

"THE SOOTHING EFFECT" - O EFEITO NARCOTIZANTE DO DISCURSO

Luiz Antônio Ferreira*
Marcelo Cesar Cavalcante**

RESUMO

Este trabalho tem como pressuposto básico o fato de que todo ato de linguagem é intencional e tem o objetivo de persuadir seu destinatário. Desta forma, este artigo objetiva analisar o efeito narcotizante do discurso proferido pelo Presidente Lula, em 12 de agosto de 2005, quando foi instado a se pronunciar sobre os escândalos do Mensalão. Tal efeito está presente no exórdio do texto e possui o intuito de, pela persuasão, afastar da mente do auditório a realidade escandalosa que se configurava no cenário político nacional. A base teórica que sustenta a análise é Teoria da Argumentação, de Perelman, e a retórica aristotélica.

PALAVRAS-CHAVE: Persuasão. Sedução. Efeito narcotizante. Exórdio.

ABSTRACT

This work brings the assumption that every act of communication has an intention through which it aims to persuade its target audience. Thus, this article aims to analyze the soothing effect provoked by the speech of President Lula, on August 12th, 2005, when he was called to pronounce about the scandal known as "Mensalão". The soothing effect lies on the introduction of his text which intends to persuade his reader so as to escape from the reality of the scandal. This questioning becomes

* Professor de Língua Portuguesa no Departamento de Pós Graduação da PUC/SP. E-mail: luizanferreira@terra.com.br

** Coordenador Pedagógico da Faculdade Anhanguera de Taboão da Serra, SP. E-mail: marcelo.cavalcante@unianhanguera.edu.br

possible in the light of the Theory of Argumentation, by Perelman and also by the Aristotle's Rhetoric.

KEYWORDS: Persuasion. Seduction. Soothing effect. Introduction.

O QUE É UM EXÓRDIO?

Em inglês, a palavra *soothing* refere-se a algo que suaviza uma dor, acalma ou cala uma pessoa que se encontra brava ou em estado alterado. Pode, também, referir-se a um estado de êxtase hipnótico, a um estado de entorpecimento provocado pelo controle exercido por alguém.

Este trabalho parte do princípio de que todo ato de linguagem serve não apenas para informar, para comunicar algo, mas, sim e antes de tudo, para influenciar, para persuadir outrem. Nesse sentido, a linguagem se situa entre dois pólos: o da influência e o da ação. Quem influencia tem em mente levar alguém a agir, a executar algo, a provocar uma transformação de um estado inicial. Essa é uma boa conceituação para o que se entende por ato de argumentar. Segundo Perelman (1996:61), a "argumentação é uma ação que visa a modificar um estado de coisas preexistentes". E essa transformação se dá pelo discurso, pelo manuseio dos recursos linguísticos que a língua nos oferece. Argumentar pelo discurso é um exercício de convencer e de persuadir, e, a persuasão se dá pelo bom gerenciamento dos recursos emotivos. O bom orador, pois, é aquele que sabe tocar as emoções de seu ouvinte. Cícero, em sua obra *Retórica a Herênio* (2005), já destacava que o bom discurso tem por função o *docere* (instruir, ensinar), *delectare* (agradar) e o *move* (comover, impressionar o auditório).

Dessa forma, podemos dizer, que a argumentação, como ação discursiva e comunicacional, configura-se como um ato essencial da atividade humana: todo homem, ao agir sobre o mundo e os outros, pratica a argumentação, pois por ser dotado de opiniões, crenças, valores, tenta fazer com que os outros partilhem dessas crenças e valores.

Para Perelman & Tyteca (1996:5), a argumentação é ainda "o estudo das técnicas discursivas que permitem provocar ou aumentar a adesão das pessoas às teses que são apresentadas para seu assentimento". Nesse caso, a argumentação não tem como objetivo transmitir ou fazer partilhar uma informação, mas, sim e, sobretudo, uma opinião. A opinião

é um ponto de vista que sempre supõe um outro ponto de vista possível; é ao mesmo tempo o conjunto de crenças, dos valores, das representações do mundo e da confiança nos outros que um indivíduo forma para ser ele mesmo. Portanto, por estar no mundo da doxa, a argumentação não consiste em demonstrar o que é verdadeiro ou falso, certo ou errado. Pertence nessa perspectiva, ao campo do verossímil, do que parece ser, das possibilidades, dos valores, do consenso, da negociação.

Enfim, por sua dinamicidade natural, a argumentação compreende sempre uma mudança, tende a modificar o contexto de recepção, ou seja, as opiniões do auditório. O auditório, depois do ato argumentativo, não dispõe simplesmente de uma opinião a mais sobre o que acreditava, mas uma mudança de ponto-de-vista ou até de visão de mundo. Enfim, pelo menos parte desta visão se liga ao argumento apresentado. Ressaltamos, por fim, que, embora as provas lógicas, racionais, sejam importantes para atingir os objetivos do retor, a argumentação não dispensa os recursos emotivos, ligados à sedução e, desse modo, razão e emoção se interpenetram na constituição do processo argumentativo.

O bom orador é capaz de articular, com precisão, essa "mola dos afetos" e da razão. A ação retórica, pois, implica um sujeito falante que se dirige a um auditório porque pretende atingir um certo número de objetivos e só possui o discurso como arma de persuasão. A retórica considera um instante fundamental para a concretização desse ato: o instante da "actio": todos os fatores enlencados acima se congregam, no instante em que se atualiza o discurso, em gestos discursivos de convencimento e de persuasão. Esses gestos discursivos podem conter objetivos menos ou mais explícitos para o auditório. Uma classificação possível para o grau persuasivo impresso durante a actio pode ser encontrada nos estudos de Patrick Charaudeau¹, que inclui a persuasão como um objetivo dentro de um quadro maior que pretende a manipulação do fazer do auditório (1996: 30-33):

- Factitivo corresponde a uma finalidade de manipulação do outro para o fazer agir num sentido que seja favorável ao sujeito

¹ In.: CARNEIRO, Agostinho Dias. O Discurso da Mídia. Rio de Janeiro: Oficina do Autor, 1996.

falante. Consiste, para o sujeito falante, em fazer fazer ou fazer dizer qualquer coisa ao outro, seja ordenando, se ele tem uma posição de poder, seja sugerindo, se ele não a possui.

- Informativo, o objetivo corresponde a uma finalidade de transmissão de Saber, que consiste, para o sujeito falante, em fazer saber alguma coisa ao outro.
- Persuasivo, o objetivo corresponde à finalidade de controle do outro pelo viés da racionalidade, que consiste para o sujeito falante em fazer crer alguma coisa ao outro.
- Sedutor, o objetivo corresponde à finalidade de controle do outro, mas neste caso pelo viés de agradar. Ele consiste, para o sujeito falante, em fazer prazer ao outro. É aqui que se situam os elementos imaginários e míticos, como os da construção de um mito político, por exemplo.

Na verdade, todos esses elementos estão numa relação de dominância e não de exclusão. Todos eles se complementam para realizar a eficácia do ato retórica: levar o outro a um fazer, que pode acontecer no momento mesmo do ato comunicativo ou num momento oportuno. É importante ressaltar que como um ato retórico leva em conta os processos de sedução, todos os mecanismos persuasivos são meticulosamente preparados (na *inventio*, *dispositio* e *elocutio*) para atingir o objetivo primordial da argumentação: causar uma mudança de opinião, de ponto-de-vista e levar a uma ação. Na perspectiva da retórica, exploraremos, dentre as diversas partes da *dispositio*, sobretudo o exórdio.

Retomando os ensinamentos de Aristóteles, em sua Arte Retórica, capítulo XIII do livro II, o filósofo grego afirma que para ser coerente e eficientemente persuasivo, o discurso deve ter quatro etapas bem elaboradas: exórdio, narração, provas e peroração. Cada etapa desempenha uma função importante no discurso. Entretanto, a que será objeto de nosso estudo por sua importância, é o exórdio.

Cícero (op.cit.: 14) é enfático ao referir-se ao exórdio: “ao orador cabe mobilizar o afeto do ouvinte caracterizando-o de modo favorável”. Importa, assim, assegurar a adesão ao discurso. O exórdio tem por função:

- Produzir benevolência no auditório;
- Fazer atento e dócil o ouvinte.

Uma vez logrados estes objetivos, o orador praticamente tem o auditório ao seu favor e assegura a adesão pretendida.

O *SOOTHING* PRESIDENCIAL

Para demonstrar os efeitos persuasivos do exórdio, selecionamos o Discurso do Presidente da República, Luiz Inácio Lula da Silva, na abertura da reunião ministerial, realizada na Granja do Torto, em 12 de agosto de 2005. Naquela ocasião, o Presidente fora instado a se pronunciar sobre os rumores da existência do Mensalão, que começavam a escandalizar o país e a macular o *ethos* do Partido dos Trabalhadores. Ressalte-se que, no discurso instituído, o PT sempre combatera a corrupção e defendera a ética na política. Diante de uma situação bastante constrangedora para o presidente, a alternativa política seria provocar, pelo ato retórico, mudança de opinião sobre o assunto na mente do grande auditório brasileiro.

Considerando que todo discurso responde uma questão ou uma problemática, o Presidente Lula – esperavam todos – deveria dar satisfação à população sobre os escândalos do mensalão. Imaginava-se, antes do pronunciamento, que o exórdio já evidenciasse a tematização esperada. Contrariando as expectativas, o orador só mencionou o assunto fulcral do discurso na linha 46 do texto, ao afirmar: “Estou consciente da gravidade da crise política”. Esse procedimento, na classificação de Barthes (1975) é chamado “vacina”: consiste em confessar o mal accidental de uma instituição de classe, para melhor camuflar um mal essencial. O próprio governo se deteriorava em função das notícias, mas, o orador desviou a essência da crise governamental e atribuiu a “gravidade” a um universo bem mais amplo: o da política. A crise era bem mais ampla num ângulo, porque atingia os aspectos morais do ato de governar e bem menor em outro, porque desvelava o absoluto descaso aos procedimentos éticos no seio do próprio governo. A crise só era política porque ganhara dimensões imensas: indignara o país e ampliara a desconfiança tácita na classe política como um todo, desmontara a confiança de tantos brasileiros que, pelo voto, acreditaram

na possibilidade de mudanças necessárias, feitas por um governo petista. Do início da fala, momento em que o orador cumprimenta os "meus amigos e minhas amigas" (já denotando intimidade com o auditório) até a linha 46, evidencia-se que, já na inventio, o rumo escolhido para o exórdio revestira-se de cautela. Supõe-se que o orador necessitava de um poderoso ato de *soothing*, pois o auditório, sedento de justiça, mostrava-se desfavorável ao orador. Prudente, o retor precisaria valer-se de uma condição primeira, fundamental para a constituição de um bom exórdio: *captiatio benevolentiae*, isto é, obter a benevolência dos ouvintes, a fim de torná-los simpáticos, bem dispostos e favoráveis às teses que seriam apresentadas.

Em tese, o auditório seria constituído pelos novos ministros. Mas o canal de divulgação era público: a televisão transmitia o discurso para todo o país. O retor via-se, pois, diante de dois auditórios com sentimentos distintos: um, particular, que se moldava aos desejos do orador e outro, bem mais amplo, que, ávido por boas notícias, se colocava anonimamente diante do televisor. O auditório particular, composto pelos ministros e pelo vice-presidente, por certo já conhecia o teor da fala a ser pronunciada. Por isso, o discurso ao auditório particular parecia configurar-se como um simulacro discursivo. Ao presidente, importava o auditório ampliado: o povo, chamado – já na saudação – de "meus amigos, minhas amigas". Assim, ao incluir toda a nação em um só auditório, evidencia-se que a posse dos ministros, motivo do discurso, era apenas pretexto para "discutir" assuntos que dizem respeito a "toda a sociedade". O desvio temático é muito claro, mas, em retórica, uma argumentação vale pela causa a que serve e, no caso, era muito necessário realimentar o *ethos* do orador: "... quero saudar em especial os novos ministros que vêm reforçar a nossa capacidade de ação nesta segunda metade do meu mandato". O tom é apodítico, o discurso estabelece a hierarquia e fornece os papéis: os novos ministros são reforços no "meu" mandato. Ao redirecionar o discurso para seus novos ministros, reforçou a ideia da artificialidade daquele auditório particular, acentuou a ideia de que seriam coadjuvantes de um poder que já se configurara como competente, forte, e honesto: "Vocês estão entrando num governo, que apesar de todas as dificuldades, fez o Brasil retomar o caminho do progresso e da justiça social". Na verdade, os novos ministros, no interior do discurso, são apenas pretextos para solidificar a imagem de um governo diante de um auditório bem maior e, até aquele

momento, bastante ressentido devido às notícias que se espalhavam sobre as falcatruas palacianas.

A instância retórica exigia uma nova anatomia do ato retórico. A situação crítica, muito provavelmente, levou o orador a optar por uma introdução mais longa, distanciada do tema central. Têm-se, então, quarenta e cinco linhas de *soothing*. De algum modo, esse "desvio" temático contraria toda uma tradição retórica, que defende a brevidade do exórdio para captar a atenção do leitor e, assim, despertar-lhe o interesse pelo conteúdo a ser exposto. A situação retórica, porém, exigia outras estratégias persuasivas: obter a docilidade de um país inteiro, obter uma atitude receptiva para aceitar a condução dos argumentos que seriam apresentados. Sem, pois, tocar objetivamente no tema, o orador iniciou a narração enumerando as grandes realizações do governo. O intuito é visível: provocar uma paixão eufórica, na medida em que são destacados apenas feitos considerados positivos e, por unanimidade, considerados como aqueles que melhoraram a vida do brasileiro.

Alternando a primeira e a terceira pessoa, o presidente incluiu-se entre os membros do auditório: "Fiz questão de que as minhas palavras neste encontro de trabalho fossem abertas à população brasileira. Temos assuntos importantes a discutir...". Logo depois, ressaltando a primeira pessoa, enfatiza o *ethos* construído ao longo de sua carreira política: "Mas o que mais me orgulha, pela minha história e pelo compromisso que tenho com a gente humilde de nossa terra...". O efeito *soothing* é meticolosa e cuidadosamente preparado: depois de rememorar com o auditório as qualidades do orador, era preciso impressionar de modo "narcotizante". Inicia-se, então, uma profusão de números, dados estatísticos, cálculos, cifras, somas, multiplicações, porcentagens como provas das medidas positivas ocorridas na gestão do orador:

"Voltamos a crescer (...) gerando milhões de empregos (...)
(l.15)

"(...) as exportações ultrapassam a casa dos 110 bilhões de dólares nos últimos meses". (l.20).

"Em 30 meses já criamos 3 milhões, 135 mil novos empregos(...). Isso significa 104 mil novas vagas formais por mês, 12 vezes mais que a média dos anos 90(...) (l.25,26,27)

"(...) fizeram a produção de bens de capital crescer 10% nos

últimos dois meses. (l.34)”.

(l.36) “Na área social, 7 milhões e 500 mil famílias de brasileiros(...)

“Até o final do ano, 8 milhões e 700 mil lares(...) “ (l.36)

“(...) as vendas nesse setor cresceram 21% no segundo trimestre (...)” (l.42)

Como é fácil perceber, à medida que desenvolvia o exórdio, os dados numéricos e estatísticos iam-se avolumando e distanciando o ouvinte do foco da questão a ser respondida. Esse processo “inebriante” de dados positivos, que não podiam ser comprovados durante o ato retórico, pretendiam criar uma sensação de euforia, de satisfação, efeito que, se conseguido, seria inteiramente favorável ao orador. Os feitos positivos, as realizações, o crescimento da economia, “comprovada” pelos números, passariam, na realização do ato retórico, a ser mais forte do que a própria crise.

O uso de dados estatísticos é muito funcional em retórica e atua como um forte argumento que revela uma proposição destinada a levar à admissão de outra. Na articulação do exórdio, pois, é ressaltada a estratégia denominada “quantificação da qualidade”, isto é, reduziu-se a qualidade à quantidade com evidente a intenção de provocar uma sensação eufórica para, no decorrer da explanação, estancar o impacto do escândalo da corrupção. Esse gesto discursivo, factitivo, embutia uma estratégia persuasiva: mostrar ao auditório que as conclusões até então conhecidas sobre o escândalo do mensalão mereciam considerações de outra ordem, pois, o país se desenvolvia, a despeito de tudo: “Tenho certeza de que o povo sente a diferença, pois o país está mudando para melhor”.

O esforço do retor era construir simbolicamente a realidade, determinar, por meio de apelos, um novo estado de espírito à nação. Por isso, a invocação de sentimentos de família, pátria, competência, solidariedade e justiça se enovelam no ato retórico e ampliam o *ethos* do retor. O exórdio comprido, distante do tema suposto para o discurso, encaminhava o ouvinte para a “demonstração” de argumentos aparentemente lógicos que, por sua vez, considerando-se o estado emocional do auditório diante da situação retórica, provocaria as paixões, legitimaria interesses, tocaria na mola do amor próprio do brasileiro. Fugir, pois, à temática esperada criou uma hipérbole dos

atos governamentais e encaminhou o auditório para outro objetivo: o de sedução, aquele que consiste, para o sujeito falante, em fazer prazer ao outro. É nesse instante que se reforçam os elementos imaginários e míticos do *ethos* presidência e se confirma o *soothing*.

Diante desse escamoteamento da real problemática a ser respondida, urgia reconfigurar no povo brasileiro a sensação de bem-estar aparente. O auditório precisava ser levado a reagir docilmente. Valendo-se da hipérbole como um efeito narcotizante, a atenção do auditório se desloca e se universaliza: o presidente fala para um ouvinte que deve compreender que os fatos mostrados estão acima das mesquinhas de quaisquer partidos políticos, dirige-se ao *uomo qualunque*, aquele ser que está para além das mazelas políticas; dirige-se ao ser comum, dotado de bom senso e amor ao país. Não é possível, durante o ato retórico, confirmar se as premissas são ou não verdadeiras e essa é a vantagem retórica: torná-las verossímeis. Ao associar questões políticas a questões morais, o presidente precisava, sobretudo, conquistar uma confiança presumida em suas ações, em sua capacidade governamental e em seus propósitos éticos. Devia restar no auditório a sensação de que todas as notícias escandalosas eram fruto de manobra política, um complô para impedir o progresso e o crescimento do país. Seja qual for o teor do discurso que se seguiria depois do exórdio, o auditório estaria preparado para julgar que os argumentos demonstrativos, contidos nos números, apenas comprovavam que, a despeito dos argumentos contrários à forma como o governo conduzia sua política, o presidente mantinha-se íntegro e competente na condução das questões fundamentais que afligiam o país.

Os números, também, fechavam o leitor num circuito que não permitia a contra-argumentação, o questionamento e esse é um artifício retórico muito contundente, pois cria uma realidade verossímil num discurso autoritário e, grosso modo, legitimado pelas estatísticas.

REFERÊNCIAS

ARISTÓTELES. *Arte Retórica e Arte Poética*. Rio de Janeiro: Editora Tecnoprint Ltda.

BARTHES, R. *Retórica Antiga*. In: Cohen, J. et al. *Pesquisas Retóricas*.

Petrópolis, Vozes, 1975.

CARNEIRO, A. D. *O Discurso da Mídia*. Rio de Janeiro: Oficina do Autor, 1996.

CÍCERO. *Retórica a Herênio*. Trad. De Ana Paula Clestino Faria e Adriana Seabra. São Paulo: Hedra, 2005.

PERELMAN, C. *O Tratado da Argumentação: a Nova Retórica*. Trad. Maria Ermantina Galvão. São Paulo: Martins Fontes, 1996.

PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA. Secretaria de Imprensa e Porta-Voz. Discurso do Presidente da República. Disponível em www.presidencia.gov.br, acesso em 12 de agosto de 2005.

ANEXO

Discurso do presidente da República, Luiz Inácio Lula da Silva, na abertura da reunião ministerial.

Granja do Torto, 12 de agosto de 2005.

Meus amigos,
Minhas amigas.
Boa tarde,

Meu querido companheiro José Alencar, vice-presidente da República e ministro da Defesa,

Minhas companheiras ministras e ministros, que participam desta reunião.

Fiz questão de que as minhas palavras neste encontro de trabalho fossem abertas à população brasileira. Temos assuntos importantes a discutir que dizem respeito a toda sociedade. Mas, antes de mais nada, quero saudar em especial os novos ministros que vêm reforçar a nossa capacidade de ação nesta segunda metade do meu mandato. Vocês estão entrando num governo, que apesar de todas as dificuldades, fez o Brasil retomar o caminho do progresso e da justiça social.

Voltamos a crescer, mas desta vez de maneira sustentável, com a inflação baixa e, o que é mais importante, gerando milhões de empregos no campo e nas cidades. Tenho certeza de que o povo sente a diferença, o país está mudando para melhor.

A inflação é a menor dos últimos cinco anos, a produção industrial registra aumentos sucessivos. Na balança comercial as exportações ultrapassam a casa dos 110 bilhões de dólares nos últimos doze meses. É o melhor resultado da nossa história.

Mas o que mais me orgulha, pela minha história e pelo compromisso que tenho com a gente humilde da nossa terra, é a forte retomada da oferta de trabalho. Em 30 meses já criamos 3 milhões, 135 mil novos empregos com carteira assinada. Isso significa 104 mil novas vagas formais por mês, 12 vezes mais que a média dos anos 90, sem falar nos postos de trabalho no mercado informal e na agricultura familiar.

Criamos um ambiente favorável para a volta dos investimentos. Projetos no valor de mais de 20 bilhões de dólares já estão programados para entrar em operação na nossa economia.

Novas frentes de expansão em energia elétrica, transportes, novas fábricas e construções fizeram a produção de bens de capital crescer 10% nos últimos dois meses. Na área social, 7 milhões e 500 mil famílias de brasileiros mais humildes têm garantido o acesso a uma renda mínima através do programa Bolsa Família. Até o final do ano, 8 milhões e 700 mil lares serão beneficiados pelo programa.

Uma revolução está em marcha no mercado de consumo popular no nosso país. Expandimos o crédito com desconto em folha e muitos trabalhadores puderam pagar as suas dívidas e comprar uma geladeira, um fogão ou outro bem desejado por suas famílias.

Por isso, as vendas nesse setor cresceram 21% no segundo trimestre, comparado ao mesmo período de 2004. Este país não pode parar. Tenho certeza de que este é o desejo da sociedade brasileira.

Companheiros ministros e ministras,
Estou consciente da gravidade da crise política.