



ISSN 2359-5051

Revista Diálogos Interdisciplinares GEPFIP/UFMS/CPAQ

Grupo de Estudos e Pesquisa em Formação Interdisciplinar
de Professores

O DEBATE POLÍTICO ELEITORAL: UM OLHAR SOBRE SUAS CARACTERÍSTICAS E IMPLICAÇÕES

Ione Vier Dalinghaus
Universidade Federal de MS – Câmpus de Aquidauana

“A linguagem política dissimula para fazer as mentiras soarem verdadeiras e para dar aparência consistente ao puro vento”.

(George Orwell)

RESUMO

No âmbito dos estudos discursivos, discute-se neste artigo, o debate político eleitoral televisivo, abordando sua estrutura, sua origem, conceitos, características e as funções de seus participantes. O objetivo é elucidar a opinião pública, especialmente eleitores e candidatos a cargos políticos, sobre alguns pontos importantes a serem observados durante as campanhas eleitorais, a fim de que a escolha dos candidatos seja feita de forma mais crítica e consciente. Sob o amparo teórico de Braga (2006), Charaudeau (2013) e Kerbrat-Orecchioni (2006, 2014) e outros pesquisadores do discurso, apresentam-se detalhes sobre o quadro participativo e as ações que antecedem os tele debates políticos. Não se trata especificamente de uma análise de dados, mas de informações relevantes e recentes que podem auxiliar eleitores e candidatos a conhecer melhor o funcionamento desse tipo de evento discursivo, os denominados tele debates políticos, cuja origem costuma ser atribuída ao processo de evolução e consolidação da democracia e aos avanços tecnológicos. Este estudo pretende somar-se a pesquisas já existentes e instigar a outros estudiosos a investir nessa relevante temática, ainda carente de investigações.

Palavras-chave: Debate Político. Estudo discursivo. Candidatos e eleitores.

RESUMEN

En el ámbito de los estudios discursivos, se discute en este artículo el debate político electoral televisivo, abordando su estructura, su origen, conceptos, características y las funciones de sus participantes. El objetivo es aclarar la opinión pública, especialmente electores y candidatos a cargos políticos, sobre algunos puntos importantes a ser observados durante las campañas electorales, a fin de que la elección de los candidatos sea hecha de forma más crítica y consciente. Bajo el amparo teórico de Braga (2006), Charaudeau (2013) y Kerbrat-Orecchioni (2006, 2014) y otros investigadores del discurso, se presentan detalles sobre el marco participativo y las acciones que anteceden los teledebates políticos. No se trata



especificamente de un análisis de datos, sino de informaciones relevantes y recientes que pueden auxiliar a electores y candidatos a conocer mejor el funcionamiento de este tipo de evento discursivo, cuyo origen suele atribuirse al proceso de evolución y consolidación de la democracia y los avances tecnológicos. Este estudio pretende sumarse a investigaciones ya existentes e instigar a otros estudiosos a invertir en esa relevante temática, aún carente de investigaciones.

Palabras-clave: Debate Político. Estudio discursivo. Candidatos y electores.

1 INTRODUÇÃO

Considerando que, por meio do debate político, os eleitores têm a oportunidade de conhecer melhor os candidatos para decidir em quem votar e levando em conta que muitas vezes os próprios candidatos desconhecem a sistemática de um debate político, a proposta deste estudo é apresentar e discutir as especificidades desse tipo de evento discursivo. O que muitos telespectadores e políticos certamente ainda ignoram, são os detalhes do preparo que antecede os debates. Pensando nisso, é que se apresentam aqui informações essenciais com vistas à compreensão do que ocorre nos “bastidores”, dos procedimentos adotados durante os debates, das funções do mediador e dos efeitos de sentido que podem gerar certas atitudes dos candidatos, de acordo com as estratégias utilizadas em seu discurso. Dessa forma, pretende-se contribuir teoricamente para elucidar eleitores e debatedores. Para isso, buscou-se amparo teórico especialmente em Braga (2006), Charaudeau (2013) e Kerbrat-Orecchioni (2006, 2014).

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Considerados espaços de confronto de ideias, os debates políticos eleitorais proporcionam aos eleitores a oportunidade de comparar os posicionamentos dos candidatos concorrentes e alcançar conclusões mais contundentes a respeito deles. Para os candidatos, a relevância dos debates aumenta à medida que vai diminuindo o tempo de propaganda política gratuita na mídia, o que dificulta a divulgação de suas candidaturas e propostas.

Ao contrário do que ocorre na propaganda eleitoral gratuita no rádio e na televisão, durante os debates políticos televisivos os debatedores precisam dividir a atenção com seus adversários, respeitar os turnos de fala, saber defender-se de acusações, mas principalmente, tentar causar boa impressão diante dos eleitores, a parte mais interessada do programa. Uma das características que faz do debate político um evento discursivo interessante é o fator improvisado, pois o programa é ao vivo e os temas de discussão ocorrem geralmente por sorteio. Os questionamentos feitos pelos adversários exigem respostas imediatas e, por esta e outras



razões já apontadas acima, os debatedores precisam estar muito bem “afiados” para não colocar em risco a confiança dos telespectadores. Assim, além de preparo prévio e

de propostas consistentes, os debatedores necessitam de muito traquejo para elaborar respostas convincentes e muito equilíbrio para não depor contra si mesmos.

2.1 O debate político midiático: origem e definições

O termo *debate* deriva do verbo debater – discutir ou disputar algo – e remete à discussão e à controvérsia. É considerado um ato de comunicação, de caráter argumentativo, em que se discutem um ou mais temas que interessem à sociedade. Atribui-se a origem dos tele debates políticos ao processo de evolução e consolidação da democracia e aos avanços tecnológicos, mas reconhece-se neles, acima de tudo, um instrumento de conquista de votos. Os temas em pauta são geralmente de caráter polêmico. Assim, quanto mais consistentes os argumentos e quanto mais instigadores os temas debatidos, mais rico e interessante se torna o evento, podendo gerar competições entre os debatedores e empolgação ou revolta por parte do público telespectador.

Os debates políticos midiáticos costumam ser bastante tensos, por isso são frequentemente percebidos como “guerras metafóricas” ou “interações de caráter confrontador, espécies de guerras verbais [...] onde se trata, antes de tudo de atacar o adversário [...]” (KERBRAT-ORECCHIONI, 2014, p. 47). Em outras palavras, esse tipo de debate se caracteriza especialmente pela ausência da cortesia ou, mais provavelmente, pela própria descortesia, considerando-se os constantes ataques à face do candidato oponente. Um dos recursos bastante utilizados são as metáforas, pois além de enriquecer o discurso, facilitam a manipulação, uma vez que os eleitores menos esclarecidos podem não perceber a estratégia.

A noção de debate político-eleitoral como um evento em que predomina a agressão entre os participantes (KERBRAT-ORECCHIONI, 2014; CHARAUDEAU, 2013; SILVA, 2013) se justifica porque, nesse tipo de interação, é comum haver uma disputa muito grande entre os debatedores, em que cada qual quer que a sua opinião prevaleça. No tipo de confronto em que está em jogo a imagem dos participantes, os candidatos se preocupam em otimizar sua imagem¹, ameaçando, assim, a imagem de seus oponentes.

O debate político é definido, ainda, como:

¹ Goffman define face (imagem) como [...] um valor social positivo que uma pessoa efetivamente reivindica para si mesma através da linha que os outros pressupõem que ela assumiu durante um contato particular. A [face] é uma imagem do eu delineada em termos de atributos sociais aprovados [...] (GOFFMAN, 2012, p. 13).



[...] um tipo de texto/discurso argumentativo por excelência, visto que, ao estruturar-se em torno de dois ou mais eixos em conflito, desenvolve linhas argumentativas divergentes, que constroem contra-discursos com o objetivo de vencer/convencer os ‘adversários’ discursivos (BRAGA, 2006, p.42).

Esse tipo de interação verbal consiste, portanto, na troca de ideias, mas com o objetivo vencer, convencendo. Para o êxito dessa interação verbal e para que possa haver argumentação, é necessário que haja, pelo menos, dois participantes, duas posições antagônicas. Braga reforça que a televisão e os *sites* da Internet são, na contemporaneidade, os meios de comunicação mais habituais de organização e transmissão dos debates, especialmente os eleitorais.

Assim, definições de Kerbrat-Orecchioni, Charaudeau, Silva e Braga convergem quanto à situação de conflito entre os debatedores, isto é, quanto ao caráter confrontador que caracteriza esse tipo de evento discursivo. A principal razão desses ataques entre os adversários políticos é, certamente, a disputa pelo voto de cada um dos milhões de eleitores. Ressalta-se que quanto mais próximo à data das eleições, quanto mais acirrados ficam os debates. As pesquisas de intenção de voto também podem contribuir para aumentar a agressividade dos candidatos.

A partir do exposto até aqui, das diferentes definições apontadas e de outras literaturas não referenciadas neste estudo, entende-se que o *debate político televisivo* consiste em um evento comunicativo, de caráter argumentativo e político, organizado e regido por normas pré-estabelecidas, tendo como alvo o eleitor.

Quanto à participação nos debates políticos eleitorais televisivos, permite-se a interação entre dois ou mais debatedores que, por meio de diferentes estratégias verbais, não verbais e/ou paraverbais², defendem o seu ponto de vista e suas propostas, no intuito de convencer o público eleitor e, dessa maneira, derrotar o(s) seu(s) adversário(s). Trata-se, portanto, de uma discussão em que são apresentadas e defendidas as opiniões de cada candidato sobre temas que interessam, direta ou indiretamente aos telespectadores.

Cabe informar que diversos fatores contribuíram para que a mídia desempenhasse importante papel no processo de personalização das eleições presidenciais. Dentre eles estão as transformações históricas da televisão, a modernização do meio – a partir da década de 1960 – o desenvolvimento da programação e a mudança da composição social da audiência.

² Entre os procedimentos *paraverbais* estão as entonações, as pausas, a intensidade articulatória, a elocução, além das particularidades da pronúncia que acompanham as unidades linguísticas e são transmitidas pelo canal auditivo (KERBRAT-ORECCHIONI, 2006).



No entanto, ainda não há comprovações científicas que atestem os efeitos de interferência das mídias sobre a opinião pública (CHARAUDEAU, 2013). O que se constata entre os analistas são opiniões fragmentadas e divergentes.

2.2 A caracterização do debate eleitoral televisivo

Uma das especificidades apontadas para este tipo de interação é que a comunicação humana é representada como um teatro, em que o êxito depende do bom desempenho dos atores (políticos, mediadores, público presente). O discurso, na maioria das vezes improvisado, adquire mais uma característica do espetáculo teatral. Nesse sentido, segue uma síntese dos aspectos que podem caracterizar o debate político-eleitoral midiático:

- a existência de um quadro ‘participativo’ triangular, de que fazem parte pelo menos dois participantes, um moderador e um público;
- o papel fundamental do moderador para a regulação e estruturação do debate e das intervenções dos participantes;
- os papéis equilibrados, simétricos, equifuncionais dos participantes no debate;
- a importância do público em função do qual os participantes constroem a sua argumentação com vistas à persuasão (isotopicamente com vistas à vitória);
- o caráter pré-fixado e formal a que obedece o debate, em que estão à partida decididos o tema e a duração do debate, a ordem das intervenções, o número de participantes;
- o forte componente argumentativo, que funciona como arma verbal;
- a sua natureza dialógica, que assegura a sua especialização como um tipo de interação verbal (BRAGA, 2006, p. 35, texto adaptado).

Com essas características, os debates políticos são considerados verdadeiros “torneios oratórios” ou “espetáculos retóricos” (CHARAUDEAU, 2013, p. 282-283), pelo fato de neles se confrontarem opiniões públicas quase sempre divergentes. O autor considera a mídia como “uma máquina de captar o público” e vê os jornalistas como “máquinas de informar”. O analista não se refere apenas à televisão, mas a todo tipo de instância midiática, em que se encontram também os demais meios de comunicação. Lembra que essas empresas dependem de recursos financeiros, enfrentam concorrência comercial e, por isso, precisam seduzir o público, fazendo encenações.

Quando os debatedores entram em cena, geralmente tentam disfarçar a tensão e a ansiedade, no intuito de representar, da melhor forma possível, o papel que lhes foi



concedido. Assim, as comparações do debate político com o teatro se justificam, haja vista que, para conquistar a plateia, os atores (candidatos) utilizam os mais diversos recursos, sempre levando em conta os enunciatórios que, no contexto do debate político, certamente não são homogêneos. Esse fato torna ainda mais desafiante o papel do debatedor que, além de agradar seus partidários, precisa convencer os telespectadores, para que acreditem no seu plano de governo, nas suas promessas de campanha e o escolham como representante no cargo que disputa. Para tanto, toma certos cuidados, desde a forma de se vestir, de utilizar os turnos que lhe são concedidos, de interpelar os adversários – seja pelo olhar, pelos gestos, pelo tom da voz – e, especialmente, pela maneira de se dirigir aos alocutários indiretos, ou seja, os eleitores que aguardam ansiosos para tomar uma decisão.

Nesse tipo de discurso, a verdade nem sempre prevalece e uma prática frequente que observamos nos candidatos é a tentativa de construir a autoimagem sobre a desconstrução da imagem dos seus oponentes. Não raras vezes, eles se utilizam de dados estatísticos para mostrar que estão corretos e que o candidato oponente é quem está faltando com a verdade, porém, nem sempre esses dados são verídicos. Estão interessados mesmo, com esses dados, num efeito de verdade. É em razão dessas atitudes que o próprio ambiente em que acontece o debate com fins eleitorais nos remete a um palco, espaço em que os artistas representam. Se o “espetáculo” agradar e corresponder às expectativas dos telespectadores, estes retribuem com o voto, que corresponde aos aplausos no teatro.

Os debates televisivos são comparados também com eventos desportivos:

Assim como os eventos desportivos, os debates televisivos – principalmente aqueles que envolvem candidatos à presidência, por sua importância e capacidade de mobilização mediática – podem ser considerados combates regulamentados, precedidos de longas deliberações a respeito das “regras do jogo”. Sua periodicidade é fixa, e sua credibilidade assenta-se no fato de que se consideram iguais as chances de vitória dos oponentes. Ao final do encontro, a pergunta a ser respondida é sempre: ‘quem ganhou o debate?’ e o juiz do confronto é a audiência, que exerce também o papel de torcida (LEITE, 2003, p.02-03).

Considera-se pertinente a comparação do debate político presidencial com a lógica competitiva dos Jogos Olímpicos ou a Copa do Mundo, porém no debate, a decisão sobre o vitorioso cabe ao telespectador respaldado ou influenciado pela mídia, enquanto que, na competição desportiva, é o próprio atleta ou o time que precisa garantir a vitória. Neste caso, o público (a torcida) apenas assiste e torce para que a vitória aconteça, enquanto que, nas eleições, quem decide é o eleitor, telespectador.



Tradicionalmente, os debates políticos televisivos são realizados em estúdios divididos em duas partes: a cena ou palco, e a plateia. Em relação à composição do painel, este “deve dar a imagem de um equilíbrio democrático” (BOURDIEU, 1997, p.32), especialmente quando se trata de um debate político com a representação das principais facções ideológicas. O autor argumenta que um ambiente equilibrado poderia transmitir à opinião pública uma imagem de “isenção política”.

Ressalta-se que o local é geralmente o estúdio da emissora, mas pode variar de acordo com cada situação, assim como podem variar também as regras dos debates políticos. Nos programas de primeiro turno, o número de debatedores é sempre maior e, em termos gerais, os de segundo turno costumam ser mais polêmicos, pois o contexto situacional tende a ser mais tenso. Parte dessa tensão certamente se deve ao fato de os debatedores estarem ainda mais próximos do cargo público almejado, uma vez que o número de adversários é menor.

2.3 O quadro participativo do debate

Neste item, a discussão se volta para o denominado “quadro participativo”, os papéis interlocutivos, os diferentes tipos de receptores e o “tropo comunicacional” (KERBRAT-ORECCHIONI, 2006) num debate eleitoral televisivo.

O termo *quadro participativo* vem de Goffman (1981), resgatado por Kerbrat-Orecchioni (1990) para designar o número de participantes e o seu estatuto interlocutivo. Doury (1995) resumiu o referido *quadro participativo* em quatro “entidades”, ou seja, em no mínimo dois participantes ou debatedores, num moderador e no público. Em outras palavras, estabelece-se uma interação entre o mediador e cada um dos debatedores, entre esses e o público e entre os debatedores entre si. Essa interação verbal entre três ou mais locutores denomina-se *trílogue*, *triálogo*, ou ainda, *conversação triádica* (FÁVERO & AQUINO, 2002).

Para evitar situações de conflito na interação, cada participante da conversa precisa estar atento ao que é dito, respeitar a vez do outro, não transgredir os turnos e procurar não interferir de forma inconveniente. Quanto mais formal o contexto situacional, mais cuidado deveriam ter os interactantes, pois nesse tipo de contexto, as exigências das regras nas trocas comunicativas são bem maiores e, em certos eventos, o desrespeito a essas normas pode colocar em risco a reputação dos infratores. Aquele que as transgride, por exemplo, pode ser considerado descortês e corre o risco de ser penalizado pelos eleitores no pleito eleitoral.

Sabe-se que o equilíbrio de um debate político televisivo é controlado pelos organizadores, de maneira que, quando um dos participantes extrapola seu tempo, pode ser



repreendido pelo mediador para garantir a ordem do evento. Em estudo realizado a partir de um debate televisivo com políticos às vésperas das eleições municipais do ano 2000, e a partir de conversas espontâneas com três interactantes, tentou-se mostrar de que maneira se constituem os trílogos, como interagem os participantes e como evolui o quadro participativo.

[...] há uma formação triádica quando se toma para análise o conjunto de elementos sob o prisma do jogo de interesses: o mediador (que representa a emissora, interessado na audiência e no esclarecimento do público); os políticos (que precisam garantir o eleitorado para conseguirem a vitória nas urnas); o público (telespectador que precisa decidir/confirmar que quem votar); esse conjunto evolui para um duplo esquema triangular: o que se desenrola num estúdio entre debatedores e mediador e o que põe em cena dois debatedores diante de um público (telespectador); há formações triádicas regulares, assim por nós denominada em razão de se repetirem durante o desenvolvimento do debate: político + público vs. adversário, político 2 + público vs. adversário, observando-se a fórmula ‘dois contra um’. (FÁVERO & AQUINO, 2002, p. 175).

Entende-se, pois, que a tripla interação face a face consiste na troca comunicativa entre mais de dois interlocutores e reconhece-se a importância do público que, estando ou não presente no estúdio, é o principal destinatário ou enunciatário do programa. Sublinha-se ainda o papel dos debatedores e do mediador, próximo item a ser abordado.

2.4 O mediador e os participantes do debate

Também denominado “animador” ou “árbitro do combate”, esse profissional geralmente formado em Jornalismo, é escolhido e devidamente autorizado pela emissora que representa. A ideia do moderador como porta-voz do público silencioso partiu do sociólogo francês Pierre Bourdieu e tem papel fundamental no quadro participativo. Ele representa a figura do animador, é responsável pela organização do tempo dos turnos de fala e pelas perguntas lançadas aos participantes, dando-lhes direito às respostas, de acordo com a sequência previamente determinada, podendo interromper os candidatos quando esgotado o tempo de cada turno. Há, porém, outras funções acumuladas pelo moderador/mediador:

- a condução e o bom desenrolar do tema do debate;
- a referência às regras de emissão do programa;
- a alternância de vez e gestão dos tempos concedidos aos participantes;
- a concessão ou retirada da palavra;
- a suavização dos ânimos sempre que estes se alterem;



- o ajuste entre os conhecimentos dos participantes e os do público, no sentido de tornar acessível o conteúdo do debate ao maior número de telespectadores;
- a defesa dos interesses informativos do público não presente.
(DOURY, 1995, p.231, texto adaptado)

Assim como Charaudeau (2013) e outros autores já citados, Doury também considera dominante o papel do moderador, haja vista as suas responsabilidades como porta-voz do público, especialmente quando faz os ajustes das falas para que os telespectadores tenham melhor compreensão delas. Nos debates centrados em temas políticos, é compreensível que a participação do mediador seja menor, não por ser considerado menos importante, mas por uma questão de respeito às regras do programa.

Ao contrário do que se possa imaginar, a autonomia do moderador é limitada: “[...] mesmo que não seja este o seu desejo, o animador é prisioneiro de seu papel, que está mais a serviço do espetáculo que de uma democracia de opiniões”³ (CHARAUDEAU, 2013, p. 290). Com tais palavras, o autor dá a entender que o mediador não tem autonomia, suas ações são controladas, pois segue regras pré-estabelecidas pela emissora. Diante disso, fica preso ao seu papel de ator no espetáculo, representando a instância midiática, na medida em que concentra o poder de selecionar os convidados e conduzir o debate.

Kerbrat-Orecchioni (1990, p. 84) considera o moderador como o melhor ator do debate político. No entanto, a importância do papel do mediador depende muito do tipo de debate, das regras pré-estabelecidas. Vale lembrar que antes de ser um jornalista, o mediador é um cidadão como qualquer outro, portanto, está assumindo um papel, representando.

Já os candidatos de um debate político-eleitoral precisam ser convidados pela esfera midiática que o organiza. Ao aceitarem o convite da emissora, assumem também o compromisso de respeitar as regras pré-estabelecidas e contribuir para que os objetivos do programa sejam alcançados. Braga entende que, “ao tomar a palavra, cada participante institui-se como locutor, convocando vozes ou enunciadores que usa estrategicamente para a construção do seu *éthos* ou imagem pessoal” (BRAGA, 2006, p. 39)⁴. Ao mesmo tempo em que o candidato constrói seu quadro de locução, institui o seu alocutário. Portanto, quanto melhor for o seu desempenho, maiores são as chances de se eleger.

No que tange aos enunciatários, estes podem ser diretos ou indiretos. No intuito de mostrar como ocorre a interação nos debates com fins eleitorais, Erving Goffman (1981)

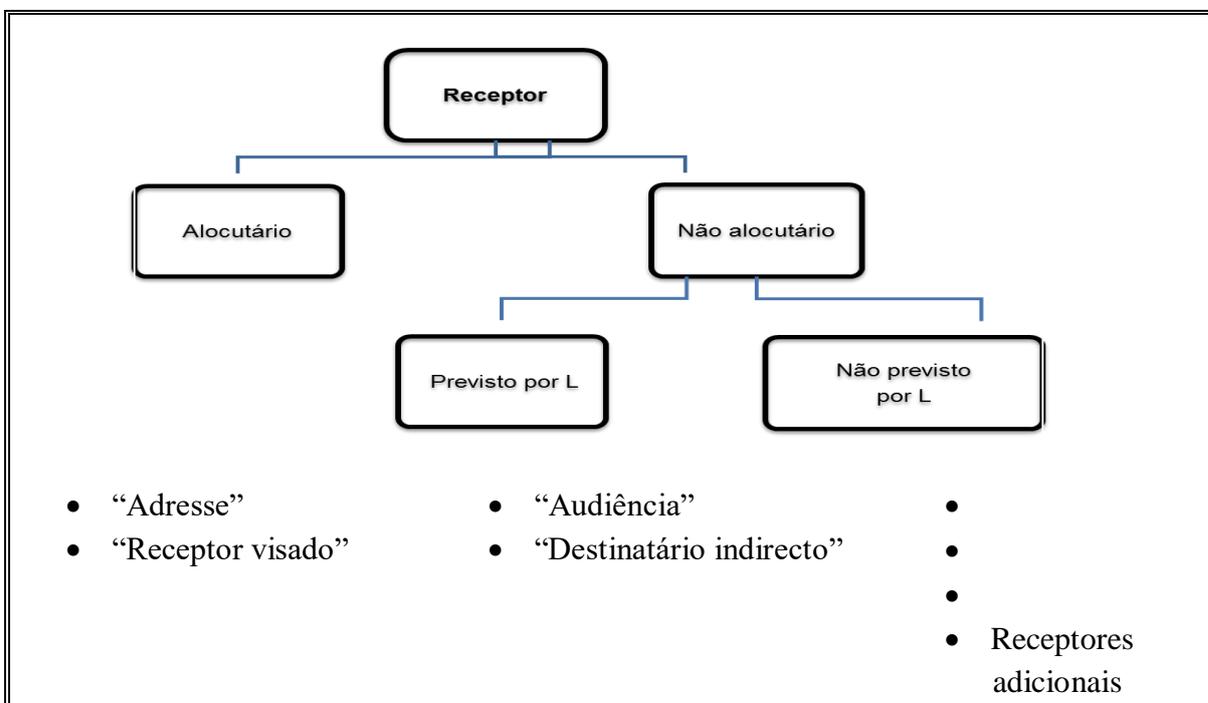
³ Citação original: “[...] aun cuando no lo desee, el animador es prisionero de un rol que está más a servicio del espectáculo que de una democracia de opiniones”.

⁴ A autora utiliza os termos *construção* e *desconstrução* da imagem ou do *éthos*, utilizados também na tese de Serralvo (2011) em que a autora analisa estratégias argumentativas utilizadas pelos presidentes Lula da Silva e Geraldo Alckmin Filho, na campanha de 2006. Esses termos são recorrentes em nosso estudo, especialmente na análise dos enunciados.



elaborou uma proposta, a qual foi retomada por Kerbrat-Orecchioni. O Fluxograma 1, a seguir, ilustra o estatuto participativo dos receptores na interação verbal, também denominados *enunciatários*.

Fluxograma 1 – Fluxograma alocação



Fonte: Kerbrat-Orecchioni (1990, p. 32)

No debate político televisivo, os enunciatários são considerados os destinatários reais ou nominais e podem ser classificados em alocutário e não alocutário (KERBRAT-ORECCHIONI, 1990). A autora distingue o conjunto de receptores (ouvintes), a partir de Goffmann (1967), como participantes ‘reconhecidos’ e ‘simples espectadores’. Os primeiros “fazem oficialmente parte do grupo conversacional, assim como atestado pelo ‘arranjo físico’ desse grupo e pelo comportamento não verbal de seus membros (distância na qual se posicionam, orientação do corpo e dos olhares)” (KERBRAT-ORECCHIONI, 1990, p. 90). Os demais (simples espectadores), como consta em outra obra da mesma autora (Idem, 2006, p. 28), “são somente as testemunhas de uma troca, da qual estão, em princípio, excluídos”. Nessa categoria, incluem-se receptores que Goffmann denominou ‘ocasionais’ – cuja presença é do conhecimento do enunciador –, e os ‘espíões’ ou intrusos que, ao contrário, se aproveitam do evento sem terem sido convidados. Quando Kerbrat Orecchioni (2006) nomeia os alocutários como “intrusos indiscretos” ou “espíões ilegais”, ela se refere a analistas do discurso ou telespectadores estrangeiros que acabam se beneficiando do evento para fins de estudos e pesquisas ou outras finalidades.



No entendimento de Doury (1995, p.229), o público telespectador, que costuma ser visto como alocutário indireto, fica no mesmo patamar do público presente, pois considera os telespectadores os verdadeiros destinatários da argumentação. Quanto aos não alocutários, considerados como “intrusos indiscretos” ou “espiões ilegais” (KERBRAT-ORECCHIONI,1990), esses podem ser previstos ou não previstos pelo locutor: no primeiro caso, constitui-se um destinatário indireto que, na maioria das vezes, está “presente fisicamente na situação comunicativa do debate televisivo, podendo, inclusive, ter possibilidade de resposta” (BRAGA, 2006, p. 42). A autora se refere a debates em que possam ocorrer participações do público presente ou dos telespectadores sob a forma de chamada telefônica para o programa.

Percebe-se, pelo exposto, o quanto é complexo definir quem são os alocutários e os não alocutários de um debate político, pois, “[...] ainda que os elementos linguísticos sejam indicativos de que o destinatário é o adversário político, este o é só aparentemente, pois, na realidade, o verdadeiro destinatário é o público” (FÁVERO E AQUINO, 2002, p. 163).

Trata-se, assim, de um jogo de interesses, uma constante manipulação. Sobre isso, Barros (2013, p. 75) explica que, nessas situações, há um jogo interacional de posições e atribuições de poder entre enunciador e enunciatário. É esse tipo de atitude que gera o que Kerbrat-Orecchioni (1990; 2006) denomina “tropo comunicacional”. A linguista explica que, às vezes, se cria um artifício ou um “estratagema enunciativo”, por meio do qual, o alocutário, diretamente convocado, acaba sendo um destinatário indireto ou “secundário”. Por isso, a segunda pessoa do discurso costuma ser a mais utilizada pelos debatedores ao dirigirem-se aos destinatários. Isso acontece tanto no cotidiano quanto no teatro e em interações não ficcionais.

Em consonância com os autores já mencionados, Braga (2006, p.16) afirma que:

O público, apesar de se ver reduzido à condição de espectador, representa, assim, o destinatário último e principal, exigindo pela parte dos “débatteurs” uma especulação a respeito da sua configuração em termos de estatuto socio-econômico, pressupostos ideológicos, experiências adquiridas e partilhadas e referências culturais. Trata-se, por isso, de uma coordenada fundamental a ter em conta pelos participantes no debate condicionando as suas estratégias de argumentação e a construção do seu éthos.

Em síntese, no debate político, o público é alocutário indireto quando o discurso do debatedor é dirigido ao seu adversário político, contudo, se considerado o debate como um



todo, esse mesmo público telespectador passa a ser alocutário direto, já que todo o preparo dos debatedores se dá em função dele. Visto dessa forma, “[...] o tropo é utilizado pelas personagens que se falam entre si; [...] mas o é, de maneira mais constante, num nível bastante distinto de comunicação, o da relação personagem/público” (KERBRAT-ORECCHIONI, 2006, p.31).

3 RESULTADOS E DISCUSSÕES

Os resultados deste estudo se limitam a comentários sobre as impressões desta pesquisadora diante dos aspectos apresentados em relação à proposta inicial.

As literaturas sobre o assunto em questão permitem inferir que, com o propósito de construir uma autoimagem positiva diante dos eleitores, os debatedores buscam estratégias específicas, as quais são rigorosamente selecionadas pela equipe que os apoia. Dessa maneira, grande parte do tempo da campanha política fica reservada para essa finalidade, haja vista que a vitória depende, sobretudo, do desempenho do candidato nos programas políticos, especialmente nos debates.

Ressalta-se a relevância em respeitar as regras do programa, uma vez que, deixar de fazê-lo certamente poderá diminuir o crédito dos candidatos junto ao público eleitor. Entende-se que, no papel de candidatos, os debatedores deveriam aproveitar o tempo que lhes é concedido para expor seu plano de governo e priorizar assuntos relevantes que realmente interessam ao eleitor. É óbvio que os temas são previamente selecionados e, posteriormente, sorteados de acordo com a regulamentação do programa, no entanto, dentro desses temas, poderiam ser explorados os tópicos que aumentem a credibilidade dos candidatos.

É por isso que existe um preparo por parte dos participantes. Antes de o programa ser levado ao ar, os candidatos costumam reunir a sua equipe de campanha, discutir questões e que possivelmente possam ser sorteadas e, acima de tudo, buscar argumentos convincentes. De acordo com Fávero e Aquino (2002, p. 172), “assim é que simulam o debate, selecionam estratégias, discutem com a assessoria do partido maneiras de se comportar durante a apresentação”.

O público eleitor facilmente percebe quando um dos participantes está despreparado para o evento, o que certamente reflete de forma negativa na hora da decisão do voto. No entanto, é difícil prever o que acontece em uma atividade interacional, principalmente quando se trata de um debate político-eleitoral. Por isso, por mais preparados que estejam os debatedores, eles necessitam improvisar.



O mediador, que também tem ideologias e opiniões próprias, precisa se conter para não as manifestar durante o programa. Ao contrário, muitas vezes, quando os temas selecionados pela emissora não o agradam, deve esforçar-se para desempenhar bem o seu papel, assim como os atores fazem para não prejudicar o “espetáculo”. Assim, espera-se desse profissional o máximo de neutralidade ou imparcialidade, ainda que isso nem sempre aconteça.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Embora este artigo não tenha tido o propósito de analisar dados específicos, a discussão sobre o debate político e sua constituição faz parte da tese de doutoramento em que se analisaram manifestações linguísticas dos candidatos à presidência da República brasileira, no segundo turno das eleições de 2014 (DALINGHAUS, 2016). A preocupação e a busca por informações sobre as especificidades de um debate político surgiram pela necessidade em compreender melhor certas manifestações enunciativas dos candidatos. Entende-se que essas informações são fundamentais não só para os analistas do discurso, mas especialmente para os eleitores, sobretudo, conhecer as estratégias e artimanhas utilizadas nos discursos políticos.

Diante do exposto neste trabalho, ficou evidente que num debate político televisivo tudo é criteriosamente organizado e planejado, de maneira que os debatedores se preparam muito para enfrentar seu ou seus adversários e construir uma imagem positiva diante do público eleitor. Para obter êxito em seu discurso, o político precisa escolher as estratégias mais adequadas para convencer os eleitores, mas ao mesmo tempo, evitar a transgressão das regras dos programas. Os eleitores, por sua vez, necessitam conhecer essas estratégias para melhor identificar o candidato que realmente possa representá-lo.

Conhecendo as regras e as características do programa, as funções do mediador e outros detalhes discutidos neste artigo, é notável também que participar de um debate político eleitoral televisivo não é tarefa fácil, sobretudo se o candidato está em início da carreira política, sem muita experiência com a mídia. O objetivo deste trabalho foi justamente esclarecer a opinião pública sobre os procedimentos adotados nesse tipo de evento discursivo, que normalmente atrai os telespectadores/eleitores. Quanto aos debatedores, é de suma importância que, antes de participar de eventos discursivos como o debate político, conheçam as regras e as demais especificidades desse tipo de interação, para obter êxito em seu discurso.

Nesse sentido, talvez seja pertinente consultar um artigo recém publicado (DALINGHAUS, 2018), em que se analisam e interpretam algumas intervenções linguístico-



discursivas de Dilma Rousseff e Aécio Neves, durante um dos debates de segundo turno à presidência em 2014. O estudo evidencia as estratégias utilizadas pelos debatedores para mostrarem-se corteses, mas cuja análise revela uma cortesia apenas aparente.

Considerando-se ser o debate político um tema de estudos recentes, acredita-se que este artigo cumpre a função a que se propôs e sugere-se novas pesquisas que contribuam no sentido de esclarecer as estratégias e artimanhas utilizadas no discurso político, especialmente nos debates políticos televisivos às vésperas de pleitos eleitorais.

REFERÊNCIAS

BARROS, Diana Luz Pessoa de. Política e Intolerância. In: *Linguagem e Política: princípios teórico-discursivos*. São Paulo: Contexto, 2013. p. 71-92

BOURDIEU, Pierre. *Sobre a televisão*. Oeiras: Celta, 1997.

BRAGA, Daniela. Prós e Contras: o debate político televisivo como sub-gênero/sub-tipo de interação verbal. *Revista Galega de Filoloxía*. A Coruña: Área de Filoloxía Galega e Portuguesa. Coruña: Universidade da Coruña, 2006. p. 05-29.

CHARAUDEAU, Patrik. *Discurso político*. 2 ed. S. Paulo: Contexto, 2013.

DALINGHAUS, Ione Vier. *Da cortesia à descortesia: análise linguístico-interacional de um debate político televisivo*. (tese de doutorado). UPM – Universidade Presbiteriana Mackenzie. São Paulo, 2016. Disponível em:
<<http://tede.mackenzie.br/jspui/handle/tede/3051>> Acesso em 04 de jun. 2018.

_____. É possível ser cortês num debate político às vésperas das eleições? *Cadernos de Pós-Graduação em Letras*, v. 18, n. 2, p. 214-230, 2018. doi:10.5935/cadernosletras. v18, n2, p. 214-230

DOURY, Marianne. Duel sur la cinq: dilogue ou trilogue? In: Plantin, C. et Kerbrat-Orecchioni (org). *Le Trilogue*. Lyon: Presses Universitaires de Lyon, 1995.

FÁVERO, Leonor Lopes; AQUINO, Zilda Gaspar O. A dinâmica das interações verbais: o trílogo. In: PRETI, Dino (Org.). *Interação na fala e na escrita*. São Paulo: Humanitas, 2002. p.159-177.

GOFFMAN, Ervin. *Interaction ritual*. Nueva York: Pantheon Books, 1967.

_____. *Forms of Talk* (Conduct and Communication). New York: Paperback, 1981.

_____. *Ritual de Interação: ensaios sobre o comportamento face a face*. Traduzido por Fábio Rodrigues Ribeiro da Silva Petrópolis, RJ: Vozes, 1. ed. 2012.

KERBRAT-ORECCHIONI, Catherine. *Les interactions verbales: Approche interactionnelle et structure des conversations*. Paris: Armand Colin, 1990.



_____. *Análise da conversação: princípios e métodos*. Tradução Carlos Piovezani Filho. São Paulo: Parábola, 2006.

_____. Polidez e Impolidez nos debates políticos televisivos: o caso dos debates entre dois turnos dos presidentes franceses. In: SEARA, Isabel Roboredo. *Cortesia: olhares e (re) invenções*. Lisboa, DF: Chiado Ed., 2014. p. 47-82.

LEITE, Janaina Frechiani Lara. Os presidenciáveis no ringue eletrônico: Apontamentos sobre a história dos debates presidenciais televisivos. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação (XXVI), 2003, Belo Horizonte, *Anais...* Belo Horizonte, 2003. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2003/www/pdf/2003_NP10_leite.pdf> Acesso em: 17 dez. 2014.

SERRALVO, Flávia Siqueira. *O jogo de máscaras na cena política: construção e desconstrução do éthos em debate presidencial televisivo*. Tese (Doutorado em Letras)– Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2011.

SILVA, Luiz Antônio da. Descortesia e (des)construção da imagem pública. In: PRETI, Dino; LEITE, Marli Quadros (orgs). *Comunicação na fala e na escrita*. São Paulo: Humanitas, 2013. p. 93-120.