

Política e Mídia Impressa: Análise Retórica da Linha Editorial da Folha de S. Paulo sobre as Eleições Presidenciais de 2010, Segundo Turno¹

Daiany Beraldo SANTANA²
Raul Tavela ZERMIANI³
Faculdade Maringá, Maringá, PR

Resumo

O presente artigo analisa a linha editorial do jornal Folha de S. Paulo sobre as eleições presidenciais do ano de 2010. Para a realização deste estudo foram delimitados os editoriais dos cinco domingos anteriores à realização da votação em segundo turno. Nosso objetivo é compreender como a linha editorial foi apresentada por meio dos editoriais da publicação neste período e, também, se o jornal foi ético em suas abordagens. Por meio da análise, observamos que houve abuso na utilização de figuras retóricas, caracterizando franca oposição do veículo em questão à candidata Dilma Rousseff.

Palavras-chave: Jornalismo Político; Eleições; Retórica; Ética.

Introdução

Uma das grandes obsessões do jornalismo contemporâneo se encontra na necessidade de informar da maneira mais rápida possível. Como consequência, a pressa aliada ao pouco tempo para finalizar uma edição – independente do meio de comunicação – fez da transmissão noticiosa algo superficial e mecânico, gerando um processo de simplificação da informação (VICCHIATTI, 2005). Dessa forma, a interação entre emissor e receptor tem repercutido no trabalho jornalístico, tornando-o menos ligado a questões humanísticas e mais à praticidade e agilidade.

O que ocorre, portanto, é a mudança da linguagem jornalística que prioriza o deslocamento dos profissionais de seu papel social, engajado e crítico para uma perspectiva tecnicista, mais preocupada em atender a necessidade de “embalar” notícias estereotipadas do que contextualizar os problemas sociais. É uma estratégia comercial que transforma a informação em notícia massificada, pronta para alcançar o consumo em larga

¹ Trabalho apresentado na Divisão Temática de Jornalismo, da Intercom Júnior – VII Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Estudante de Graduação do 5º. semestre do Curso de Jornalismo da Faculdade Maringá, email: daianybs@live.com.

³ Orientador do trabalho. Coordenador e Professor do Curso de Jornalismo da Faculdade Maringá, email: rzermiani@yahoo.com.br.

escala. Reflexo desse processo é a linha editorial de um jornal que apresenta a opinião que ele possui, ou seja, é a “voz” do jornal.

Logo, analisar a linha editorial no impresso sobre assuntos de relevância nacional, que necessitam de autonomia em sua realização, é o que pretende o presente artigo. Para isso escolhemos o jornal Folha de S. Paulo e as eleições para presidente do ano de 2010, delimitando a análise em cinco domingos anteriores a realização do pleito em segundo turno.

A análise dos editoriais do jornal é realizada por meio da retórica de Reboul (2004) e Breton (1999). Segundo eles, a retórica, que antigamente era vista de forma pejorativa devido aos estudos sofistas, é a arte da argumentação que visa persuadir o receptor (ou auditório) sobre algum assunto de forma lógica e dialética.

O objetivo específico deste trabalho é entender qual a importância da ética e definir o que é isenção no jornalismo, principalmente no jornalismo político, assim como as outras características do jornalismo considerado de boa-fé (BUCCI, 2000), ou seja, aquele que foge do simulacro, dos estereótipos e clichês que fabricam a opinião, unilateral (ARBEX JR., 2001).

2 Jornalismo e jornalismo político

Segundo Melo “o direito de informar e de receber informação constitui o fermento da cidadania, o oxigênio que nutre a vida democrática, convertendo o jornalismo e a democracia em irmãos siameses” (MELO, 2008, p. 1), assim, o jornalismo tem essência na política como instância de debate e reflexão sobre assuntos de interesse público.

O jornalismo político brasileiro se consolidou – não por acaso – no período pós-guerra, coincidente com o momento de redemocratização pós-Estado Novo (SOBRINHO apud MELO, 2008, p. 3). Seu objetivo é, basicamente, de informar os leitores sobre o cotidiano da vida pública, debates, votações e projetos legislativos.

O jornalismo torna-se, então, privilegiado na atividade política e por isso “não demorou a se configurar o período em que os jornais se tornariam tribunas partidárias ou porta-vozes de correntes políticas” (MELO, 2008, p. 2), uma vez que se mostravam mediadores do conhecimento à opinião pública.

A tão propalada isenção, ao contrário do que se imagina, não começa como uma forma de ética ideal em relação à postura que os jornalistas devem assumir perante a notícia, mas como uma obrigação do jornal para conquistar um universo de

leitores cada vez mais amplo – e manter a escala de tiragem para que sejam viáveis economicamente.

Consequentemente, a ética, segundo Franklin Martins (2005), passou a ser, também, uma necessidade comercial. Assim,

se a empresa de comunicação não tratar a notícia como notícia e se ficar agredindo seguidamente a inteligência de seu público, pagará um preço muito alto. Perderá a credibilidade e, por extensão, leitores ou telespectadores. E, no fim da linha, faturamento (MARTINS, 2005, p. 25).

Aqui se entende por ética jornalística, “qualquer que seja a sua acepção, a defesa da liberdade, da verdade, da justiça, da pluralidade de opiniões e de pontos de vista, e da vigilância dos atos do governo” (BUCCI, 2000, p. 18).

Logo, analisar se a Folha de S. Paulo foi ética na sua linha editorial, no que se refere a cobertura do processo eleitoral, é, antes de qualquer coisa, uma necessidade, pois apenas o veículo apoiado sobre este fundamento será útil e sintonizado as demandas sociais de forma a caracterizar-se pela informação proporcionando espírito crítico aos leitores (LEVI apud VICCHIATTI, 2005, p. 29).

3 Metodologia

A retórica é a arte de persuadir pelo discurso, diz Reboul (2004). Ela é um conhecimento antigo “descoberto” pelos gregos no século V a.C. A expulsão dos persas, ocorrida naquele momento, fez com que as pessoas necessitassem de um meio que pudesse auxiliá-las na defesa de suas causas judiciárias. Assim, “a retórica veio atender a diversas necessidades dos gregos: necessidade de técnica judiciária, de prosa literária, de filosofia, de ensino” (REBOUL, 2004, p. 10). A história dela “quase se confunde com a história política” (BRETON, 1999, p. 20), por isso a argumentação se torna imprescindível.

“Hoje em dia o termo ‘retórica’ assumiu sentidos bem diversos e até divergentes” (REBOUL, 2004, p. XIII). Para o senso-comum a retórica é o mesmo que falsear um discurso⁴, já Perelman e Tyteca a vêem como a arte de argumentar. Outros autores, entretanto, a restringem ao estudo do estilo e suas figuras (REBOUL, 2004). Mas, o que se deve saber é que a história da retórica é anterior a ela, pois antes mesmo de concebê-

⁴ A associação do falso discurso à retórica ocorre devido aos estudos sofistas. Segundo eles, a retórica era a arte de persuadir qualquer um sobre qualquer coisa; a verdade era relativa, portanto, para persuadir não era necessário usá-la, já que a mesma não existia, mas obter sucesso por meio de uma aparência ao qual se usava a lógica e o encanto do estilo no discurso (REBOUL, 2004).

la outros povos utilizavam a linguagem para persuadir. Assim, ao passar do tempo, ela foi tomando várias definições.

Após seu declínio no fim do século XIX, devido às novas ideias renascentistas que romperam “o elo entre o argumentativo e o oratório, que lhe davam força e valor” (REBOUL, 2004, p. 79), os estudos sobre retórica foram retomados apenas em 1960 por Chaim Perelman. Foi com o seu livro “*Le Traité de l’argumentation*” (O Tratado da Argumentação), escrito com a colaboração de Lucie Olbrechts-Tyteca, que o interesse pela retórica reapareceu.

Esta “nova retórica”, como chama Reboul (2004), não se limita a produzir um discurso, mas a interpretá-lo. Assim, ela deixou de ser apenas um ornamento a ele para se tornar “uma dimensão essencial a qualquer ato de significação” (BRETON, 1999, p. 18). A ela são atribuídas quatro funções: persuasiva (referente à argumentação e a oratória), hermenêutica (interpretação de textos), heurística (aprender, encontrar algo) e pedagógica (ensinar a compor um discurso).

Para compreender o sistema retórico é preciso ter em mente que o esquema de comunicação – argumentar é comunicar – baseia-se no triângulo argumentativo onde existe o emissor (orador), a mensagem (argumentação) e o receptor (auditório). No entanto, argumentar não se resume a uma fórmula simplista. O auditório, por exemplo, não pode ser universal, afinal ele muda segundo as convicções, sentimentos e opiniões que possui. Além disso, é preciso levar em consideração que “a evolução da linguagem, dos modos de comunicação, dos valores que têm tanta importância na argumentação, fazem dela uma matéria viva” (BRETON, 1999, p. 27), por isso ela esta em constante renovação com a teoria.

No intuito de entender como persuadir alguém, Breton (1999) criou o conceito do duplo gatilho argumentativo, que diz respeito ao processo de convencimento, onde é feito o enquadramento do real e, depois, a ligação com o acordo obtido entre o orador e o auditório⁵. O que deve ficar claro é que tanto o enquadramento do real quanto o vínculo estabelecido entre ele e a opinião proposta pelo orador é elaborado pelos argumentos.

⁵ Segundo Breton “a primeira etapa visa construir um real comum ao orador e ao auditório. [...] E] o segundo tempo da argumentação se apoiará para construir um vínculo entre este acordo e a opinião proposta” (BRETON, 1999, p. 67).

Alguns dos argumentos mais utilizados pelos oradores são os de autoridade⁶; apelo a pressupostos comuns⁷; definição⁸; apresentação⁹; associação-dissociação¹⁰; analógicos¹¹ e dedutivos¹².

Dentro dos argumentos existe “um recurso de estilo que permite expressar-se de modo simultaneamente livre e codificado” (REBOUL, 2004, p. 113), que são as figuras retóricas. Vale lembrar que estas figuras podem ser retóricas ou não, portanto, “a expressão ‘figuras de retórica’ não é pleonasma” (REBOUL, 2004, p. 113). Sua função é auxiliar a argumentação na persuasão ao auditório, é categorizada em figuras de palavras¹³; de sentido¹⁴ e de construção¹⁵. As figuras de pensamento, que se referem apenas as ideias, deixam o campo da retórica e, automaticamente, do objeto de análise deste artigo.

A retórica é imprescindível para a produção jornalística, pois é fundamental a construção textual, embora seu abuso faça com que a argumentação seja desviada pela possibilidade de manipulação (BRETON, 1999). Assim, é preciso que sua utilização seja suportada pela conduta ética. Dessa forma, a análise da linha editorial da Folha de S. Paulo deve identificar se houve abuso no uso das figuras retóricas, fazendo com que o meio de comunicação desvie-se da conduta correta.

4 Análise Retórica

Entre os onze editoriais que compõem os cinco domingos anteriores ao segundo turno, quatro abordam o tema eleições presidenciais e, portanto, são objeto de nossas análises.

⁶ Pode ser baseado na competência, experiência ou testemunho, além da “construção *a contrario*” (BRETON, 1999, p. 77), que visa desqualificar a opinião do adversário.

⁷ Pode ser relacionado às opiniões comuns, aos valores ou aos pontos de vista do orador e do auditório.

⁸ Consiste “em fazer aceitar um encerramento, um ‘acabamento’” (BRETON, 1999, p. 96) sobre dado ponto de vista.

⁹ É usado para criar uma “representação prévia do mundo” (BRETON, 1999, p. 100).

¹⁰ “É um método de reenquadramento de real que, a partir de uma noção que remete habitualmente a um único universo, permite ‘quebrá-lo’ e gerar dois universos distintos” (BRETON, 1999, p. 108).

¹¹ O argumento analógico é dividido em comparação, exemplo e metáfora. Ele estabelece um vínculo entre opinião e contexto de recepção. Porém, eles não são argumentos quando não defendem uma opinião.

¹² O argumento dedutivo é dividido em quase lógico, de reciprocidade e causal. Sua função é “passar do que é aceito ao que queremos que seja aceito” (PERELMAN-TYTECA apud BRETON, 1999, p. 117).

¹³ Caracterizadas por serem intraduzíveis “elas facilitam a atenção e a lembrança [do auditório]” (REBOUL, 2004, p. 118) provocando uma harmonia prazerosa, pois usa palavras iguais que possuem significados diferentes.

¹⁴ Diz respeito aos significantes e consiste em empregar termos com outro sentido, fora do seu habitual.

¹⁵ As figuras de construção “dizem respeito à construção da frase, ou mesmo do discurso” (REBOUL, 2004, p. 126).

4.1 Primeiro editorial: 24 de outubro de 2010

Intitulado de “Torpor imprevidente” este editorial discute a falta de propostas entre os candidatos a presidente para tratar sobre a estimulação do desenvolvimento socioeconômico, bem como a ausência de debate sobre a dependência do Brasil em relação à China.

Os primeiros parágrafos vêm para justificar a importância do assunto nas eleições. A primeira metáfora (REBOUL, 2004, p. 122) aparece já no primeiro parágrafo quando o impresso afirma ser importante a apresentação de providências para que se mantenha, pelo menos, “o *ritmo* de crescimento econômico”¹⁶ atual, o que leva a entender que ele é feito (e deve continuar) com ordem para poder atingir o progresso.

No mesmo parágrafo, ainda, surge a primeira “metáfora de guerra”. Pode-se notar que “[...] as metáforas e as hipérboles de guerra são recorrentes em vários textos e são tão corriqueiras a ponto de serem determinantes no cotidiano” (ZERMIANI, 2010, p. 47). Este tipo de metáfora é utilizada para explicar a indiferença (torpor) a “novas *ameaças* e velhos *obstáculos* a *emperrar* o progresso socioeconômico [...]” decorrente da satisfação da sociedade diante do atual “quadro” (metáfora nossa). A metáfora “emperrar” além de ser uma metáfora de guerra é, também, uma metáfora expandida (REBOUL, 2004, p. 125). Ela é uma hipérbole que demonstra a gravidade da situação, pois paralisa o progresso.

Segundo o editorial, devido à elevação do consumo chinês, o produto brasileiro vendido no exterior “elevou” o que permitiu que “indigestões como inflação [...] ou juros nas alturas” não viessem e, ainda, melhorasse a “capacidade” de pagamento externo do Brasil. “Desastres” (metáfora de guerra) como crises imobiliárias ou bancárias ou a própria mudança do padrão do desenvolvimento da China que, embora seja uma “ameaça menor” – outra metáfora de guerra – é mais provável, afetará, conseqüentemente, a economia brasileira, pois esta está dependente da China, concluiu o editorial.

No quarto parágrafo a utilização de metáforas é usada para argumentar que o “amortecedor”, plano interno que evitou a “*dura* recessão” devido à “*prudência* fiscal”, desgastou-se e que, por isso, “nem a *folga* fiscal nem o setor público” podem “*avançar* [metáfora de guerra] mais” nos “*cofres* privados”. Em outras palavras, não é possível diminuir a tributação, muito menos elevar o gasto do patrimônio privado diante do setor público para que o crescimento econômico do país aumente.

¹⁶ Todas as palavras que estão em destaque dentro de aspas são grifos nossos.

Em relação ao câmbio um “real mais *forte*” é inevitável, enquanto que no “Ocidente *rico*” os juros tenderão a baixar. Assim, o real “forte”, muitos impostos, “*inferno* burocrático e infraestrutura *débil*” impõem custos que [...] irão *retardar* ganhos de produtividade”. Nessa última frase a metáfora é associada à hipérbole (REBOUL, 2004, p. 123), ou seja, tem-se uma metáfora hiperbólica que “fortalece” (metáfora nossa) o argumento da necessidade de um plano socioeconômico.

A argumentação utilizada neste editorial até o sexto parágrafo é elaborada para estabelecer um acordo prévio (REBOUL, 2004, p. 142; 164) entre o orador (impresso) e o auditório (leitor). A partir daí a opinião da Folha apóia-se para criar vínculo obrigatório entre eles.

No sétimo parágrafo, o jornal afirma que na campanha não houve proposta de economia ao gasto público para “aliviar” impostos, juros e dívidas públicas bem como não houve, também, proposta para a desordem legal-burocrática que “*emperra a vida* das empresas”. Esta metáfora dá a impressão de que algo está “quebrado” (metáfora nossa), portanto gera a impossibilidade de que as empresas funcionem.

Utiliza-se, novamente, a metáfora “emperrar” para qualificar o mercado de capitais que precisa, de acordo com o editorial, de um plano de desenvolvimento. Ainda caracterizam a indexação e o perdulário modo de financiar a dívida pública como “entulhos”, metáfora hiperbólica que se baseia na tapinose (REBOUL, 2004, p. 124), considerados “velhos *mecanismos*”.

No próximo parágrafo diz-se que a pesquisa tecnológica “silenciou-se”, que a universidade ainda “*vive o sono* de sua autonomia”, ou seja, sua independência está entorpecida, e o Estado, ao invés de investir em “*empreendimentos* inessenciais que *vivem* apenas com subsídios” (além de ser uma metáfora o empreendimento foi personificado pelo “viver”), deveria “construir pontes” entre empresas e universidades.

Diante de todos os argumentos o principal, porém, está no último parágrafo. Nele, o jornal finaliza dizendo que esses planos não apresentados pelos presidentes são “um programa mínimo de *imunização* do país contra *turbulências*”, como se este fosse uma doença, já que a metáfora “imunizar” se associa a ela. Assim, o programa vem para alcançar os “*pilares* do crescimento”, esta metáfora que é ligada à engenharia, por ser algo estrutural, é tomada como fundamental na argumentação.

Conforme o editorial, esta atitude, entretanto, não seria uma “*reviravolta* macroeconômica”, mas o ato de administrar o essencial deixado de lado pela “soberba do

governo Lula” (personificação). Adiante será visto a “força” (metáfora nossa) desse argumento. Uma reforma microeconômica e de incentivo aos novos negócios ou nas palavras do editorial: “um projeto de *descriminalização da atividade empreendedora*”, dessa forma, é urgente. Aqui se percebe a ligação do empreender com a ilegalidade o que faz gerar no leitor um sentimento de piedade em relação ao empreendedorismo.

4.2 Segundo editorial: 10 de outubro de 2010

O editorial “Obscurantismo” debate sobre o tema “aborto” nas eleições presidenciais. Conforme ele, esta discussão ocorreu “sem *avançar* [metáfora guerra] com *maturidade*” gerando muito mais uma “corrida” – primeira metáfora que aparece no editorial (no primeiro parágrafo e na linha fina¹⁷) – pelos votos do que um esclarecimento ao eleitor sobre a posição dos candidatos em relação ao tema.

A discussão de maneira racional e sincera, diz o editorial, é importante, embora a “*disputa* [metáfora guerra] sucessória” tenha se caracterizado como obscurantista. Aqui, aliás, além da figura retórica (no caso a metáfora) é utilizado o argumento de reenquadramento por definição (BRETON, 1999, p. 96-97) para qualificar a campanha presidencial. A classificação desse termo não vem da diferença entre a “*firmeza* de convicções religiosas e um *espírito* medieval de *caça às bruxas*”, mas quando a intenção é antes de tudo confundir do que esclarecer o eleitor, afirma.

Esta descrição é um argumento de reenquadramento por apresentação (BRETON, 1999, p. 100-106) que é dividido em descrição, amplificação e exemplo. Além de descrever o “obscurantismo”, ainda no quarto parágrafo, há a amplificação desse ponto de vista. No quinto parágrafo, este argumento é usado quando o editorial traz o exemplo do slogan da campanha dos candidatos à presidência, que é “direito à vida”. Para os cristãos em geral esta frase implica na “*condenação* [hipérbole] do aborto” mesmo nos casos admitidos em lei e que nenhum dos candidatos se propôs a revogar para “conquistar” (metáfora guerra) os eleitores.

A Folha abertamente considera que a lei deve ser flexibilizada para que qualquer mulher que queria interromper a gravidez não seja considerada criminosa. A partir de hipérboles, argumenta-se que ela já está “*sofrendo* numa circunstância evidentemente *dramática e dolorosa*”, criando uma sucessão de metáforas hiperbólicas.

¹⁷ Frase que vem abaixo do título e que complementa a informação dele, sua função é chamar a atenção do leitor para a matéria.

No oitavo parágrafo há a apresentação de “fatos”, que também é uma forma de argumentar, (REBOUL, 2004, p. 164) realizado por meio da exposição de dados estatísticos. A conscientização e a prevenção, para o impresso, é uma forma de reduzir de “maneira *drástica* [hipérbole]” a gravidez indesejada, de forma que as mulheres não utilizem, “numa situação *extrema*, do *traumático* recurso”. Nesta frase, além do uso de hipérboles, há o argumento de reenquadramento por apresentação por meio da qualificação (BRETON, 1999, p. 102-103). Por fim, considerando que a sociedade “*evoluiu* na direção oposta”, um plebiscito é a maneira apresentada pelo jornal para esclarecer aspectos que envolvam essa questão.

4.3 Terceiro editorial: 03 de outubro de 2010

O “Segundo turno” traz ao leitor argumentos que defendem que a possibilidade de novos debates entre os candidatos é uma vantagem à democracia, pois trará resultado mais ponderado e consciente. Além disso, segundo o mesmo, os candidatos terão a chance de mostrar suas posições no que diz respeito a vários aspectos que envolvem a campanha.

A Folha considera que uma “nova *rodada* eleitoral” irá proporcionar um debate mais sério e “maduro” aos eleitores. Assim, depois de explicar quando ele ocorre utilizam, no segundo parágrafo, argumento de enquadramento analógico por exemplo (BRETON, 1999, p. 140-141) para fazer um vínculo com esta opinião: “As *urnas* vêm produzindo *governos responsáveis*”, dizem, graças ao segundo turno. Nesta frase, além da personificação “das urnas” é utilizada, também, a metáfora “responsável”. Logo, para “vencer” (metáfora guerra) os candidatos precisam estar além de sua “*facção*” e “*atrair* parcelas do majoritário centro político do eleitorado”.

A “candidata oficial”, segundo a Folha de S. Paulo, Dilma Rousseff, é a preferida, embora, além de não ser conhecida, jamais tenha sido “testada” em cargo eletivo, afirma o impresso. Ela pretende “assumir a vasta soma de poderes enfeixada pela Presidência”. Por meio desta metáfora expandida hiperbólica o leitor pode deduzir que ela é incompetente para o cargo que se candidatou.

No quinto parágrafo é usado o argumento de reenquadramento por apresentação (BRETON, 1999, p. 100-106) para amplificar a preferência do eleitorado pela candidata a partir de palavras que classificam sua vitória como “robustecida” e “aspecto de *aclamação*”. Conforme o editorial, a petista chegará ao cargo máximo com “*demasiada facilidade* sobre os *ombros* da popularidade alheia [alusão ao ex-presidente Lula]”. Logo,

um segundo debate seria interessante para os eleitores “submetido à *frenética* campanha *movida*” por ele e pela incompetência de seus oponentes.

O sétimo parágrafo não será destacado, pois se refere apenas ao pleito paulista. O editorial finaliza dizendo que “a natureza do *confronto* [metáfora guerra]” entre os candidatos é uma oportunidade para que os eleitores possam “examiná-los”, portanto investir no segundo turno trará um “resultado eleitoral mais *maduro e consciente*”.

4.4 Quarto editorial: 26 de setembro de 2010

Este editorial foi apresentado na capa do jornal com o título “Todo poder tem limite”. Ele aborda a censura à imprensa e a aprovação do governo Lula que, conforme o editorial, não é motivo para favorecimento, isso porque o direito de questionar e até mesmo duvidar está acima de qualquer poder e é um direito garantido a todos pela democracia.

Segundo o editorial, “os *altos* índices de aprovação” do ex-presidente Lula é reflexo dos “acertos” de sua política que manteve a “economia *sensata*” de seu antecessor, Fernando Henrique Cardoso (FHC). Isso “*conduziu* à retomada do crescimento”, além de reduzir a “desigualdade social, ainda *imensa*”. Adjetivando a economia de FHC por meio da metáfora “sensata” – característica própria do ser humano – percebe-se a parcialidade da Folha, pois quando o editorial se refere ao governo tucano os argumentos são apresentados de forma positiva enquanto o contrário ocorreu ao governo petista.

No terceiro e quarto parágrafos o editorial afirma que a democracia, entretanto, tem o direito de questionar e divergir do governo, por isso as “eleições são *livres*”. Porém, se há “risco” por perto “é de *enfraquecimento* do sistema de freios e contrapesos que protege as liberdades públicas” – metáfora expandida (REBOUL, 2004, p. 125) – e a divergência de “*ondas* eleitorais *avassaladoras*”, contrasta. O “alarme”, dessa maneira, “soa” (metáfora nossa) da imprensa autônoma. Conseqüentemente, nessa “*altura* da campanha”, vem o nervosismo dos candidatos perante os veículos de comunicação.

Por meio de argumentos de enquadramento analógicos por exemplo (BRETON, 1999, p. 140-141) o editorial explica o motivo da “*agitação*” (metáfora nossa) dos candidatos em relação à mídia. Segundo ele, a imprensa fez denúncias sobre uma agência da Receita Federal “*plantada* no berço político do PT” que fora convertida em centro de “espionagem clandestina” contra adversários e que o gabinete da Casa Civil, assessoria de Lula e de sua candidata, estava “*minado* por *espantosa infiltração* de

interesses particulares”. Ainda ressalta, “é de *calcular o grau de desleixo*” para com o dinheiro público. Aqui cabe destaque a figura retórica “berço” que transparece a ideia de que há corrupção no PT desde sua origem.

O impresso ainda pontua que “procura manter uma orientação de independência, pluralidade e apartidarismo editoriais” – não há figuras retóricas nesta frase, embora seja um argumento – o que pode trazer divergência em períodos de “polarização” eleitoral. O exemplo que o editorial traz – usa-se, novamente, o argumento de enquadramento analógico por exemplo (BRETON, 1999, p. 140-141) – é quando FHC acusou a Folha de instigar seu impeachment.

Lula e a candidata oficial se limitaram a “vituperar a imprensa”, afirmam, o que é incompatível com a “serenidade” que o cargo requer, mas o jornal adverte ambos de que tal “bravata” faz redobrar a confiança no jornalismo livre e que qualquer tentativa de “controle da imprensa”, uma “aventura temerária”, logo irresponsável, além de ser repudiada terá de “violiar” cláusulas constitucionais.

A amplificação de argumentos de reenquadramento (BRETON, 1999, p. 100-106) é, de modo geral, corriqueira nos editoriais analisados, principalmente por meio de adjetivos de intensidade como “imensa”, “avassaladoras”, “espantosa”, entre outros. Além disso, o uso da prolepse¹⁸, que é uma figura de argumento (REBOUL, 2004, p. 135), neste editorial, é essencial para a construção da opinião que a Folha possui.

Com este editorial é possível compreender a “força” (metáfora nossa) do argumento apresentado no primeiro editorial. Naquele é feita uma crítica ao governo Lula quando afirma que ele foi “soberbo” nos atos administrativos ao deixar de lado o essencial. Ocorre que a candidata Dilma Rousseff é sempre associada à figura do então presidente. Por isso, o impresso refere-se a ela como “candidata oficial” ou “sua candidata” e até mesmo como “candidata do PT”, em outros editoriais que não foram analisados aqui. Embora não esteja incorreto isto é uma estratégia de argumentação do impresso. Afinal, toda crítica feita, somente, ao ex-presidente Lula, ao seu governo ou ao PT é transferida a ela.

5 Considerações finais

Os argumentos e as figuras retóricas são imprescindíveis para a construção de textos jornalísticos. Entretanto, usá-los como instrumento de persuasão ao seu auditório não é intrínseco a eles, afinal uma metáfora pode ser utilizada, precisamente,

¹⁸ A função da prolepse é antecipar o argumento do adversário para voltá-lo contra ele.

sem defender uma opinião. A retórica que procuramos evidenciar, porém, é aquela usada para defender um ponto de vista a qualquer custo, em outras palavras, a que abusa da técnica retórica.

Nos editoriais publicados pela Folha de S. Paulo que analisamos, foi verificado que entre os quatro textos apenas um foi ético. Este foi o editorial “Obscurantismo” (veiculado no dia 10 de outubro de 2010), que falava sobre abordo. Os outros três traziam discursos que visavam, abertamente, persuadir o auditório de leitores.

A utilização de metáforas (REBOUL, 2004, p. 122) foi, de maneira geral, a figura retórica mais utilizada, seguida de argumentos por reenquadramento por definição (BRETON, 1999, p. 96-97) e de enquadramento analógico por exemplo (BRETON, 1999, p. 140-141).

Percebemos que os editoriais do dia 24 e 03 de outubro e 26 de setembro de 2010 possuíam discurso complementar, salientando a posição política da Folha transparente pelo “lugar argumentativo” (*lócus*) que não distingue a candidata do PT, Dilma Rousseff, do próprio partido (PT) e do seu “grande aliado” Luís Inácio Lula da Silva. Neles as críticas são “tecidas” associando a candidata aos problemas em questão.

O segundo turno é definido pelo jornal como uma possibilidade de questionar os candidatos e de aprofundar o debate político para que a melhor escolha seja feita, entretanto, o “confronto” de ideias da candidata Dilma Rousseff é argumentado de maneira mais contundente, permitindo concluir, está implícito (mas evidente), que o melhor candidato é José Serra (PSDB).

A Folha não foi ética em vários de seus editoriais (tal como o próprio veículo defende no editorial do dia 26 de setembro de 2010), pois usou meios para persuadir a qualquer custo. Embora, não seja possível afirmar que o candidato da Folha era o peemedebista, a construção argumentativa dos editoriais leva a concluir que a linha editorial visava desqualificar a candidata petista, o próprio PT e Lula. Dessa forma, a Folha usou a retórica não para construir seu discurso, mas para persuadir seus leitores a adotarem as ideias do jornal e agirem conforme as mesmas, ou seja, a não votarem na candidata Dilma Rousseff.

Referências bibliográficas

ARBEX JR, José. **Showrnalismo: a notícia como espetáculo**. São Paulo: Casa Amarela, 2001.

BRETON, Philippe. **A argumentação na comunicação**. Tradução de Viviane Ribeiro. Bauru, SP: EDUSC, 1999.

BUCCI, Eugênio. **Sobre ética e imprensa**. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.

KUCINSKI, Bernardo. **A síndrome da antena parabólica: ética no jornalismo brasileiro**. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 1998.

MARTINS, Franklin. **Jornalismo político**. São Paulo: Contexto, 2005.

MELO, José Marques de. **Jornalismo político: democracia, cidadania, anomia**. Revista Famecos: mídia, cultura e tecnologia, Porto Alegre, v. 1, n. 35, abr. 2008. Disponível em: <<http://www.revistas.univerciencia.org/index.php/famecos/article/view/5370/4889>>. Acesso em: 10 nov. 2010.

REBOUL, Olivier. **Introdução à retórica**. São Paulo: Martins Fontes, 2004.

VICCHIATTI, Carlos Alberto. **Jornalismo: comunicação, literatura e compromisso social**. São Paulo: Paulus, 2005.

ZERMIANI, R. **O aquecimento global entre jornalistas e cientistas: análise retórica do jornalismo científico**. 2010. 151 f. Dissertação (Mestrado em Educação para a Ciência e Matemática) – Universidade Estadual de Maringá. Maringá. 23 de abr. 2010. PDF. Disponível em: <<http://nou-rau.uem.br/nou-rau/document/?code=vtls000181056>>. Acesso em: 20 set. 2011.