

COPYRIGHT © 2006, Núcleo de Análise do Discurso- FALE/UFMG

Direitos autorais reservados - Lei 5988/73.

Os capítulos assinados são de responsabilidade de seus autores, não traduzindo, necessariamente, a opinião do NAD/FALE-UFMG e podem ser reproduzidos, no todo ou em parte, para fins educacionais e de pesquisa. É vedada a sua comercialização, nos termos da Lei dos Direitos Autorais, Lei 9610/98.

Organizadores:

Wander Emediato

Ida Lúcia Machado

William Menezes

Ficha catalográfica:

Bibliotecárias da Faculdade de Letras-UFMG

Capa e projeto gráfico:

Patrícia Lex (JAVDesign)

NÚCLEO DE ANÁLISE DO DISCURSO

Programa de Pós-graduação em Estudos Linguísticos

Faculdade de Letras - Universidade Federal de Minas Gerais

Av. Antônio Carlos, 6627 - Belo Horizonte-MG

31776-650 - Tel.: 55 (xx) 31 3499-5101 - Fax: 55 (xx) 31 3499-5124

discurso@letras.ufmg.br

A532

Análise do discurso : gêneros, comunicação e sociedade / Wander Emediato, Ida Lúcia Machado, William Menezes (org.). -- Belo Horizonte : Núcleo de Análise do Discurso, Programa de Pós-Graduação em Estudos Linguísticos, Faculdade de Letras da UFMG, 2006. 336 p. : il. (Análises discursivas ; v. 10)

ISBN: 85-87470-96-5

1. Análise do discurso. I. Emediato, Wander. II. Machado, Ida Lúcia. III. Menezes, William. IV. Série.

CDD : 418

PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ESTUDOS LINGÜÍSTICOS

PROJETO DE EDITORAÇÃO CIENTÍFICA
SÉRIE - ANÁLISES DISCURSIVAS

Volumes publicados - Núcleo de Análise do Discurso:

1. Teorias e Práticas Discursivas: estudos em Análise do Discurso
2. Fundamentos e Dimensões da Análise do Discurso
3. Categorias e Práticas de Análise do Discurso
4. Análise do Discurso: Fundamentos e Práticas
5. Ensaio em Análise do Discurso
6. Análise do Discurso em Perspectivas (2003)
7. Gênero: Reflexões em Análise do Discurso (2004)
8. Análise do Discurso e Literatura (2005)
9. Movimentos de um percurso em Análise do Discurso: Memória Acadêmica do Núcleo de Análise do Discurso da FALE/UFMG (2005)
10. Análise do Discurso: Gêneros, Comunicação e Sociedade (2006)

estética, mas tentar convencer a telespectadora de que essa é capaz de se identificar com esses modelos.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Percebemos, a partir das questões levantadas, que a publicidade de TV, cada vez mais lança mão de todos os recursos que essa mídia oferece para buscar uma identificação com o público e atingir seu objetivo final: a venda do produto.

A televisão funciona, portanto, como um verdadeiro sistema que impõe restrições e estratégias próprias aos anúncios publicitários, que se caracterizam por finalidades particulares e papéis específicos dos sujeitos envolvidos nesse gênero discursivo.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BAKHTIN, M. *Estética da criação verbal*. São Paulo: Martins Fontes, 2003.
- BOYER, H. Le spot comme marché. In: *Miscopis*, no. 8, La publicité: masque et miroir: CRDP de Versailles, setembro, 1994.
- CASHMORE, E. ... e a televisão se fez. [trad. Sonia Augusto]. São Paulo: Summus, 1998.
- CHARAUDEAU, P. *Dicionário de Análise do Discurso*. São Paulo: Contexto, 2004.
- ECCO, U. *Apocalípticas e Integradas*. Tradução: Geraldo Gerson de Souza. São Paulo: Perspectiva, 1970.
- LOCHARD, G. e BOYER, H. *La communication médiatique*. Paris, Éditions du Seuil, 1998.
- MELI, M.S.S. *Estratégias discursivas em publicidades de televisão*. Belo Horizonte, UFMG, 2003. Tese de Doutorado.
- SODRÉ, M. *O monopólio da fala. Função e linguagem da televisão no Brasil*. 4ª. ed. Petrópolis, Vozes, 1984.

19

O DISCURSO POLÍTICO¹

PATRICK CHARAUDEAU*

UNIVERSIDADE DE PARIS XIII

INTRODUÇÃO

O fenômeno político é complexo. Como disse Claude Le Fort, ele resulta de um conjunto de fatos que pertencem a ordens diferentes, mas que ao mesmo tempo se cruzam constantemente:

- *fatos políticos*, como atos e decisões que levantam a questão da autoridade e da legitimidade dos atores sociais;
- *fatos sociais*, como a organização das relações sociais, levantando a questão do lugar e das relações que se instauram entre as elites e as massas;
- *fatos jurídicos*, como o quadro que regula as condutas, levantando a questão da ação legisladora;
- *fatos morais*, como um espaço de pensamento sobre os sistemas de valores, levantando a questão da idealidade dos regimes de governo para o bem dos povos.

¹ Tradução de Wander Emediato.

* Esse texto é a retomada de um artigo enviado ao 9º Colóquio de Pragmática de Genebra. O texto inicial, tendo excedido o número de signos requeridos para sua publicação, teve de ser reduzido, o que é sempre um trabalho frustrante. Meu propósito era o de mostrar como a problemática da ação deve ser deslocada para um problemática do poder e, para tanto, eu o ilustrava dando como exemplo categorias de palavras no discurso político. É essa parte que foi suprimida, além de uma reorganização de autoridade/legitimidade invertendo a apresentação.

Isso explica porque, no que diz respeito a sua análise, o fenômeno político é objeto de estudo de diferentes disciplinas: as Ciências Políticas (fatos políticos), a Sociologia (fatos sociais), o Direito (fatos jurídicos), a Filosofia política (fatos morais). Isso mostra também que não há domínio reservado, exclusivo, para a análise do fenômeno político, como alguns poderiam pretender. O que é certo é que, dado o cruzamento dessas dimensões, impõe-se uma interdisciplinaridade.

E o discurso, onde se situa? Ele atravessa todas essas dimensões do fenômeno político. Isso parece evidente para as dimensões moral e jurídica (a definição dos valores e das leis através e pela linguagem), mas também para as dimensões social e acional.

É o que eu gostaria de mostrar agora. Não seria possível tratar aqui do conjunto de questões que resulta da relação entre linguagem e ação no domínio político. Eu buscarei mostrar como a linguagem se junta à ação no discurso político e qual incidência isso tem para as diferentes estratégias discursivas que se desenvolvem nesse campo.

LINGUAGEM, AÇÃO E PODER

Contrariamente a uma idéia que circula no imaginário social e que opõe a palavra à ação (seja na dissimulação, seja na eficácia), partirei da hipótese de que o discurso político (bem como todo tipo de discurso) não tem sentido fora da ação, e que a ação busca, para o sujeito político (mas também para todo sujeito), o exercício de um poder. Em seu livro *La condition de l'homme moderne* a filósofa Hanna Arendt diz que uma ação silenciosa não seria mais ação porque não haveria mais ator, e o ator, o *fazedor* de atos, só é possível se ele é ao mesmo tempo um emissor de palavras.²

² Arendt H., *La condition de l'homme moderne*, Calman-Lévy, Paris, 1961 et 1983, coll. Agora, p.235.

1. A RELAÇÃO LINGUAGEM-AÇÃO EM GERAL

Discurso e ação são dois componentes da troca social que, ao mesmo tempo, têm uma autonomia própria e se encontram em uma relação de interdependência recíproca, mas não simétrica. Todo ato de linguagem:

- emana de um sujeito,
- esse sujeito só se define em sua relação com o outro, segundo um princípio de alteridade. Ele precisa do outro para existir (sem a existência do outro, não há consciência de si);
- trata-se de um sujeito que, em sua relação com o outro, não pára de remeter esse outro a si mesmo, segundo um princípio de influência, para que esse outro pense, diga ou faça segundo sua própria intenção;
- mas é um sujeito que se confronta com o outro, pois esse outro tem seu próprio projeto de influência. Os dois são assim levados a geir a relação segundo um princípio de regulação (para evitar o confronto corporal).

Desse modo, podemos dizer que todo ato de linguagem é um agir sobre o outro. Princípios de alteridade, de influência e de regulação são princípios fundadores do ato de linguagem que o inscrevem em um quadro acional (uma praxeologia).

Mas agir sobre o outro não pode se reduzir a um simples fim de fazer fazer, de fazer dizer ou de fazer pensar. O fim (objetivo) se acompanha de uma exigência: a de ver a intenção ser seguida de um efeito. Esta exigência completa a finalidade comunicacional por um objetivo de ação que consiste em colocar o outro em uma posição de obrigação a ser executada, em uma relação de submissão à posição do sujeito que fala. Podemos então nos perguntar o que pode obrigar o sujeito alvo a agir. Levantaremos a hipótese de que é a existência de uma ameaça que repousa sobre ele e que poderia colocá-lo em uma má situação se ele se recusasse a cooperar, ou a existência de uma gratificação (que poderia ser

personal) que ele poderia obter se aceitasse a submissão. Ameaça ou gratificação constituem uma sanção.

Essa possibilidade de sanção é que confere ao sujeito falante uma autoridade. Desde que ela seja reconhecida pelo parceiro, o projeto de influência adquire uma certa força de ação (a força perlocutória dos pragmáticos); ao mesmo tempo, o sujeito alvo é colocado em uma posição de dominado, o sujeito de autoridade em uma posição de dominante, e os dois em uma relação de poder.

Enfim, podemos nos perguntar « em nome de quê » o sujeito falante tem o direito de exigir, em nome de quê ele pode exercer uma sanção e em nome de quê o outro deve obedecer. Isso nos leva no final das contas a nos interrogarmos sobre o fundamento da autoridade. O « em nome de quê » remete à questão da força de verdade que seria poderia justificar os atos que devem ser realizados. Vários casos podem se apresentar, mas vamos reduzi-los a dois atos de base: a força de verdade é de ordem *transcendental* e *personal*.

De ordem *transcendental*, a força de verdade emana de um espaço exterior ao sujeito e o ultrapassa, um tipo de *Tereiro* (*tiers*) mítico ou de Grande Outro que representa e dita a Lei absoluta³. Isso pode assumir várias figuras:

- a figura de potência do além (o «direito divino» dos reis, dos chefes de Igrejas, dos profetas e até dos gurus)
- ou a figura de potência resultante da vontade dos homens, uma entidade abstrata que eles próprios instituíram em *Tereiro* sobredeterminando-os (o Povo, o Estado, A República, a Nação, ou mesmo o Progresso, a Ciência, etc.), o que Durkheim chama de «social divino»⁴, o sujeito nada mais sendo aqui que o delegado dessa vontade geral.

De ordem *personal*, a força de verdade é mais restrita na medida em que ela se encontra incorporada ao sujeito como um atributo que lhe pertenceria intrinsecamente e lhe conferiria o que podemos chamar de uma «autoridade pessoal», ou um «carisma» que vem de sua filiação (herança), de sua experiência (o saber fazer), de seus traços de personalidade (tipificação, heroisação).

Assim, pode-se dizer que todo ato de linguagem está ligado à ação através das relações de força estabelecidas entre os sujeitos, e que é dessa forma que se constrói o laço social.

2. A RELAÇÃO LINGUAGEM-AÇÃO NO DISCURSO POLÍTICO

Como ocorre no discurso político a relação entre linguagem e ação?

Entre as análises que se desenvolvem sobre o discurso político, três pontos de vista dominam quanto à definição do poder: os de Max Weber, de Hannah Arendt e de Jürgen Habermas, os quais resumiremos brevemente.

DIFERENTES PONTOS DE VISTA

Para Max Weber, o poder político está diretamente relacionado à dominação e à violência, seguindo uma hipótese geral: as relações humanas se fundam nas relações de dominante a dominado. O poder é portanto poder de dominação que vem acompanhado de uma certa violência e, no campo político, é o Estado que, por ter força de dominação, impõe sua autoridade através de uma violência que carrega a aparência da legalidade, obrigando o outro a assumir-se dominado e, portanto, a submeter-se: «o Estado só pode existir se os homens dominados se submetem à autoridade reivindicada o tempo todo pelos dominadores»⁵

3 Não é o mesmo que o de Lacan.

4 Durkheim E., *Formes élémentaires de la vie religieuse*, Paris, 1968.

5 Weber (1971)

Para Hannah Arendt, ao contrário de Weber, o poder político resulta de um consentimento, de uma vontade dos homens de ser e de viver juntos. Em toda comunidade, os homens estão em relação uns com os outros, dependem uns dos outros e devem pensar e agir juntos para regular seu comportamento e construir uma possibilidade de viver juntos. É esse «estar junto» que funda o fato político no qual poder e ação se definem reciprocamente: todo poder é um poder de agir conjuntamente. Nessa perspectiva, o poder político não pode se justificar pelo temor da dominação do outro, não pode ser exercido pela violência, pois ele é um poder que resulta da vontade comum, poder recebido, concedido pelo povo ou pelos cidadãos: « quando declaramos que alguém está no poder, entendemos por isso que ele recebeu de um certo número de pessoas o poder de agir em seu nome»⁶. O poder político não está preso portanto à opressão, mas à livre opinião.

O ponto de vista de Jürgen Habermas parece reconciliar os dois precedentes. Com efeito, ele propõe distinguir um «poder comunicacional» e um «poder administrativo». O primeiro existe fora de toda dominação, sendo o povo o seu iniciador – e ao mesmo tempo o seu depositário – fazendo-o existir e circular no espaço público. Instaura-se assim um espaço de discussão no qual os cidadãos trocam suas opiniões pela via argumentativa, formando assim «a opinião pública» fora de toda tutela do Estado, «fora de todo poder, em um espaço público não programado para a tomada de decisão, nesse sentido, inorganizado»⁷. O poder administrativo implica sempre, por outro lado, relações de dominação. Trata-se, assim, de organizar a ação social, de regular por leis, evitar e reprimir (por sanções) tudo o que poderia se opor à vontade de agir. Assim se institui um sistema político que tende a se defender contra toda tentativa de desestabilização e, para fazê-lo, exclui, seleciona, busca ser eficaz e, portanto, impõe.

Em resumo, poderíamos dizer que o poder comunicacional é o que torna possível a construção de um espaço político ao colocar em cena a questão da legitimidade, e que o poder administrativo, ao se fundar sobre essa legitimidade, ao tirar partido de uma vontade popular, implementa um dispositivo de realização concreta do poder ao se impor às próprias pessoas que o fundaram.

DUAS VIAS DA PALAVRA POLÍTICA

Não vamos discutir aqui cada um desses pontos de vista, o que já foi feito, aliás, por numerosos filósofos. Mas eu gostaria, inscrevendo-me na filiação de Habermas e acrescentando-lhe alguma coisa, de defender uma concepção da linguagem política que resulta dialeticamente de dois eixos que determinam dois tipos de atividade social.

- a do *diriger politico*, do debate de idéias no vasto campo do espaço público, lugar onde se trocam opiniões;
- a do *facere politico*, no campo mais restrito do espaço onde se tomam decisões e se realizam atos;

Esses dois campos se legitimam reciprocamente, mas, diferentemente de Habermas e de Arendt – e sobretudo de Weber que só vê um único campo, aquele onde se exerce uma «violência legítima», na qual se fundam legitimidade e autoridade –, acrescentaremos que cada um deles se define segundo relações de força e através de um jogo de dominação próprio. Cada um o faz misturando linguagem e ação, ainda que com diferenças:

- no primeiro (*diriger*), é a linguagem que domina, através de uma luta discursiva em que várias estratégias são permitidas (manipulação, proselitismo, ameaças / promessas, etc.), o objetivo sendo a imposição de uma opinião.

- no segundo (*facere*), é a ação como o espaço onde se exerce o poder de agir entre uma instância política que se diz soberana e uma instância cidadã que, a todo momento, pode pedir

6 Arendt (1972, p.153)

7 Habermas (1989, p. 50)

contas e resultados, o objetivo sendo uma dominação feita de regulamentação, de sanção e de reivindicação.

Se toda produção discursiva depende para sua significação dos objetivos que determinam as finalidades sociais, postularemos aqui dois tipos de atividade discursiva:

- um, voltado para as idéias e sua força de verdade (espaço de fabricação das ideologias). É o político;
- o outro, voltado para os atores e sua força de ação (espaço de fabricação das relações de força). É a política.

Poderemos ver assim de que modo, no campo político, a linguagem se liga à ação.

PALAVRAS DO CAMPO POLÍTICO E ESTRATÉGIAS DISCURSIVAS

Gostaria agora de mostrar as incidências de um tal pressuposto (linguagem-ação) sobre a análise do discurso político. Aqui também, me deterei sobre alguns aspectos:

- o sujeito político pode encontrar-se em uma situação de enunciação «fora da governança» (quando se trata, por exemplo, de aceder ao poder sendo candidato a uma eleição),
- o sujeito político pode, de outro modo, encontrar-se em uma situação de enunciação «dentro da governança» (quando ele ocupa uma pasta, gere negócios de governo)⁸.

Em cada situação ele deve agir e comunicar, mas com estratégias ligeiramente diferentes, já que ele se encontra em posições de legitimidade diferentes. Diversos tipos de palavra (ou de estratégias discursivas) estão à disposição: palavra de *promessa*, palavra de *decisão*, palavra de *justificação*, palavra de *dissimulação*.

PALAVRA DE PROMESSA

A palavra de “promessa” (e sua outra face de “advertência”) deve ao mesmo tempo:

⁸ Para essa distinção entre «dentro da governança» e «fora da governança», ver nosso livro *Le discours politique*. Paris: Vubert, 2005.

- definir uma idealidade social, portadora de um certo sistema de valores e os meios para atingir os fins almejados. Esse discurso se pretende ao mesmo tempo idealista e realista (a conjugação dos contrários);

- mas ela deve também ser credível aos olhos da instância cidadã, portanto o sujeito que faz a promessa deve ter credibilidade, o que o leva a construir uma imagem de si (*ethos*) de convicção e de suporte de identificação.

- enfim, ao buscar a adesão da maioria ao seu projeto, o sujeito político busca tocar seu público, apelando ora à razão, ora à emoção, em encenações diversas (declarações midiáticas, comícios, declarações escritas, panfletos, cartazes, etc.)

Dentro da governança, a atividade é mais delicada. *Fora da governança*, basta que ela tenha a força do profetismo. Dentro da governança, ela se defronta com o fato de estar intrinsecamente ligada à ação, de modo permanente sob os olhares críticos do adversário e do cidadão. É essa situação que faz emergir três tipos de palavra: palavra de decisão, de justificação e de dissimulação.

A palavra de «promessa-advertência» deve adquirir, não tanto a força da verdade, mas uma força de identificação a uma idéia e a um homem (mulher).

PALAVRA DE DECISÃO

A palavra de decisão é essencialmente uma palavra de ação que é fundada sobre uma posição de legitimidade. No campo político, ela diz três coisas:

- diz que há uma desordem social (uma situação, um fato, um acontecimento), o qual é julgado inaceitável (ele escapa a uma norma social ou ao quadro jurídico existente, caso contrário, bastaria aplicar a lei): ela enuncia a afirmação: «as coisas não vão bem».

- ela diz que é preciso tomar uma atitude para resolver essa anormalidade e reinseri-la em uma nova ordem ou em um

novo quadro jurídico; ela enuncia uma afirmação de ordem deôntica : «devemos consertar as coisas»;

- ela revela ao mesmo tempo que medida deve ser adotada no instante mesmo de sua enunciação (é seu caráter performativo).

Decisão de intervir ou não em um conflito, decisão de orientar a política econômica em uma ou outra direção, decisão de editar leis, atos que são realizados por uma palavra decisional que significa ao mesmo tempo anormalidade, necessidade e performatividade.

Vale lembrar a declaração difundida no rádio pelo General De Gaulle em sua volta de Baden Baden, em maio de 68: «Nas circunstâncias atuais, eu não renunciarei, nem substituirei meu Primeiro Ministro (...). Eu dissolvo, hoje mesmo, a Assembleia Nacional...». Todos os ingredientes estão lá: evidência de uma desordem social, necessidade de uma nova ordem, realização de uma série de atos pela própria proclamação.

PALAVRA DE JUSTIFICAÇÃO.

Toda tomada de decisão, como todo anúncio de ação – mesmo em posição de autoridade – precisa ser constantemente relegitimada, devido ao fato de que ela é constantemente interrogada ou questionada pelos adversários políticos ou pelos movimentos sociais.

Assim, o discurso de justificação volta sobre a ação para lhe dar (lembrar) sua razão de ser. Numerosas declarações de chefes de estado, de chefes de governo ou de ministros de estado quando tratam de certos problemas, são destinadas, face às críticas ou manifestações sociais, a justificar suas ações (é, por exemplo, o discurso dominante dos relatórios feitos pelo porta-voz do governo ao final de cada reunião ministerial). O discurso de justificação confirma o fundamento da ação e abre a possibilidade de novas ações complementares. Uma «ilustração e defesa» para o

prosseguimento da ação. Não se trata aqui nem de enunciar uma confissão, nem de um recuo. Trata-se de passar de uma posição eventual de culpa a uma posição de benfeitor responsável por seus atos.

PALAVRA DE DISSIMULAÇÃO

Outro aspecto intrínseco ao discurso político é a palavra de *dissimulação*. Contrariamente a uma idéia que se expande cada vez mais, o ator político nunca diz qualquer frase. Ele sabe prever três coisas: as críticas de seus adversários, os efeitos perversos da informação midiática e os movimentos sociais que deve tentar antecipar e neutralizar.

Instala-se então um jogo de máscaras entre palavra, pensamento e ação que nos conduz à questão da mentira na política.

A MENTIRA EM GERAL

Sabemos que há mentira e mentira. O pensamento filosófico já disse isso há bastante tempo. Seria uma atitude ingênua pensar que a mentira é ou não é e que ela se opõe à verdade única. A mentira se inscreve em uma relação entre o sujeito falante e seu interlocutor. O discurso mentiroso não existe em si mesmo. Só há mentira dentro de uma relação em função dos objetivos que recobrem essa relação. É uma ato voluntário. Além disso, é preciso considerar que a mentira não tem a mesma significação nem o mesmo alcance se o interlocutor é singular ou plural ou se o locutor fala no âmbito privado ou público. A cena pública dá um caráter singular à mentira.

A MENTIRA NA POLÍTICA

Todo homem político sabe que lhe é impossível dizer tudo, a todo instante, e dizer as coisas exatamente como ele as imagina ou pensa, pois suas palavras não devem entravar a sua ação. Surgem então várias estratégias:

A ESTRATÉGIA DO VAGO

A ação política se desenvolve no tempo e no momento em que o homem político pronuncia promessas ou engajamentos, ele não sabe de que meios ele poderá dispor nem quais serão os obstáculos à sua ação.

Ele poderá recorrer a um discurso de promessa, e mesmo de engajamento pessoal, mas de modo vago e às vezes alambicado, esperando ganhar tempo, ou apostando no esquecimento da promessa. Por exemplo, um candidato à presidência da República pode sempre declarar seu desejo de dar prioridade à pesquisa, e não assumir esse engajamento uma vez eleito: a ação é anunciada, mas não engajada. Trata-se de permanecer no vago, mas em um vago que não o faça perder credibilidade. O homem político não pode falhar nesse ponto.

A ESTRATÉGIA DO SILÊNCIO

A *estratégia do silêncio*, ou seja, a ausência de fala, pode ser uma estratégia importante. Enviaram-se armas a um país estrangeiro, colocaram-se escutas telefônicas em um ministério, afunda-se o barco de uma associação ecológica, mas não se diz nem se anuncia nada. Investe-se na ação secreta. Temos aqui uma estratégia que entende que o anúncio do que será efetivamente realizado poderia a termo provocar reações violentas que impediriam a realização do que é julgado necessário ao bem da comunidade. É esse mesmo tipo de estratégia que às vezes é utilizado nos círculos militantes, cada vez que o objetivo é «não desesperar as massas»⁹ como teria dito Sartre em 68.

ESTRATÉGIA DE DENEGAÇÃO

A situação é mais clara com a estratégia de denegação. Através dela, o homem político, envolvido em casos que sofrem processos

na justiça, nega sua implicação ou a de um de seus colaboradores. Na hipótese de ele ter alguma responsabilidade nesses casos, negar significa mentir, seja negando os fatos (o caso dos diamantes de Bokassa), seja prestando um falso testemunho (caso OM-Valenciennes), o essencial é que não se possa provar a implicação das pessoas nesses casos.

Há, porém, uma versão mais nobre dessa estratégia de denegação que é o «blefe»: deixar entender que se sabe alguma coisa quando não se sabe nada e assumir o risco de ser levado a provar. Vale lembrar o debate Giscard-Mitterrand de 1974 ao curso do qual Giscard ameaçou Mitterrand de tirar da pasta que trazia consigo a prova das alegações (quando o dossier não continha senão páginas brancas), o que Mitterrand também fará por sua vez diante de Chirac no debate de 1988.

ESTRATÉGIA DA RAZÃO SUPREMA

Esse tipo de estratégia se encontra às vezes justificada em nome de uma razão suprema: não se diz nada, se diz falsamente ou se faz acreditar em nome da «razão de estado».

A mentira pública é assim justificada porque o objetivo é salvar, a despeito da opinião ou mesmo da vontade dos próprios cidadãos, um bem soberano, ou o que constitui a base identitária do povo sem a qual este se perderia. Platão já defendia esta razão «Para o bem da República»¹⁰, e certos homens políticos recorrem a ela – mesmo de modo implícito – em momentos de forte crise social.

Desse modo, nada seria realmente mentira. Tem-se a impressão de que se trata de um discurso que não remete a uma vontade de enganar o outro, mas, ao contrário, de um desejo de torná-lo cúmplice de um imaginário que todo mundo teria interesse em conservar. Com frequência, é em nome de uma razão superior que se deve

9 Frase atribuída a Sartre, que, segundo ele, nunca teria pronunciado.

10 Platão, *A República* (1966)

calar o que se sabe ou o que se pensa, é em nome de um interesse comum que se deve guardar um segredo (reencontremos Sartre).

Em todo caso, é assim que podemos compreender o ambíguo «Eu vos compreendi» pronunciado por De Gaulle à multidão de Alger, na crise da Argélia.

Seja como for, parece que apenas a denegação seja claramente condenável, pois ela atinge o laço de confiança, o contrato social, que se estabelece entre o cidadão e seus representantes. Os outros casos podem ser discutíveis, e vários pensadores o fizeram¹¹; Machiavel, para quem o Príncipe deve ser um «grande simulador e dissimulador»¹²; de Tocqueville para quem certas questões devem ser subtraídas do conhecimento do povo que «sente mais do que pensa». Poderíamos mesmo dizer com algum cinismo que o homem político não tem de dizer a verdade, mas parecer dizer a verdade: o discurso político se interpõe entre a instância política e a instância cidadã criando entre os dois um jogo de espelhos: «Olhos nos olhos, eu o refuto», dizia Mitterrand a Chirac.

Se é verdade que todas as fases desse jogo não podem ser colocadas no mesmo plano sob a perspectiva de uma ética política, é igualmente verdadeiro que se trata aqui de uma articulação do que representam as duas forças que animam a vida política: a idealidade dos fins (o político) e a disposição dos meios para atingi-los (a política).

AS CONDIÇÕES DA PALAVRA POLÍTICA

Se queremos analisar o discurso político como produção linguageira em relações de persuasão, será preciso considerar três tipos de condições: condições de simplicidade, condições de credibilidade, condições de dramatização.

CONDIÇÕES DE SIMPLICIDADE

Condições de simplicidade, pois dirigir-se às massas é dirigir-se a um conjunto de indivíduos heterogêneos do ponto de vista de seu nível de instrução, de sua possibilidade de se informar, de sua capacidade de raciocínio e de sua experiência da vida coletiva, implica a consideração de valores que possam ser partilhados e sobretudo compreendidos pela maioria, sem o que se romperiam os vínculos com o público. O homem político deve então buscar reconhecer o grande denominador comum das idéias do grupo ao qual ele se dirige, ao mesmo tempo se interrogando sobre a forma de apresentá-los.

Simplificar as idéias não é fácil e comporta um risco. Não é fácil porque as idéias se organizam em sistemas de conhecimentos e de crenças¹³ que se misturam e tornam sua exposição complicada. Simplificar é portanto buscar reduzir essa complexidade a sua mais simples expressão. É aqui que surge um risco, o risco de se chegar a uma falsa verdade: «O tratado de Maastricht dá o direito de voto aos estrangeiros e por consequência a todos aqueles que chegarão legalmente ou ilegalmente a atravessar nossas fronteiras», afirma Jean-Marie Le Pen¹⁴.

Simplificar o raciocínio leva o orador político a deixar o rigor da razão em proveito da força da razão: é mais uma questão de veracidade que de verdade; trata-se de dizer, não o que é verdadeiro, mas o que eu creio ser verdadeiro e que o outro deve acreditar ser verdadeiro. Assim, surgem três tipos de raciocínio causal:

- um, dito *principal*, que transforma em princípio causal o que é sua finalidade: «Já que vocês desejam uma França forte, vocês votarão por um projeto liberal»¹⁵; não é dito que se deve agir

13 Para a diferença entre sistema de conhecimento e sistema de crença, ver Charaudeau (1997).

14 "Discours du serment de Reims", *Présent*, 11, 12 et 14 septembre 1992.

15 A formulação e sempre do tipo "É porque..... que....."

11 Platão, B. Gracian, Machiavel, H. Arendt, J. Habermas, etc.

12 Machiavel (1469-1527)

(votar) com algum objetivo (uma França forte), mas é colocado de início o princípio (uma França forte) que deve engajar obrigatoriamente (obrigação moral) um ato determinado (votar). Esse modo de raciocínio visa ganhar a adesão dos indivíduos a um princípio, escolha moral, que deveria constituir o fundamento de sua adesão ao projeto político que lhe é proposto.

- um outro, dito *pragmático*, que avança uma premissa e dá a sua consequência ou objetivo visado. Uma relação de causa a consequência, mas com um deslizamento lógico de uma *canalidade possível* a uma *canalidade inevitável*¹⁶, que busca vencer que não há outra consequência senão a anunciada e nenhum outro objetivo a perseguir que o que foi anunciado: «Se reduzimos os impostos, aumentamos o poder de compra»¹⁷.

- um terceiro, dito por *analogia*, pode ser mais frequente: analogia com fatos ocorridos (como no caso da jurisprudência): «Lembrem-se das greves de 95 !», «A América não conhecerá um novo Vietnam», ou com a ação de grandes homens da história: «De Gaulle deve se revirar em sua cova» (Mendès-France). Toda comparação é uma armadilha: ela é profundamente subjetiva. Entretanto, ela possui um efeito de evidência.

CONDIÇÕES DE CREDIBILIDADE

As condições de credibilidade levam o sujeito político a construir uma imagem de si, um *ethos*, que deve servir de suporte de identificação para o auditório: *ethos de lucidez*: «tenho consciência de que...»; *ethos de engajamento* expressando sua vontade de agir: «Eu vos ouvi, e me engajo a mudar a política»; *ethos de autoridade*: «é enquanto eleito, representante do povo, que eu peço a responsabilização do Presidente da República», enunciado passível de ser respondido por um *ethos* de virtude: «vocês me conhecem, e todos aqueles que me conhecem sabem que eu nunca busquei enriquecimento pessoal».

16 Para compreender melhor esse deslizamento, ver Charaudeau (1992, p.536).

17 A formulação aqui é do tipo "Se..., então..." ou "Para tanto..., em vista de..."

CONDIÇÕES DE DRAMATIZAÇÃO

As condições de dramatização conduzem o sujeito político a animar a cena da vida política empregando palavras e argumentos que emocionem: argumentos mais ou menos diretos de ameaça «Se deixamos passar a chance de uma Europa unida, isso pode significar não só o seu enfraquecimento face aos Estados Unidos, mas também o de nosso país»¹⁸; argumentos apresentando um *dilema*: «De Gaulle ou o caos»; argumentos de desqualificação do adversário: «Há os que recomendam ao eleitor o voto em branco. Será que eles não possuem nenhuma opinião sobre a Europa?», ou através de sua contradição: «Há ben pouco tempo, você era contra a Europa de Maastricht, e agora você celebra os seus benefícios».

CONCLUSÃO

O campo político é um domínio onde se movem relações de força simbólicas para a conquista e a gestão do poder. Se é claro que todas as fases desse jogo podem ser colocadas no mesmo plano sob o ponto de vista de uma ética política, é igualmente claro que nos encontramos aqui na articulação do que são as duas forças que animam a vida política: a idealidade dos fins (o político) e a disposição dos meios para atingi-los (a política).

Mas é preciso se render às evidências: o discurso político põe em movimento mais um objetivo de incitação a pensar e a agir do que um objetivo de demonstração. Há um certo angelismo em acreditar que o discurso do ator político está voltado apenas para a definição de uma idealidade social. Trata-se muito mais de promover uma verdade em razão, independentemente das opiniões, que de buscar transformar (ou reforçar) opiniões marcadas por crenças.

18 É também o argumento do "mãozinha na engrenagem" (Plantin 1996: 45), e do "pontapé na porta" (Beauvois 1987: cap.4)

O discurso político é sempre um discurso dirigido e, ao mesmo tempo, os receptores desse discurso, os cidadãos, são parte integrante dele. É a razão pela qual podemos dizer que os povos são responsáveis (co-responsabilidade massa-elites) pelo regime político no qual eles vivem, por opinião pública interposta (como na França de Vichy, na França da colonização, na França de 21 de abril de 2002).

A encenação do discurso político oscila entre a ordem da razão e a ordem da paixão, misturando *logos*, *ethos* e *pathos* para tentar responder à questão que nós todos devemos nos colocar: O que me faz aderir a tal ou tal valor, tal ou tal ação política «via tal ou tal partido, tal ou tal personagem»?

Estamos em plena «subjetivação» do político, como disse Tocqueville, Foucault ou Deleuze, uma subjetivação que mistura inelutavelmente afeto e racionalidade, histórias pessoais e histórias coletivas, espaço público e espaço privado, religião, sexo e poder.

Assim, a perversidade do discurso político deve entreter permanentemente a coexistência de uma «*desejabilidade social e coletiva*», sem a qual não pode haver busca por um bem soberano, e de um «pragmatismo» necessário à gestão do poder sem o qual não pode haver avanços em direção a essa idealidade, ou um mentir verdadeiro (Aragon)?

Entram assim em colisão uma *verdade das aparências* posta em cena pelo discurso e uma *verdade das ações* construída pelas decisões. No discurso político, as duas se fundem em um «verossímil» sem o qual não haveria ação possível no espaço público. Talvez esteja aí um dos fundamentos da palavra política.