

Artigo / Article

Manipulação de factos e de opiniões. O debate presidencial entre Marcelo Rebello de Sousa e André Ventura (2021)

*Manipulation of Facts and Opinions. The Presidential Debate between
Marcelo Rebello de Sousa and André Ventura (2021)*

Ana Cristina Braz 

Universidade NOVA de Lisboa-CLUNL, Portugal
Universidade Aberta, Portugal

ana.braz@uab.pt

<https://orcid.org/0000-0002-2818-9699>

Isabelle Simões Marques 

Universidade NOVA de Lisboa-CLUNL, Portugal
Universidade Aberta, Portugal

isabelle.marques@uab.pt

<https://orcid.org/0000-0002-3155-3762>

Recebido em: 30/11/2022 | Aprovado em: 05/02/2023

Resumo

O presente trabalho tem como objetivo primordial realizar uma análise linguístico-discursiva das estratégias de argumentação e de persuasão predominantes no debate de 06 de janeiro de 2021 para as eleições presidenciais em Portugal, evidenciando as estratégias de manipulação dos locutores e candidatos. Debruçamo-nos sobre a natureza dos objetos de manipulação, assim como sobre as configurações que essa manipulação assume no género discursivo em questão e respetivas finalidades. Examinamos o apelo às emoções, aos valores e à mudança realizado pelos dois candidatos. São objeto de estudo as imagens (*ethos*) que os adversários políticos constroem de si e do outro no e pelo discurso, as emoções (*pathos*) que suscitam as suas palavras, os principais valores axiológicos dos lexemas e expressões utilizados, e os modos de refutação de factos e pontos de vista convocados. Este estudo insere-se na perspetiva da análise do discurso, assim como no quadro do estudo da argumentação, nomeadamente da argumentação no discurso político.

Palavras-chave: Eleições presidenciais • Análise do discurso • Estratégias de argumentação e persuasão • Ethos • Pathos

Abstract

This work aims to propose a linguistic and discursive analysis of the argumentation and persuasion strategies predominant in the debate of January 6, 2021 for the presidential elections in Portugal. The study focuses on the manipulation strategies of the speakers and candidates. We focus on the nature of manipulation objects, as well as on the configurations that this manipulation assumes in the discursive genre in question and its purposes. We examine the appeal to emotions, values and change made by the two candidates. The objects of study are the images (ethos) that political opponents build of themselves and the other in and through discourse, the emotions (pathos) that their words arouse, the main axiological values of the lexemes and expressions used, and the modes of refutation of facts and points of view convened. This study is part of the perspective of discourse analysis, as well as the framework of the study of argumentation, namely argumentation in political discourse.

Keywords: Presidential elections • Speech analysis • Argumentation and Persuasion Strategies • Ethos • Pathos

Introdução

A política, enquanto arte de governar e dirigir o Estado, concretiza-se não só em medidas concretas, mas exerce-se também, e em grande medida, através do uso da palavra, nomeadamente da palavra pública. A televisão constitui um dos espaços privilegiados de acesso ao discurso político e assume-se, particularmente antes da realização de eleições, como um importante veículo de divulgação dos projetos e posições políticas dos candidatos. Ao transmitir um determinado *ethos* dos agentes políticos contribui para a formação da opinião dos eleitores, podendo influenciar o seu sentido de voto. Em sintonia com Charaudeau (2005), destacamos o facto de o discurso político circular num espaço público composto por três esferas que interagem: a esfera política, a esfera mediática e a esfera dos cidadãos, da opinião pública. A esfera mediática, mediadora entre a política e os cidadãos, desempenha um papel cada vez mais relevante na formação da opinião e no destino político de um país¹.

Sendo o debate político intrinsecamente argumentativo e persuasivo, procedemos a uma análise linguístico-discursiva das estratégias de argumentação e de persuasão mais recorrentes no debate televisivo dos candidatos Marcelo Rebelo de Sousa e André Ventura às eleições presidenciais de janeiro de 2021 em Portugal. O debate em apreço opôs o então Presidente da República, posteriormente eleito para um segundo mandato, e um deputado da Assembleia da República, membro do partido Chega. A nossa análise incide particularmente nas estratégias de manipulação de que se servem ambos os locutores. Averiguamos a natureza dos objetos de manipulação (factos e/ou opiniões) e debruçamo-nos sobre as configurações que essa

¹ Veja-se o poder das redes sociais e da *internet*, em geral, enquanto espaço de fabricação de informação, muitas vezes de veracidade duvidosa, e de formação da opinião pública.

manipulação assume no género discursivo em questão, assim como sobre as respetivas finalidades. Verificaremos que os argumentos apresentados por ambos os candidatos se sustentam ora em factos (ação, evento que teve lugar e que pode ser verificado) ora em opiniões, i.e., juízos de valores emitidos.

São ainda objeto de estudo as imagens (*ethos*) que os adversários políticos constroem de si e do outro no e pelo discurso, as emoções (*pathos*) que suscitam as suas palavras, os temas discursivos predominantes, os principais valores axiológicos dos lexemas e expressões utilizados, tal como os modos de refutação de factos e pontos de vista convocados nas diferentes trocas verbais. O nosso trabalho insere-se na perspetiva da análise do discurso (Kerbrat-Orecchioni, 2005), assim como no quadro do estudo da argumentação, nomeadamente da argumentação no discurso político, na linha de Amossy (2012) e Plantin (1996), considerando ainda as contribuições de Charaudeau (2005; 2008; 2016) sobre o discurso político e de Marques sobre o discurso político português (2007; 2009; 2011; 2013).

1 Caracterização do género e do subgénero discursivos

O debate² político eleitoral e mediatizado, decorrendo no caso em apreço numa estação de televisão que o difunde a um vasto público³, apresenta características próprias. Trata-se de um género dialogal oral que opõe dois adversários políticos que esgrimem argumentos com vista a conquistar a adesão dos telespetadores ao seu discurso e à sua pessoa⁴. A situação de comunicação caracteriza-se pela formalidade e pela relação interpessoal simétrica, na medida em que ambos os locutores debatem enquanto candidatos à Presidência da República. Não obstante, no debate que aqui nos ocupa, o candidato Marcelo Rebelo de Sousa ocupa uma posição de vantagem em relação a André Ventura, uma vez que é o atual Presidente da República, ao passo que Ventura é o líder de um partido político recentemente criado. O debate político eleitoral representa um momento alto na campanha eleitoral, podendo ser determinante na escolha do eleitorado e, por conseguinte, nos resultados eleitorais. Os cidadãos aguardam habitualmente os debates eleitorais com grande expectativa, a fim de determinarem o seu sentido de voto. É, por isso, uma oportunidade única para os candidatos mostrarem aos cidadãos indecisos que são a opção certa.

O debate político é intrinsecamente polémico. Nele são confrontados pontos de vista e posições ideológicas divergentes, consubstanciadas em interações de carácter agónico e

² Kerbrat-Orecchioni (2017, p. 16): “une interaction peut être qualifiée de débat à partir du moment où elle se présente comme la confrontation publique de points de vue au moins partiellement divergents sur l’objet (ou les objets) de discours, accompagnée du désir manifesté par chaque débateur de l’emporter sur l’adversaire”.

³ Os meios de comunicação social desempenham um papel capital na mediação entre os cidadãos e os políticos, sendo uma das fontes de informação preferenciais sobre as propostas dos candidatos.

⁴ Outras finalidades do debate eleitoral, que confluem para o seu fim último (a escolha de um candidato), são a informação e o esclarecimento dos cidadãos sobre as propostas e as posições dos políticos. (Cf. Marques, 2005, p. 48).

dissensual. O dispositivo cénico, em que dois adversários políticos se encontram frente a frente, favorece a agonidade e o confronto direto, plasmados frequentemente em atos de fala ameaçadores para a face (*face threatening acts*⁵), como as interrupções, as refutações, as acusações, as desqualificações e os protestos. Para além da componente verbal, os elementos de natureza paraverbal e não verbal contribuem fortemente para a eficácia da persuasão. As imagens revestem-se, em televisão e na política, de um papel fulcral na persuasão⁶. A par das imagens, as emoções revelam-se igualmente determinantes na política atual, marcada muitas vezes pela mediatização e pela vedetização⁷ das figuras do mundo político. Na construção das emoções assumem papel de destaque não só as estruturas sintáticas empregues, como também o valor semântico-pragmático dos lexemas e expressões e os indicadores prosódicos (entoação, ritmo de fala, pausas, etc.) e não verbais (mímica, gestos e postura).

2 Enquadramento teórico-metodológico

Na argumentação, a par do *logos*, (a dimensão cognitiva da argumentação, baseada na razão e na demonstração), o *ethos* (a imagem de si que o locutor constrói) e o *pathos*⁸ (as paixões ou emoções que o discurso suscita) contribuem de forma decisiva para a eficácia do discurso. O *ethos* resulta de uma combinação das imagens construídas no e pelo discurso (*ethos* discursivo) com as imagens prévias, anteriores à enunciação (*ethos* pré-discursivo)⁹, sendo estas ancoradas não só em discursos anteriores, mas também em comportamentos e atitudes, e podendo assumir a forma de representações sociais e estereótipos. Maingueneau (1999, p. 91) distingue ainda o *ethos* dito (explicitado pelo locutor) do *ethos* mostrado ou transmitido.

No que diz respeito ao discurso político, podemos agrupar os diversos tipos de imagens em duas grandes classes, na linha de Charaudeau (2005): os *ethe* de credibilidade e os *ethe* de identificação. Do *ethos* de credibilidade fazem parte o *ethos* de seriedade, de virtude, honestidade ou retidão e de competência. No *ethos* de identificação, da ordem dos afetos, o linguista inclui o *ethos* de potência, o *ethos* de caráter, o *ethos* de inteligência, o *ethos* de humanidade, o *ethos* de chefe/guia e o *ethos* de solidariedade¹⁰. Tal como as imagens, as emoções, enquanto juízos de valor avaliativos, podem ser expressas verbalmente (emoções ditas), como objeto de discurso, ou inferidas¹¹. Manipular o alocutário e o destinatário do discurso através do efeito patémico criado constitui uma das mais poderosas estratégias de

⁵ Vd. Brown & Levinson (1987).

⁶ Kerbrat-Orecchioni (2017, p. 311) destaca a importância da imagem em política nos nossos dias: “ Dans la vie politique contemporaine, il semble pourtant que la « bataille des images », relevant de l'éthos, soit devenue plus importante que la « bataille des idées » relevant du logos.”

⁷ Cf. Marques (2017, p. 10).

⁸ A tradição retórica aristotélica assenta na tríade *logos – ethos – pathos*.

⁹ Ver Maingueneau (1999, p. 78).

¹⁰ Cf. Charaudeau (2005, p. 91-128).

¹¹ Cf. Plantin (2011).

persuasão. Walton (1992), afirma que a emoção tem um lugar legítimo e até tão importante quanto os argumentos num diálogo que visa convencer o outro¹². Arriscamos mesmo dizer que as emoções, os instintos emocionais, são mais determinantes do que a razão/ o *logos* na persuasão, pois as emoções mostram-se mais dificilmente argumentáveis e questionáveis.

Desta forma, a verdade não é o único valor que conta na esfera política. Como indica Monod (2017), é preciso refletir sobre o que denominamos de “opinião pública, partilhada” (ou *doxa*)¹³ e a sua relação com a verdade, pois os factos informam as opiniões e as opiniões devem respeitar a verdade factual¹⁴. O autor distingue duas formas de pós-verdade: a primeira, denominada de “pós-verdade por indiferença” ou indistinção, que não se preocupa em verificar a legitimidade das fontes e crê que a opinião pessoal vale tanto quanto os factos, e a segunda, que consiste na construção propositada de falsas informações. Os média e a *internet*, particularmente as redes sociais, são fatores inegáveis na disseminação do que o autor chama de “império do falso”, muitas vezes usados em política por um populismo cínico e indiferente à verdade e que assenta a sua posição no ressentimento das classes populares e médias contra o conjunto das “elites” (sejam elas intelectuais ou do Estado) para promover o desmantelamento do estado social. Este tipo de pensamento, que não esconde o seu anti-intelectualismo e indiferença às ciências, mescla propositadamente o verdadeiro e o falso.

Segundo Charaudeau (2011), haverá populismos classicistas ou etnicistas; populismos nacionalistas, mais ou menos autoritários, jogando com a identidade nacional e a segregação; populismos neoliberais; populismos de circunstância, expressando-se em campanhas eleitorais com formulações demagógicas para seduzir as massas¹⁵. Distinguímos alguns traços ou características relevantes do discurso populista de André Ventura para este trabalho: a importância da retórica, da presença de um líder carismático e dos seus diferentes *ethes*, a importância da deslegitimação da classe política, do nacionalismo, a importância dos media para a disseminação das suas ideias e do seu programa eleitoral. Podemos afirmar que Ventura é um *leader* carismático que veicula um forte *ethos* ligado ao poder, devido ao seu sucesso profissional e à sua atitude, por vezes, considerada como politicamente incorreta.

Nesta ordem de ideias, o populismo, representado na figura do deputado André Ventura, é uma estratégia de conquista ou de exercício do poder através de um discurso que retoma a

¹² “The idea [...] is that appeals to emotion have a legitimate, and even important place as arguments in a persuasive dialogue, but they must be treated with caution because they can also be used misleadingly” (WALTON, 1992, p. 1). Sabemos, desde Platão, que, no que diz respeito à política, a questão relacionada com a veracidade dos discursos produzidos é pouco relevante, uma vez que qualquer discurso pode influenciar ou até mesmo seduzir a maioria de uma sociedade (JSSELING, 1978).

¹³ Segundo Charaudeau (2016, p. 34), a “opinion collective (...) est davantage de passion que de raison”.

¹⁴ Note-se que, não só as opiniões, como também os factos, são uma construção discursiva.

¹⁵ “On tirera quelques points communs : (i) le populisme naît d'une rencontre entre des mouvements populaires et leur récupération par un discours qui se veut proche du peuple ; (ii) le populisme, malgré un discours de défense des valeurs, agrège des individus à pensées et intérêts divers, ce qui finit par produire une pensée hétéroclite ; (iii) le populisme est en effet un problème pour la démocratie, parce qu'il y est à la fois inscrit et combattu” (CHARAUDEAU, 2011, p. 33).

cenografia do discurso político, radicalizando o imaginário: a denúncia da desordem social é exacerbada numa crise em que o povo é a principal vítima, a crítica dos responsáveis torna-se diabolização dos culpados; a defesa dos valores é feita num discurso de exaltação paroxística e o líder constrói uma imagem de salvador providencial (ver Charaudeau, 2013, p. 37).

Por fim, como indica Charaudeau, (2005), todo o discurso político obedece a um contrato de comunicação entre quatro entidades, a saber: a “instância de poder” que deve saber cativar o público, jogando com a razão e os sentimentos, a “instância cidadã” (democracia representativa), a “instância adversária” que surge como rival do poder em exercício, com as mesmas armas discursivas deste, e a “instância mediática” que garante a circulação do discurso político, transformando-o por meio de procedimentos de simplificação e focada na audiência, o que lhe confere uma certa responsabilidade nas imagens que difunde das figuras políticas.

3 Descrição do corpus

O *corpus* de análise consiste no debate televisivo do dia 06 de janeiro de 2021 para as eleições presidenciais portuguesas. Nesse debate eleitoral, transmitido em direto pela estação de televisão privada portuguesa, SIC, e que teve a duração de 34 minutos, opuseram-se os candidatos Marcelo Rebelo de Sousa - Presidente da República em funções e candidato a um segundo mandato - e André Ventura, deputado da Assembleia da República e candidato pelo partido Chega¹⁶, partido considerado de extrema-direita¹⁷. O debate revestiu-se de uma importância particular por colocar frente a frente o candidato mais bem posicionado para vencer as eleições e um dos candidatos mais mediáticos pelas suas posições político-ideológicas polémicas. Quanto aos resultados, Marcelo Rebelo de Sousa venceu as eleições com 60% dos votos e André Ventura ficou em 3º lugar, com quase 12% dos votos¹⁸. De acordo com o sorteio, Marcelo iniciou o debate e Ventura encerrou-o.

4 Convenções de transcrição

Na transcrição dos excertos em análise, inspiramo-nos nas normas propostas por Sandré (2013), com algumas adaptações, como se ilustra no Quadro 1.

¹⁶ O debate está disponível em <https://sicnoticias.pt/especiais/eleicoes-presidenciais/2021-01-06-Marcelo-vs.-Ventura.-O-debate-na-integra>. Acesso em 25 jul 2023

¹⁷ Marcelo Rebelo de Sousa foi Professor catedrático de Direito, jornalista e comentador político, líder do PSD (entre 1996 e 1999) e venceu as eleições presidenciais de 2016. André Ventura é político, professor universitário, ex-comentador desportivo, deputado na Assembleia da República Portuguesa e presidente do Partido CHEGA. Ventura define-se como liberal a nível económico, nacionalista e conservador. As suas posições políticas são vistas como de extrema-direita, sendo assim considerado o primeiro deputado dessa índole com um lugar na Assembleia da República portuguesa.

¹⁸ Cf. <https://www.eleicoes.mai.gov.pt/presidenciais2021/resultados/globais>. Acesso em 25 jul 2023

Quadro 1. Convenções de transcrição

Símbolo	Significado
↑	entoação ascendente
↓	entoação descendente
----	alongamento fónico
/////	ritmo rápido
//	ritmo lento
^	acentuação de uma sílaba ou palavra
+	pausa breve
++	pausa média
+++	pausa longa

Fonte: Formulação própria a partir de Sandré (2013).

5 Análise do corpus

O debate organizou-se à volta de vários temas/casos¹⁹, alguns dos quais geraram momentos de acesa discussão, de grande tensão e polemicidade. Partindo da definição do verbo “manipular” no dicionário Priberam on-line (‘intervir no desenvolvimento de determinado sistema ou processo, com vista à alteração da sua evolução natural; condicionar, influenciar, geralmente em proveito próprio; adulterar, falsificar’)²⁰, seleccionámos alguns segmentos do debate em que a manipulação – de factos e/ou de opiniões – nos pareceu mais evidente.

O primeiro excerto sobre o qual nos debruçamos constitui um dos momentos de maior tensão do debate e o primeiro de dois momentos em que André Ventura faz uso da fotografia como meio de prova, apresentando os dados como irrefutáveis. O candidato do Chega mostra uma fotografia de Marcelo com populares no bairro da Jamaica (Figura 1), um bairro social do Seixal, que Ventura qualifica abertamente de “bandidos”.

- (1) André Ventura: Nesta fotografia, o candidato Marcelo Rebelo de Sousa juntou-se com + **bandidos**, um deles é um bandido verdadeiramente, que tinham atacado uma esquadra policial + e quando o Presidente Marcelo Rebelo de Sousa foi + ao Bairro da Jamaica foi visitar os **bandidos**, não foi visitar as polícias. **Eu + represento a direita**, não a direita ↑ que está de mãos dadas com o Partido Socialista, mas a direita que

¹⁹ Os temas debatidos foram a delinquência e a fotografia que Marcelo tirou no bairro social da Jamaica com um suspeito de crime e sua família; a pena de morte e a prisão perpétua; a independência do Presidente da República na gestão das decisões do governo, a sua não atuação ou ingerência neste aspeto, não se opondo ao governo em determinados assuntos; os incêndios de Pedrógão Grande, em 2017, a foto que Marcelo tirou com uma vítima dos mesmos, a reconstrução das casas das vítimas dos incêndios; a libertação dos reclusos durante o primeiro estado de emergência devido à Covid-19; e o regime político presidencialista que Ventura defende.

²⁰ Disponível em: <https://dicionario.priberam.org/manipular>. Acesso em 25 jul 2023.

nunca ↑ vai deixar os polícias, as forças de segurança estarem sozinhas. ↑ E esta fotografia não engana ↑ porque esta fotografia que está aqui [...] não foi tirada depois na esquadra de polícias, foi tirada só ++, entre aspas, e vão-me desculpar a linguagem, à **bandidagem**. [...] **Eu não tenho medo de ser politicamente incorreto, de lhes chamar os nomes que têm de ser chamados e de dizer o que tem de ser dito**²¹ +. (9'30)

Figura 1. Primeira fotografia exibida por André Ventura



Fonte: SIC (2021).

Tendo por base a fotografia que exhibe e o seu valor testemunhal, que André Ventura faz questão de evocar (“esta fotografia não engana”), o deputado denuncia a atitude do seu adversário, da qual se distancia. No discurso insultuoso para com as pessoas a quem Marcelo se junta na foto, Ventura faz uso de um registo de língua popular, com lexemas de conotação fortemente depreciativa, como “bandidos” e “bandidagem”, termos que retoma em vários momentos da sua tomada de palavra, insistindo na depreciação. A crítica é reforçada pela modalidade epistémica de certeza, consubstanciada no advérbio de afirmação “verdadeiramente”, que apresenta a categorização de “bandidos” como um facto irrefutável. É com base neste pressuposto, que Ventura expõe como um dado adquirido, inquestionável, que fundamenta a sua desqualificação de Marcelo. Ora, como mais tarde se veio a verificar na ação judicial entreposta pela família injuriada a Ventura por ofensas ao direito à honra e à imagem, causa que a mesma ganhou²², este manipulou um facto, qualificando abusivamente toda a família de “bandidos”, sustentando, assim, a sua argumentação numa não-verdade, cuja autenticidade não foi averiguada. Ventura infringe, portanto, a máxima de qualidade de Grice (1975), que advoga que não se deve dizer o que se acredita ser falso nem aquilo que não se pode provar. Num estilo discursivo frontal, direto (“Eu não tenho medo de ser politicamente incorreto, de lhes chamar os nomes que têm de ser chamados e de dizer o que tem de ser dito”), recorre à lítotes para intensificar a crítica (“esta fotografia (...) foi tirada só, entre aspas (...) à bandidagem”). Declarando que o Presidente se associou aos “bandidos” e não aos polícias, numa clara classificação dicotómica da sociedade entre os bons e os maus, Ventura veicula uma imagem negativa do seu adversário, a fim de o descredibilizar perante os eleitores.

²¹ Os sublinhados são nossos.

²² André Ventura foi obrigado a pedir desculpas publicamente à família alvo da difamação.

Marcelo reage à acusação, contra-argumentando:

- (2) Marcelo Rebelo de Sousa: “Ora bom, a minha direita é uma direita social. É uma direita que não + distingue os portugueses entre os bons e os bandidos. [...] isso é o contrato da **inclusão**. [...] **Um candidato presidencial deve ser um integrador** [...] [O Presidente da República] vai, vai, vai e não discrimina [...]. Aquilo não é um caso de polícia. A Jamaica é um caso social +, é um caso social, é um caso de injustiça social. [...] Eu tive muitas fotografias em esquadras de polícias” (10’42)

Neste excerto, Marcelo Rebelo de Sousa justifica o seu comportamento, demarcando-se ideologicamente do adversário cuja direita se distingue da sua (note-se a dicotomia “minha direita” vs “sua direita”) e transmitindo um *ethos* de integração (“Um candidato presidencial deve ser um integrador”) e de inclusão.

Outro momento de alta tensão no debate, talvez o mais tenso porque emocionalmente mais intenso, em que o *pathos* atinge o seu auge, é aquele em que Ventura exhibe novamente uma fotografia (Figura 2), como um verdadeiro trunfo. Trata-se de uma fotografia de Marcelo, enquanto Presidente da República, que abraça uma das vítimas dos incêndios de Pedrógão Grande, no seu carro, a chorar. Relembre-se que os incêndios de Pedrógão Grande em junho de 2017 constituíram uma verdadeira tragédia nacional, onde mais de 60 pessoas perderam a vida.

Figura 2. Segunda fotografia exibida por André Ventura



Fonte: SIC (2021).

- (3) André Ventura: [...] e desculpe lá, eu hoje não quero chatear muito os telespetadores com isto, mas eu gostava de lhe mostrar outra coisa, Sr. Presidente +, se reconhece esta fotografia também ++ e quero-lhe perguntar honestamente. (23’20)

Ventura prepara a sua acusação e o momento de grande tensão emocional, iniciando a sua intervenção por um ato verbal de cortesia não sincera (“desculpe lá”), pela figura da preterição (“eu hoje não quero chatear muito os telespetadores com isto, mas eu gostava de lhe mostrar outra coisa”) e pela pergunta retórica dirigida ao seu adversário.

(4) Marcelo Rebelo de Sousa: Sim, reconheço.

André Ventura: E reconhece porque esteve lá.

Marcelo Rebelo de Sousa: Estive lá.

André Ventura: E não lhe estou a imputar responsabilidade direta, + mas o Sr. Presidente exigiu ao governo que resolvesse **problemas de pessoas como esta, que é o Sr. Manuel Nascimento**. O sr. Manuel Nascimento morreu + nos fogos de Pedrógão... (21'28)

Elegendo o caso concreto do sr. Manuel Nascimento, ilustração eloquente da tragédia humana dos acontecimentos que evoca, Ventura recorre à estratégia do argumento pelo exemplo para generalizar a situação que denuncia e conferir-lhe valor de um facto.

(5) Marcelo Rebelo de Sousa: Eu sei...

André Ventura: ... sem ver a sua casa reconstruída...

Marcelo Rebelo de Sousa: Eu sei...

André Ventura: ... sem ver...

Marcelo Rebelo de Sousa: (sobreposição de vozes) E eu lutei por isso + permanentemente. Sabe que eu lutei por isso permanentemente. (sobreposição de vozes) A família dele pode dizer que eu estive em contacto **sempre** ↑ com ele. **Sempre**.

André Ventura: Sr. Presidente, uma coisa é vir aqui, dar abraços, tirar selfies e é bonito. Outra + , **a verdade é que o senhor morreu**, nenhuma compensação lhe foi atribuída e nem sequer a casa teve reconstruída. (23'21)

Neste longo excerto, marcado pela intensidade emocional devido à natureza dos factos em apreço, e pela polemicidade, as sobreposições de vozes e as repetições são frequentes (“E eu lutei por isso permanentemente. Sabe que eu lutei por isso permanentemente; Eu estive lá, eu estive lá, eu estive lá”). Ventura não atenua a força do seu discurso, explorando propositadamente o sofrimento humano com vista a denegrir a imagem do adversário e a levar os telespetadores a aderirem ao seu discurso. Na passagem “Sr. Presidente, uma coisa é vir aqui, dar abraços, tirar selfies e é bonito. Outra, **a verdade é que o senhor morreu**, nenhuma compensação lhe foi atribuída e nem sequer a casa teve reconstruída”, o deputado do Chega projeta uma imagem depreciativa do seu adversário, como alguém que gosta de se exhibir, mas que é ineficiente, valorizando a aparência em detrimento da competência. Marcelo reage com indignação à acusação (“Desculpe, se há exemplo, se há exemplo de doação minha integral é o dos fogos”) e refuta um dos factos em que Ventura apoia a sua argumentação (a casa do sr. Manuel foi reconstruída).

(6) Marcelo Rebelo de Sousa: Já foi reconstruída.

[...]

Marcelo Rebelo de Sousa: Desculpe, se há exemplo ↑ +, se há exemplo ↑ + de doação minha integral é o dos fogos. Os portugueses lembram-se.

André Ventura: Bom, mas o governo não seguiu aquilo que disse.

Marcelo Rebelo de Sousa: Eu estive lá + , eu estive lá + , as pessoas, eu estive lá + . Não estiveram muitos políticos, mas eu estive lá.

André Ventura: Mas de que vale se o governo não fizer nada e não seguir o que disse?

Marcelo Rebelo de Sousa: Não fizeram?! Fizeram...

Marcelo Rebelo de Sousa: Desculpe, é de uma injustiça, isso é pura, é pura demagogia! É pura demagogia ↑ !

André Ventura: Não, não é, desculpe. Não, são factos ↑ !

(sobreposição de vozes)

[...]

Marcelo Rebelo de Sousa: É que esse é o exemplo... Fiz o discurso mais violento ↑ + que houve contra o governo.

André Ventura: E consequências disso?

Marcelo Rebelo de Sousa: Olhe + , a Ministra da Administração Interna pediu a demissão imediatamente.

André Ventura: Isso é consequência política. Estou a falar das pessoas.

Marcelo Rebelo de Sousa: Na vida das pessoas? O que não foi reconstruído de casas ----↑ ?!

André Ventura: Deixou pessoas como esta sem casa.

Marcelo Rebelo de Sousa: O que não foi reconstruído de casas --- ↑ ?! O sr. tem a coragem de dizer...

André Ventura: Tenho, tenho....

Marcelo Rebelo de Sousa: ... que não houve a reconstrução ++ no sítio onde houve os fogos? (24'01)

O debate é aceso, a tensão sobe e as repetições e sobreposições de vozes sucedem-se. As acusações mútuas fazem-se mais explícitas, com Marcelo a acusar Ventura de demagogia e este invocando a natureza factual dos seus argumentos. Não hesitando em manipular os acontecimentos em favor da sua tese, Ventura recorre à força do exemplo e à exploração do *pathos*, da dor alheia e da compaixão, para fortalecer a sua argumentação. Ao recordar casos como o do sr. Nascimento que chocaram a opinião pública, o deputado faz um uso hábil das emoções do auditório, levando a patemização ao excesso, com vista a conquistar a adesão dos cidadãos-eleitores ao seu ponto de vista.

O tema da pandemia, do estado de emergência e da libertação dos reclusos deu azo a outro momento de aceso debate e confronto de opiniões, em que factos e opiniões se combinam:

- (7) Marcelo Rebelo de Sousa: [...] não é em plena pandemia que se vai aprovar uma lei de emergência sanitária. + É depois de passada a, a pandemia. (27'56)

Ventura invoca a questão da libertação dos reclusos em plena pandemia, medida proposta pelo governo e da qual discorda.

- (8) André Ventura: [...] e libertar reclusos, alguns deles com crimes ++, enfim, de todo o tipo, alguns deles até se meteram depois em crimes, como vimos + em várias peças da reportagem e um presidente de direita ↑ ou dito de direita ↑ permite ++ que ++ reclusos saiam quando os portugueses estão confinados em casa ↑ + e os presos é que vêm cá para fora? ++ É um dos exemplos + de como o estado de emergência, e aí não é diretamente imputável a Marcelo Rebelo de Sousa, mas ele + deveria e poderia ter tido uma ação fundamental que era dizer “Não, isto aqui não passa”, mas não, permitiu aquilo que eu acho que é a maior infâmia + do estado de direito e do estado de emergência, que foi enquanto os portugueses estavam confinados, nós tínhamos **bandidos** a ser colocados cá fora. Mas eu dou-lhe outro exemplo. Quando eu digo que Marcelo Rebelo de Sousa é manipulado pelo governo... (28'26)

André Ventura recorre aos média como meio de prova de alguns dos factos que sustentam a sua argumentação (“alguns deles até se meteram depois em crimes”). Como sabemos, os media nem sempre constituem uma fonte fiável de informação, pelo que não servem de garantia de autenticidade. A realidade é retratada, mais uma vez, de forma dicotómica, opondo os “portugueses de bem”, expressão avaliativa do próprio deputado, aos presos, reclusos, bandidos, delinquentes e criminosos. A divisão da população em grupos opostos, através de uma retórica simplista que apresenta a realidade de forma redutora, isenta das suas complexidades e dissemelhanças, criando uma clivagem na sociedade²³, é uma das características do discurso populista que procura dividir para reinar. O populismo apela também ao medo, neste caso, o medo dos presos, que representam uma verdadeira ameaça à sociedade e à segurança dos cidadãos, segundo o discurso de Ventura. O medo é um dos instintos mais primitivos, uma emoção negativa fácil de manipular, pois deriva do irracional e justifica a revolta e o descontentamento.

Marcelo é acusado de compactuar com o governo, num discurso hiperbólico (veja-se o lexema “infâmia” com conotação altamente negativa, acentuada pelo adjetivo intensificador “maior”) e denunciador (os verbos modais “poder” e “dever” revelam o que o Presidente não fez, mas deveria ter feito segundo Ventura), não se opondo ao governo, o que projeta um *ethos* de submissão e inoperância, oposto ao *ethos* de poder e de combate de Ventura. Marcelo reage à denúncia do seu adversário, num discurso corajoso, em que assume frontalmente e repetidamente os seus atos:

- (9) Marcelo Rebelo de Sousa: Ora bom, primeiro + , quem decretou o estado de emergência + contra quase tudo e todos fui eu! [...] Assumi, não, assumi ++ essa responsabilidade. Assumi. Como **assumo a máxima responsabilidade em relação à pandemia**.
[...]

²³ Duarte, Pinto e Salgado (2019, p. 47): “Esta configuração simplista e redutora favorece a tomada de posição do destinatário das mensagens, de cariz persuasivo, já que elimina as zonas cinzentas e duvidosas entre as diferentes fações”.

André Ventura: E pelas prisões, também assume essa responsabilidade?

Marcelo Rebelo de Sousa: Assumo, assumo // // // ↑.

[...]

Marcelo Rebelo de Sousa: Aumentou a criminalidade?! ++ Aumentou a criminalidade?! Não aumentou. ++ Não aumentou! Não aumentou! (23'42)

Marcelo refuta o ponto de vista de Ventura através de perguntas retóricas que visam invalidar os seus argumentos (“Aumentou a criminalidade?! Aumentou a criminalidade?!”), servindo elas próprias de argumentos de causalidade, referindo-se às consequências das suas ações.

(10) André Ventura: A questão não é aumentou a criminalidade, é o sinal que se dá aos portugueses ↑.

[...]

Marcelo Rebelo de Sousa: Assumo que era um problema humano! ↑

André Ventura: Não era um problema humano! ↑

Marcelo Rebelo de Sousa: Ah, era um problema humano! ↑ Era um problema humano! ↑ (30'05)

A discussão mantém-se acesa, com os interlocutores a debaterem pontos de vista aparentemente inconciliáveis (“era um problema humano!” vs “Não era um problema humano!”), em que as interjeições (Ah!) e o tom de voz mais alto expressam emoções, como a indignação.

(11) André Ventura: Houve países que não o fizeram ↑. + Houve países que não o fizeram ↑.

Marcelo Rebelo de Sousa: Como não visita as prisões, não sabe como se vive lá. [...] E era um problema de saúde pública. (30'11)

Os argumentos de ambos os locutores procuram fundamentar-se também em factos mais ou menos válidos, Marcelo acusando indiretamente Ventura de falar sem conhecer a realidade (“Como não visita as prisões, não sabe como se vive lá”).

(12) André Ventura: Um homem ++ de direita + não pode dizer isso, não pode dizer isso.

Marcelo Rebelo de Sousa: **Eu sou da direita social, eu não tenho nada a ver com a sua direita** ↑.

André Ventura: Aliás, o PSD votou contra isso ↑. (sobreposição de vozes)

Marcelo Rebelo de Sousa: **A sua direita é isso. É uma direita persecutória ++, dos bons e dos maus, é uma direita ++ que defende que há os justos e os injustos.** (30'17)

Mais uma vez, os candidatos distanciam-se ideologicamente de forma explícita, através da polarização de posições, deixando bem claras as diferenças entre ambos (a minha direita vs a sua direita).

(13) André Ventura: Libertar presos e deixar os portugueses em casa: isso é que tá bem feito ↓ !

Marcelo Rebelo de Sousa: Saíram ++ , saíram+ bem mais tarde, na altura em que o confinamento tinha terminado, [...] **não aumentou a criminalidade, ao contrário do que tinha dito** ↑ .

André Ventura: Houve crimes cometidos +, houve crimes cometidos por alguns destes indivíduos [...]

Marcelo Rebelo de Sousa: Não aumentou a criminalidade, não aumentou a criminalidade, **tá provado**. [...] Terceiro ponto: era um problema de justiça + e um problema de saúde pública gravíssimo + nas prisões portuguesas.

André Ventura: Não havia casos ↑ ----. Não havia casos nas prisões ↑ . (30'36)

Não conseguindo ambos os candidatos apresentar provas tangíveis do que afirmam e reconhecendo a fragilidade dos seus argumentos, Marcelo muda de assunto, desviando a atenção, num discurso pautado pelos atos de fala expressivos (“eu não tolero”, “eu não admito”) que mesclam indignação e um tom de ameaça.

(14) Marcelo Rebelo de Sousa: [...] Há uma coisa que eu não tolero que diga. [...] Ó, Ó sr. Deputado +, eu não sou manipulado por ninguém, ++ eu não sou manipulado por ninguém +. Eu **não admito** que o sr. Deputado aqui ---- + diga o que não diz nas audiências em Belém.

André Ventura: Não é verdade!

Marcelo Rebelo de Sousa: Ah, é verdade! (31'13)

Considerações finais

Podemos concluir que nos excertos em análise, factos e opiniões se combinam, muitas vezes inextricavelmente, servindo os primeiros de suporte às opiniões, podendo também estas interferir na interpretação dos factos. Tanto factos como opiniões são manipuláveis (pode-se deturpar a realidade, falsificar números, valores, etc.) e construídos discursivamente, com vista a sustentar um ponto de vista e a conquistar a adesão do auditório ao mesmo. Os factos são objeto de manipulação predominantemente por André Ventura, que os maneja a favor da sua argumentação, revelando uma predileção pelo recurso à fotografia como meio de prova, devido à credibilidade que a mesma confere ao discurso. As opiniões são manipuladas essencialmente através do apelo às emoções, que se assumem como um meio deveras eficaz de persuasão²⁴. Veja-se o exemplo do medo, em que o espírito crítico é neutralizado, como forma de

²⁴ Micheli (2010, p. 6): “emotions are reputed to have effects on the audience’s cognitive faculties: they tend to bias the formation of beliefs, the passing of judgment and the decision-making process”.

manipulação tão produtiva quanto temível. Ao passo que Marcelo procura conquistar o eleitorado pelas imagens que transmite de si, nomeadamente pelo *ethos* de proximidade, de tolerância, empatia, solidariedade e inclusão e pelas emoções positivas que promove, Ventura alia a um *ethos* de denúncia e de combate, a exploração das emoções sobretudo negativas, muitas vezes sem preocupações de ordem moral. Associamo-nos, pois, a Charaudeau (2011, p. 106), quando afirma que o discurso populista incide sobre a emoção em detrimento da razão política e leva a dramatização do cenário ao extremo²⁵.

Referências

- AMOSSY, R. *L'argumentation dans le discours*. 3.^a ed. Paris: Armand Colin, 2012.
- BROWN, P.; LEVINSON S. *Politeness. Some universals in language use*. Cambridge: Cambridge University Press, 1987.
- CHARAUDEAU, P. *Le discours politique: les masques du pouvoir*. Paris: Vuibert, 2005.
- CHARAUDEAU, P. Pathos et discours politique. In: RINN, M. (Dir.). *Émotions et discours. L'usage des passions dans la langue*. Rennes: PUR, 2008, p. 49-5
- CHARAUDEAU, P. Réflexions pour l'analyse du discours populiste. *Mots. Les langages du politique*, n. 97, p. 101-116, 2011. Disponível em: <http://mots.revues.org/20534>. Acesso em: 27 out. 2022.
- CHARAUDEAU, P. Du discours politique au discours populiste. Le populisme est-il de droite ou de gauche? In: CORCUERA F. et alii (Dir.). *Les discours politiques. Regards croisés*. Paris: L'Harmattan, 2016, p. 32-43.
- DUARTE, I. M.; PINTO, A. G.; SALGADO, S. Estratégias discursivas do discurso político populista em Portugal: Estado Novo e movimentos nacionalistas atuais. In: MARQUES M. A.; DE SOUSA, S. G. (Org.). *Linguagens de poder*. Braga: Centro de Estudos Humanísticos da Universidade do Minho, 2019, p. 35-53.
- GRICE, H. P. Logic and conversation. In: COLE, P.; MORGAN, J. L. Morgan (Ed.). *Syntax and semantics*, vol. III, Speech Acts. New York: Academic Press, 1975, p. 41-58.
- JSELING, S. I. Rhétorique et Philosophie. *Revue Philosophique de Louvain*, v. 4, n. 22, p. 194-195, 1978.
- KERBRAT-ORECCHIONI, C. *Le discours en interaction*. Paris: Armand Colin, 2005.
- KERBRAT-ORECCHIONI, C. *Les débats de l'entre-deux-tours des élections présidentielles françaises. Constantes et évolutions d'un genre*. Paris: L'Harmattan, 2017.
- MAINGUENEAU, D. Ethos, scénographie, incorporation. In: AMOSSY, R. (Dir.). *Images de soi dans le discours*. Lausanne: Delachaux et Niestlé, 1999, p. 75-100.
- MARQUES, M. A. Debate, argumentação e organização enunciativa. *Comunicação e Sociedade*, v. 8, 2005, p. 47-62.
- MARQUES M. A. Discordar no Parlamento: estratégias de argumentação. *Revista Galega de Filoloxía*, n. 8, 2007, p. 99-124.

²⁵ Charaudeau (2011, p. 106): “[le discours populiste] joue sur l'émotion au détriment de la raison politique et porte la dramatisation du scénario à son extrême”.

MARQUES M. A. La reprise dissensuelle dans le discours politique parlementaire - du dialogal au dialogique. *Cahiers de Praxématique*, n. 57, 2011, p. 133-146.

MARQUES, M. A. Politique, humour et campagne électorale. Les enjeux d'une politique-spectacle. *Mots. Les Langages du Politique*, n. 101, p. 61-75, 2013. DOI: <https://doi.org/10.4000/mots.21146>.

MARQUES, M. A. Debate eleitoral português: presidencialização e estratégias de atenuação linguística em situação de confronto político. *Linha D'Água*, v. 30, n. 1, p. 9-33, 2017. DOI: <https://doi.org/10.11606/issn.2236-4242.v30i1p9-33>.

MICHELI, R. Emotions as objects of argumentative constructions. *Argumentation*, v. 24, n. 1, p.1-17, 2010.

MONOD, J.-C. Vérité de fait et opinion politique. *Esprit*, v. 10, n. 10, p. 143-153, 2017. DOI: <https://doi.org/10.3917/espri.1710.0143>.

PLANTIN, C. *L'argumentation*. Paris: Seuil, 1996.

SANDRÉ, M. *Analyser les discours oraux*. Paris: Armand Colin, 2013.

WALTON, D. *The place of emotion in argumentation*. Pennsylvania: The Pennsylvania State University Press, 1992.