelado em função da interação discursiva estabelecida, contrariando a tese de harmonia conversacional de Benveniste, exposta por Brandão (1998, p. 46-49), em que o locutor é a origem do enunciado e possui uma unicidade característica que o faz transcender sobre o interlocutor.

Para Fairclough (2001, p. 70), “a questão dos efeitos da prática discursiva

³ Mais informações sobre o assunto no texto de Rubim, Antonio Albino Canelas. “Visibilidades e estratégias nas eleições presidenciais de 2002: política, mídia e cultura”. In: *Eleições presidenciais em 2002: ensaios sobre mídia, cultura e política*. Alessandra Aidé et al. Org. Antonio Albino Canelas Rubim. São Paulo: Hacker, 2004, p. 7-28.

sobre a identidade social [está] no centro da ADTO [Análise do Discurso Textualmente Orientada], teórica e metodologicamente”. A concepção de sujeito defendida pelo autor citado se coaduna com diferentes linhas de estudos da ciência linguística (pragmática, sociolinguística, sociocognição etc.) e, inclusive, no âmbito da teoria literária (SHEPARD, R., 1989; MAINGUENEAU, 1996). De acordo com esta abordagem que retoma o conceito de dialogismo bakhtiniano, o sujeito apenas toma consciência de si na interação dialética com o outro.

O discurso instaura não um sujeito, mas várias consciências subjetivas que mobilizam um ser do discurso adequado à situação discursiva produzida pela atitude responsiva do destinatário. A consciência fragmentada do sujeito busca se ‘ajustar’, então, ao seu(s) interlocutor(res) — em atitude de concordância ou não — dramatizando os variados papéis que possa assumir.

Superadas as divergências sobre o estatuto do sujeito como unidade ou dispersão, a Análise de Discurso Crítica interessa-se prioritariamente pelos sistemas de representação das identidades na disputa pelo poder social. Essa dimensão social remete às proposições de Pêcheux sobre as coerções discursivas advindas das formações ideológicas:

(...) as palavras, expressões, proposições mudam de sentido segundo posições sustentadas por aqueles que as empregam, o que significa que elas tomam o seu sentido em referência a estas posições, isto é, em referência às formações ideológicas (...) nas quais essas imposições se inscrevem. (PÊCHEUX, 1975, p.144, apud BRANDÃO, 1998, p. 62).

A esfera de comunicação e as formações ideológicas subsequentes funcionam, assim, como um dos fatores coercitivos da produção discursiva inerente.

No *corpus* em questão, a interferência do suporte televisivo com seus artifícios de difusão provoca um desdobramento ainda maior dos atores envolvidos no discurso veiculado. Uma das razões é a necessidade de assimilação, pelo discurso, de destinatários não presentes fisicamente no momento da enunciação (telespectadores) e previstos como representantes de formações ideológicas variadas, contribuindo, portanto, para a composição final da enunciação. O ambiente discursivo criado aciona, então, a necessidade de articular *jogos de cena* pela seleção estratégica de *modos de ser* ou, melhor dizendo, *modos de representar*. Cada remodelação discursiva orienta, em certa medida, sua própria interpretação, estabelecendo uma relação ativa com os destinatários.

No debate eleitoral televisivo, cujo principal interesse dos oponentes é a captação do público em geral às suas propostas administrativas, o discurso dos candidatos deve atender a demandas de toda ordem, já que se direciona a um público segmentado e eventual.

4. PROCEDIMENTOS ANALÍTICOS

Por motivo de delimitação de análise e não ser o interesse maior deste

trabalho, não serão comentadas as categorias “espaço” e “tempo” da situação comunicativa. Além disso, a descrição será orientada sob a perspectiva de um dos participantes da enunciação (Luis Inácio Lula da Silva) e se limitará ao primeiro ciclo do primeiro bloco do debate. No Quadro 1, apresentamos de maneira simplificada o esquema de tomada de turno no intervalo de tempo em questão:

Quadro 1 - Sequenciação da tomada de turno no primeiro ciclo do debate

Sujeito	Sujeito posicionado	Ação discursiva	Tempo
Rutilene Martins	Eleitora indecisa 1	pergunta	20 s.
Alckmin	Candidato 1	resposta	1:20 min
Lula*	Candidato 2	pergunta	40 s
Alckmin	Candidato 1	resposta	1:20 min
Lula*	Candidato 2	réplica	1:00 min
Alckmin	Candidato 1	tréplica	1:00 min

* Enunciação cuja análise ilustrará essas considerações

O debate é composto de 4 blocos intermediados pelos spots comerciais, sendo que os três primeiros foram configurados em 4 ciclos análogos ao apresentado acima.

A metodologia utilizada se enquadra nos pressupostos oferecidos por Marcuschi (sequências textuais de base) e da ADC, sistematizados por Norman Fairclough. Deste último, nos valeremos das categorias referentes ao significado *identificacional*⁴ por representar a construção e negociação dos atores sociais envolvidos, atendendo aos objetivos deste trabalho. Para identificar algumas estratégias de construção de identidades será considerada a categoria *modalização* (lógica, deôntica, apreciativa, pragmática), que pode ser atualizada no texto devido à presença de processos verbais e juízos de valor.

A importância destas categorias discursivas na construção de identidades e composição da enunciação justifica-se pelo fato de que

o quanto você se compromete é uma parte significativa do que você é – então, escolhas de modalidade em textos podem ser vistas como parte do processo de texturização de autoidentidades (FAIRCLOUGH, 2003a, apud RESENDE, 2006).

O objetivo então é identificar o sistema de representação das vozes soci-

⁴ Fairclough apropria-se de métodos desenvolvidos pelos estudos funcionalistas de Halliday (Linguística Sistêmica Funcional) recontextualizando-os de acordo com os parâmetros da ADC. Reformula os conceitos de macrofunções discursivas identificadas por Halliday (*ideacional, interpessoal e textual*) e as relaciona a significados que representam a organização conceitual do discurso, quais sejam, o significado *acional* (gêneros discursivos particulares), o *representacional* (construção de realidades) e o *identificacional* (construção e negociação dos atores sociais envolvidos).

ais no gênero debate eleitoral televisivo a fim de investigar quais as recorrências (genéricas e discursivas) que o faz ser percebido como mais ou menos subjetivo e quais as implicações ideológicas advindas deste fato.

5. O REVEZAMENTO DE IDENTIDADES NO GÊNERO DEBATE ELEITORAL TELEVISIVO

Os procedimentos rigorosos de controle na constituição do gênero em discussão são responsáveis por um grau considerável de estabilização composicional e, além disso, geram implicações relevantes nos modos de percepção acionados. A previsibilidade da produção do universo que será mostrado e da participação dos integrantes da cena enunciativa propõe a construção de uma realidade aparentemente autônoma, cabendo aos não-participantes apenas assistir ao evento ou testemunhá-lo. Desta forma, o gênero demanda a criação de um nível figurativo por meio de um ambiente comunicativo artificial e teatralizado.

A partir da leitura dos estudos de Maingueneau sobre a duplicidade do diálogo teatral, Melo (2003, p. 189) comenta que na publicidade televisiva (objeto de seu estudo), assim como na enunciação teatral “(...) *a autonomia dos personagens de uma representação é apenas aparente, já que seus diálogos estão subordinados a uma fonte — o autor — e se organizam em função do público ao qual essa representação se destina*”.

Consideramos, da mesma forma, ser pertinente a equivalência sugerida entre o evento discursivo realizado no debate e a encenação dramática orientada em torno de um “*diálogo encenado*” (MELO, 2003, p. 189). Para melhor exposição das considerações arroladas até aqui, apresentaremos um esquema provisório da representação dos personagens, Quadro 2, envolvidos neste evento discursivo a partir de uma adaptação do esquema elaborado por Melo (2003, p. 186) para a descrição do direcionamento duplo da enunciação em publicidades televisivas.

Como especificado na legenda, é preciso considerar a singularidade do gênero (situado), qual seja, aquele veiculado pela Rede Globo na véspera da eleição em segundo turno (27 de out. de 2006). Essa ponderação é necessária quando se trata de gêneros midiáticos já que sua produção particular pode optar por variantes capazes de alterar as relações interpessoais envolvidas. A maioria das emissoras optou, por exemplo, pela localização fixa dos candidatos, o que possibilita um posicionamento prévio das câmeras e, conseqüentemente, uma produção fílmica mais elaborada. Essa configuração poderia orientar a direção comunicativa intensificando a interação locutor X telespectador.

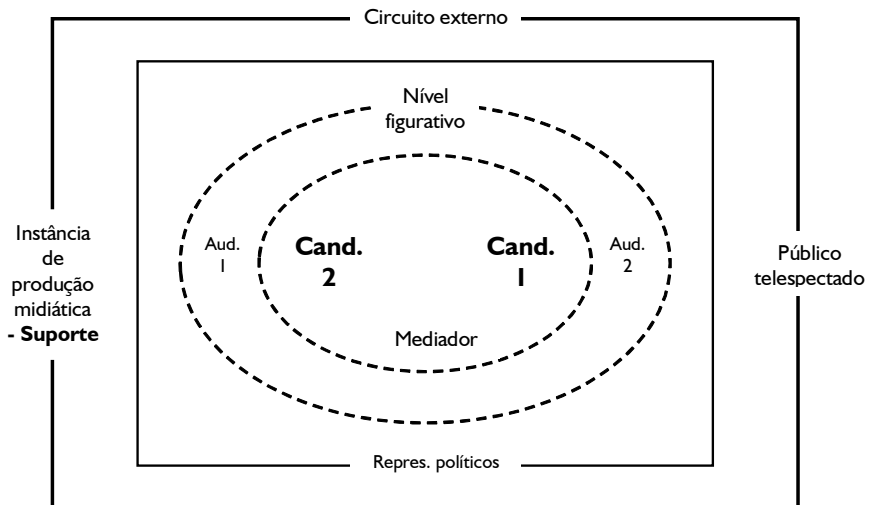
As interações possíveis na cena enunciativa são múltiplas e, além disso, o “personagem” acionado pode assumir papéis variados. O candidato Lula, por exemplo, pode elaborar seu discurso a partir da posição social do ‘presidente’, do ‘chefe sindical’, do ‘representante legítimo da classe baixa’, do ‘cidadão brasileiro’, ou fazer coincidir o enunciador e o locutor ‘candidato’, de acordo com o destinatário acionado, forças ilocucionárias variadas. Acrescentem-se ainda as possibilidades de desdo-

bramentos equivalentes da identidade discursiva dos destinatários dos enunciados e na necessidade de harmonização das vozes em função da heterogeneidade do receptor alvo-principal, o telespectador.

Assim, os candidatos destinaram seus enunciados a, no mínimo, 5 destinatários ou grupos de destinatários diferentes, ora englobados numa mesma entidade, ora especificados, a saber: o outro candidato, o mediador, o(s) eleitor(res) da plateia (80 componentes), os convidados especiais (personalidades políticas) e o interlocutor virtual - o(s) telespectador(es). E quando falava a um, encenava aos outros e assim sucessivamente.

Retomando então à sequenciação da tomada de turno, exposta no Quadro 1, e lembrando a escolha da perspectiva analítica pelo sujeito representado pelo candidato Luis Inácio Lula da Silva, passamos à descrição e explanação dos fragmentos referentes.

Quadro 2 – Composição identitária no gênero debate eleitoral situado



6. ANÁLISE ILUSTRATIVA

De modo geral, a enunciação no gênero debate eleitoral televisivo se dá por meio de um “mascaramento” de papéis previamente forjados para este fim. Os principais condutores da enunciação, os candidatos, investem-se de variados níveis de consciência simulando um embate verbal entre os dois protagonistas da cena discursiva a fim de alcançar, em última instância, o público-alvo projetado: o eleitor-telespectador, participante virtual do evento. É o que se pretende demonstrar melhor no decurso da análise de alguns de seus elementos constituintes.

A primeira participação comunicativa de Lula deveria, de acordo com o regulamento proposto, produzir um questionamento ao candidato Alckmin a respeito do mesmo tema apresentado pela integrante do auditório, Rutilene Martins. Apenas para constar, esta última ocupou a posição enunciativa de mãe com poucos recursos financeiros e, antes disso, de eleitora indecisa (locutor) questionando a proposta para a melhoria da educação básica.

Além de não atender à proposta do regulamento, ou seja, elaborar uma pergunta a Alckmin, Lula insinua a natureza artificial do debate, direcionando-se indiretamente ao adversário:

*Bem, **candidato**, normalmente em debates, toda vez que se pergunta sobre um tema delicado como educação, **as pessoas** costumam dizer que já foram feitas coisas e que a educação estava melhor, **você** citou a sua cidade, citou o Estado... (posiciona-se frente a frente com Alckmin) (LULA/ fragmento I da 1ª fala).*

Ao discorrer sobre o uso do metadiscurso pelo locutor Maingueneau (1997), propõe algumas rubricas, dentre as quais a mais conveniente para o caso apresentado seria o “*metadiscurso destinado a construir uma imagem do locutor, diferenciando-se eventualmente de uma outra: “para parecer erudito”, “para falar como os políticos” etc.*” (MAINGUENEAU, 1997, p. 93).

Apesar de explicitar o interlocutor, “candidato” Alckmin, Lula intercala uma 3ª pessoa gramatical (forma nominal: “as pessoas”) para se referir entre duas formas em 2ª pessoa (“candidato”, “você”), o que pode ampliar o direcionamento do enunciado a outros receptores. Os processos verbais utilizados situam-se no conjunto das representações verbais (“pergunta”, “costumam dizer”, “citou”), o que relacionado ao tópico temático “fazer algo pela educação” pode significar que nada de concreto foi feito. Os tempos verbais de mudança (“foram feitas”, “estava”, “citou”) indicam a ação de uma sequência narrativa que, neste contexto pode servir para prender a atenção do público em geral. Além disso, observa-se a presença de modalizadores apreciativos no uso de termos com valores adverbiais (“normalmente”, “costumam”, “melhor”) apresentando-se conhecedor de que a prática referida é comum no gênero debate.

A sequência de seu enunciado, no entanto, apresenta configuração diferente por meio do acionamento de outros recursos linguísticos. Prossegue:

... o dado concreto é que a companheira que fez a pergunta tem razão. A educação no Brasil não está de boa qualidade. E não é responsabilidade de um, de dois ou de três governos, é responsabilidade quase que histórica de não cuidar da educação, porque apenas uma pequena parte tem direito (LULA/ fragmento final da 1ª fala).

O fato de não explicitar o destinatário permite sua identificação por qualquer sujeito que tiver acesso ao enunciado. Ademais, a nomeação da eleitora como

“companheira”, chavão criado desde a época de sindicalista, o coloca em um mesmo nível de interlocução com o grupo que ela possa representar. Ao formular a pergunta, Rutilene Martins declarou não ter recursos suficientes para pagar escola particular para a filha. Os processos verbais selecionados são de natureza relacional (“é”, “está”), já que institui uma atribuição, e pertencem ao tempo da enunciação (presente do indicativo: “é”, “tem”, “está”), o que caracteriza a base temática argumentativa, justificada pela necessidade de persuadir esse destinatário heterogêneo mobilizado.

As modalizações são de ordem deônticas, isto é, opiniões e regras do mundo social, sendo algumas inseridas por meio de negativas (“não... boa qualidade”, “não... responsabilidade”, “não... educação” e “apenas”), reforçando o argumento apresentado em consonância com o interlocutor generalizado representado pela eleitora, de que a educação vai mal. A negação, além do mais, pode ser “*analísável como encenação do choque entre duas atitudes antagônicas, atribuídas a dois “enunciadores” diferentes: o primeiro personagem assume o ponto de vista rejeitado e o segundo, a rejeição deste ponto de vista*”. (MAINGUENEAU, 1997, p. 80 parafrazeando DUCROT).

Após a ‘resposta’ de Alckmin em 1:20 min, Lula desenvolve a réplica ao último pronunciamento a partir dos seguintes termos:

Debate é bom porque cada um fala o que quer, do jeito que quer, como quer, sem precisar assumir responsabilidade (LULA/fragmento 1 da 2ª fala).

Novamente o ‘candidato’ faz referência à situação comunicativa reafirmando estar ciente de que este tipo de debate permite o uso de estratégias nem sempre legítimas de convencimento. É significativo o uso da ironia ao afirmar que, apesar do exposto, “debate é **bom**”. Além de comum no discurso de Lula, a ironia pode intensificar o efeito espetacularizado do evento, suscitando atenção. Além disso, para Maingueneau (1997), “é conveniente jamais perder de vista que a ironia é um gesto dirigido a um destinatário, não uma atividade lúdica, desinteressada”. (MAINGUENEAU, 1997, p. 99)

Após essa introdução ‘atraente’, Lula expõe, por intermédio de enumerações, suas ações administrativas passadas no que se refere à educação:

Eu vou dizer o que foi feito neste quatro anos de governo (sic): primeiro, nós criamos quatro universidades federais novas, nós transformamos seis faculdades em universidades, criamos 48 extensões universitárias e criamos 32 escolas técnicas, que serão inauguradas até 2006 (LULA/fragmento 2 da 2ª fala).

As marcas de pessoa (“eu”, “nós”, “criamos”, “transformamos”) fazem referência a acontecimentos relacionados ao último mandato, o que evidencia claramente a posição de sujeito posicionado como “presidente” demonstrando, pela predominância de processos verbais materiais (“foi feito”, “criamos”,

transformamos”), que foram ações efetivamente concretizadas. Considerando o final de sua fala (apresentado a seguir), pode-se inferir o efeito legitimador de tais assertivas ao concluí-las com promessas. O fato de não acionar um interlocutor específico, ação exigida pelo formato da réplica que significa contestar, refutar alguém, novamente indetermina o campo comunicativo. O uso de modalizações pragmáticas indicadoras de graus de responsabilidade de entidades temáticas (“nós criamos”, “nós transformamos”, “criamos 48 extensões”, “criamos 32 escolas”) intensifica o efeito incisivo das proposições, além disso, o tempo verbal caracteriza a sequência de base narrativa (“vou”, “foi feito”, “criamos”, “transformamos”, “serão”) indicando ação temporal.

Em seguida, passa à enumeração das ações pretendidas no futuro:

*E o meu compromisso com o futuro é **que a gente** deva, em cada cidade-polo deste País ((até aqui Lula aparece sozinho na tela)), cuidar de ter uma extensão universitária e uma escola técnica. **E mais ainda**, o Fundeb, que está há um ano e sete meses no Congresso Nacional para ser aprovado, **vai resolver o problema da creche**, vai **resolver o problema do ensino fundamental** e **vai resolver, sobretudo**, a situação dos professores, **porque** com o Fundeb **nós poderemos** criar... O Fundeb é Fundo Nacional de Educação Básica, é **para a gente** poder criar, **inclusivo**, o salário...* (LULA/ fragmento final da 2ª fala).

Características do discurso político em contexto eleitoral, as promessas funcionam como um produto a ser vendido para o eleitor-consumidor que deseja, acima de tudo, obter benefícios pessoais com a escolha política (CERVellini, 2000).

É relevante o fato de que apenas no início da sequência do dever assumido verbalmente, o locutor, fazendo coincidir agora o lugar enunciativo com o do candidato, se posiciona diretamente por meio do pronome possessivo “meu”. A partir do predicado do primeiro sintagma nominal (“é que a gente deva...”), utiliza-se apenas da 3ª pessoa do plural (“a gente”, “nós poderemos”), atenuando o grau de comprometimento com o dito. Outra forma discursiva utilizada para dividir responsabilidades é a personalização de entidades abstratas, como observado na sequência: “... o Fundeb... **vai resolver** o problema da creche, **vai resolver** o problema do ensino fundamental e **vai resolver**, sobretudo, a situação dos professores...”. A presença de processos relacionais (“é”, “está”, “resolver” [com o sentido de “achar a solução”]) intensifica o valor argumentativo da sequência.

O interlocutor acionado, apesar de não marcado linguisticamente, pode equivaler a todos os participantes presentes fisicamente ou não, especialmente àqueles aos quais interessa o tema “educação”.

A organização textual é predominantemente argumentativa já que se serve da promessa como estratégia de persuasão, além de elementos coesivos funcionando como operadores argumentativos e modalizadores apreciativos

como introdutores de atitudes: “e”, “e mais ainda”, “sobretudo”; relações anafóricas: “que” [compromisso]; causais: “porque”; finalistas: “para” e relação de inclusão de dados fundamentais “inclusive” [adv.].

A fim de tornar mais clara a exposição feita até aqui, fazemos uma apresentação sistemática no Quadro 3 dos recursos linguísticos citados, responsáveis pelo aspecto persuasivo e teatralizado, assumido pela enunciação realizada pelo candidato Lula:

Quadro 3 – Composição enunciativa e argumentação a partir de um locutor do debate eleitoral situado

Fala (fragmentos mencionados)	Enunciador (centro de perspectiva)	Interlocutor previsto	Interlocutor mobilizado	Processo verbal	Modalização	Sequência de base
Fragmento 1 da 1ª fala	Indeterminado	Cand. Alckmin	1. Cand. Alckmin 2. Indeterminado	Verbal	Apreciativo	Narrativa
Fragmento final da 1ª fala	Sindicalista/classe baixa	Cand. Alckmin	Indeterminado	Relacional	Deôntica	Argumentativa
Fragmento 2 da 2ª fala	Presidente	Cand. Alckmin	Indeterminado	Material	Pragmática	Narrativa
Fragmento final da 2ª fala	Candidato	Cand. Alckmin	Indeterminado	Relacional	Apreciativa	Argumentativa

A simulação das interações discursivas reafirma, no gênero debate eleitoral televisivo, as proposições bakhtinianas e todas as teorias discursivas desenvolvidas a partir daí, que defendem a fusão de identidades entre o sujeitos e a percepção de si mesmo, por meio da perspectiva aproximada do outro.

Apesar do aparente rigor formal, o gênero debate eleitoral televisivo apresenta flexibilidade composicional no que se refere ao acionamento de identidades subjetivas diferentes em função do interlocutor selecionado. Dito de outra maneira, a manipulação “consciente” da identidade própria pode funcionar como uma importante estratégia de persuasão para o político que participa de um debate eleitoral televisivo. É uma abertura oferecida pelo gênero para construir a diferenciação do candidato. Assim, ‘desobedecendo’ às regras genéricas impostas, o candidato pode redirecionar, intencionalmente, sua enunciação.

É preciso destacar ainda que a descrição realizada não pretende sugerir que a cena comunicativa posta em ação no gênero discutido gere uma ocultação do real, já que acreditamos que o fenômeno discursivo não permite imparcialidade absoluta nem uma categoria exclusiva do real. Além disso, acreditamos que o uso da estratégia de dramatização do sujeito é legítima e faz parte do jogo político de qualquer evento eleitoral. É necessário, no entanto, o desenvolvimento de uma percepção consciente a fim de que tais estratégias de persuasão não sejam determinantes absolutas da decisão de voto. A representação das identidades, tal como aparece no gênero em questão, participa então de *uma das formas* de apreensão do real como categoria abstrata e multifacetada.

7. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ARONCHI SOUZA, José Carlos. **Gêneros e formatos na televisão brasileira**. São Paulo: Summus, 2004.

BAKHTIN, Mikhail. **Estética da criação verbal**. 2. ed. São Paulo: Martins Fontes, 1997.

BRANDÃO, N. **Introdução à análise do discurso**. Campinas: Ed. Unicamp, 1998.

CERVellini, Sílvia. *Marketing político e marketing comercial: uma reflexão*. In: FIGUEIREDO, Rubens (Org.). **Marketing político e persuasão eleitoral**. São Paulo: Fundação Konrad Adenauer, 2000.

FAIRCLOUGH, Norman. **Discurso e mudança social**. Coord. da tradução Izabel Magalhães. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2001.

MAINGUENEAU, D. **Pragmática para o discurso literário**. São Paulo: Martins Fontes, 1996.

MARCUSCHI, L. A. A questão do suporte dos gêneros textuais. **Revista Língua, Linguística e Literatura**, João Pessoa, v. 1, p. 9-40, 2003.

MELO, Mônica Santos de Souza. **Estratégias discursivas em publicidades de televisão**. Tese apresentada ao Curso de Pós-Graduação em Estudos Linguísticos da Faculdade de Letras da Universidade Federal de Minas Gerais. Belo Horizonte, 2003.

RESENDE, Viviane de Melo. **Análise do discurso crítica**. São Paulo: Contexto, 2006.

RUBIM, Antonio Albino Canelas. Visibilidades e estratégias nas eleições presidenciais de 2002: política, mídia e cultura. In: RUBIM, Antônio Albino Canelas (Org.). **Eleições presidenciais em 2002: ensaios sobre mídia, cultura e política**. São Paulo: Hacker, 2004, p. 7-28.

ROHDEN, Luiz. **O poder da linguagem: a arte retórica de Aristóteles**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 1997. p. 33.

SHEPARD, Richard. A crise da linguagem. In: BRADBURY, Malcom; MACFARLANE, James. (orgs.). **Modernismo: guia geral 1890- 1930**. Trad. Denise Bottmann. São Paulo: Companhia das Letras, 1989. p. 273.