

ESTRATÉGIAS DE PERSUASÃO RECUPERÁVEIS NO DISCURSO ELEITORAL DE BARACK OBAMA

Mihaela Anca Crişanⁱ

Resumo: Este trabalho analisa a maneira pela qual o material semiótico verbal, paraverbal e não verbal funcionam nas encenações com vistas à persuasão em um gênero de discurso preciso: o debate político televisionado. Nosso objetivo é demonstrar que uma análise pertinente das estratégias persuasivas deve levar em conta também os níveis gestuais e entonativos. Assim, os níveis paraverbal e não verbal da comunicação política serão descritos levando-se em consideração três provas clássicas: o *logos*, o *pathos* e o *ethos*. Este trabalho propõe uma análise teórica de um *corpus* representado por um fragmento retirado dos debates eleitorais presidenciais que ocorreram nos Estados Unidos, em setembro de 2008. Os participantes são os dois candidatos presidenciais Barack Obama e Jonh MacCain, mas o fragmento compreende uma entrevista de Obama que trata da assistência à saúde.

Palavras-chave: Persuasão. Gestos. Entonação. Debates eleitorais.

Abstract: This paper analyzes the use of language, gesture and intonation in a persuasive type of discourse - the electoral debates on television. Our aim is to show that a proper analysis of the persuasive strategies should take account of the bodily behavior as well. Thus, the non-verbal and the verbal levels of political communication will be described and classified in terms of the persuasive strategies they pursue: *logos*, *ethos* or *pathos*. This paper isn't a theoretical one. It is supposed to be a practical analysis of the persuasive strategies that appear in a fragment of the electoral debate which took place in the United States in September 2008. The protagonists are the two presidential candidates Barack Obama and John McCain but the fragment which is analysed belongs to Obama's intervention on the topic of health care.

Keywords: Persuasion. Gesture. Intonation. Electoral debates.

ⁱ Doutoranda em Filologia Francesa pela Universidade Babeş-Bolyai, Romênia. E-mail: mihaela.laceanu@gmail.com.

Introdução

O presente trabalho propõe uma análise do material semiótico verbal, paraverbal e não verbal, postos ao serviço da persuasão e da maneira pela qual este material se manifesta em um fragmento extraído do debate eleitoral presidencial, ocorrido nos Estados Unidos, com a participação dos candidatos B. Obama e J. McCain. Esta contribuição está integrada a uma pesquisa mais ampla que estabelece uma análise comparativa da encenação do evento mediático em três debates que pertencem a três culturas conversacionais diferentes. Trata-se dos debates presidenciais ocorridos na Romênia em 2004 entre Train Basescu e Adrian Nastase, na França em 2007 entre Nicolas Sarkozy e Ségolène Royal e nos Estados Unidos em 2008 entre Barak Obama e Jonh McCain.

Partimos de duas premissas para legitimar o andamento deste trabalho. Como premissa geral, notamos o fato, já evidente, que a comunicação linguageira ultrapassa o sistema verbal e que a análise da comunicação de muitos canais se impõe como necessária. Quanto à premissa específica, ela se refere à mutação a que é submetida a retórica política durante o período televisivo. Em *La parole persuasive*, B. Buffon (2002) se dedica ao funcionamento cruzado da mídia e das interações políticas, sempre observando que a televisão desestrutura a palavra política e que a comunicação não verbal se torna determinante, enquanto que o peso do discurso se ameniza.

A partir dessas premissas, queremos mostrar que para darmos conta das empreitadas persuasivas utilizadas num discurso eleitoral, é necessário considerar também o material semiótico paraverbal e não verbal e não apenas a cadeia verbal como a maior fonte das teorias da argumentação. Assim, propomos demonstrar como os índices gestuais-posturais-mímicos e entonativos, considerados como parte integrante do

objetivo comunicativo global, colocam-se, junto com o verbal, ao serviço das três estratégias persuasivas: o *logos*, o *pathos* e o *ethos*. Lembramos ainda que a quinta etapa da retórica clássica – o *actio* – aplica-se ao exercício da palavra pública, mais precisamente sobre a voz e o gesto.

Retórica, argumentação e persuasão: a busca de um quadro teórico

Tratar da persuasão significa fazer uma incursão na retórica. Segundo a concepção clássica, a retórica é a arte de persuadir. É a posição adotada e imposta por Aristóteles através dos séculos.

Atualmente, mesmo que a retórica tenha atravessado um período de descrédito e de (de)legitimação, sendo reduzida ao *status* de “arte ornamental”, todos os teóricos procuram se posicionar em relação à herança de Aristóteles, seja para continuá-la ou dela se distanciar. Porém, argumentação e retórica não significam a mesma coisa. Do ponto de vista da organização clássica das disciplinas, a argumentação está ligada à retórica, vista como “arte do bem falar”, e à lógica, vista como “arte de pensar”. (C. Plantin, 1996, p. 9). As teorias modernas da argumentação se esforçam para articular essas duas formas de argumentação sem reduzi-las.

Hoje em dia, o domínio da argumentação é imenso e recebe pesquisas sob pressupostos e objetivos muito variados. Trata-se, sobretudo, de aproximações retóricas representadas pela “nova retórica” de C. Perelman e de L. Olbrechts-Tyteca, que insiste na dimensão comunicacional de toda a argumentação e sobre a influência recíproca que se estabelece entre o orador e seu auditório.

As argumentações lógicas da argumentação são inspiradas pela teoria do silogismo científico de Aristóteles; pode-se mencionar entre outras aproximações: “a lógica informacional”, de inspiração anglo-saxônica,

teoria de tendência normativa que se propõe a desenvolver instrumentos que permitem analisar e avaliar os argumentos e a “lógica natural” de J.-B. Grize, teoria centrada sobre os aspectos cognitivos da argumentação.

No que concerne às aproximações pragmáticas, pode-se distinguir várias direções de pesquisa: a teoria pragma-dialética da argumentação propostas pelos holandeses F. Eemeren et J.-C. Anscombe, a análise das conversações iniciadas por J. Moeschler, os estudos das interações argumentativas desenvolvidas por C. Plantin, que toma como quadro de referência teórica a pragmática das interações verbais elaborada pelo Grupo de pesquisa sobre Interação Conversacional (GRIC) da Universidade Lyon II, do qual os principais representantes são Catherine Kerbrat-Orecchioni e Véronique Traverso.

Visto que nosso objeto de estudo é a persuasão, é evidente que estas teorias não nos interessam totalmente. Vamos privilegiar ora uma, ora outra em função do que elas entendem como norma argumentativa: a eficácia ou a verdade.

A teoria que nos foi mais útil é “a análise da argumentação no discurso” de R. Amossy. Ela ocupa um lugar à parte no quadro da nossa abordagem por diversas razões. Primeiramente, essa teoria está centrada sob a eficácia do discurso, sob sua dimensão persuasiva e não sob sua validade. É uma teoria descritiva. A segunda razão é que a teoria proposta por R. Amossy é integrativa; ela tira proveito das aquisições das teorias retóricas, lógicas e pragmáticas.

Essa teoria interessa também à nossa abordagem por causa da relação estreita que ela estabelece com a retórica. Ao tentar reintegrar a retórica no espaço da ciência das linguagens, R. Amossy chega à conclusão que: “os termos da retórica e da argumentação são intercambiáveis” (cf. R. Amossy, 2010, p. 8). Em decorrência dessa aproximação, os meios afetivos da retórica clássica, o *ethos* e o *pathos*

estão integrados ao quadro da argumentação, que privilegiava até então o *logos*. O *ethos* representa a imagem de si, que o orador constrói em seu discurso, o *logos* repousa principalmente sob o entendimento lógico e as estratégias discursivas que subjazem ao discurso sob uma intenção persuasiva e lhe confere sua validade, enquanto que o *pathos* visa às afeições que influenciam a disposição do auditório.

Estas três provas clássicas serão os parâmetros de análise do material semiótico verbal, paraverbal e não verbal em nosso fragmento retirado do debate eleitoral americano.

Para além do verbal: a importância da comunicação multicanal

Todas as teorias de argumentação, apresentadas acima, sejam elas retóricas, lógicas ou pragmáticas, exploram tão somente o nível verbal do processo argumentativo.

Nosso objetivo é de “fazer reviver” a antiga etapa da retórica clássica: o *actio*, que se ligava à voz e aos gestos do orador. Consideramos que o material semiótico verbal, paraverbal e não verbal são partes integrantes do objetivo comunicativo global e que uma análise pertinente dedicada à persuasão deve se ater a todos esses três elementos da comunicação.

Antes de passar a nossa análise do *corpus*, consideramos necessárias algumas precisões de ordem instrumental e funcional, tomando-se em consideração os índices gestuais-posturais-mímicos e entonativos.

O material semiótico paraverbal e os parâmetros entonativos

Não nos propomos, aqui, de redigir uma “gramática da entonação”. Nosso objetivo é analisar a conjunção dos índices entonativos e gestuais-posturais-mímicos, posto a serviço da persuasão.

Na intenção de descrever o paraverbal, utilizamos quatro parâmetros entonativos: *a altura da melodia, a intensidade, a duração e a pausa-silêncio* (cf. D. Bouvet et M.-A Morel, 2004). As convenções de transcrição (ver anexo) estabelecem de maneira precisa a maneira pela qual estes parâmetros estão inseridos na transcrição do *corpus*. As abordagens modernas, dentro do domínio das marcas entonativas utilizam, atualmente, os programas PC para fazerem frente a esses parâmetros. Consideramos, no entanto, que o presente trabalho não impõe tal empreitada, visto que estamos interessados no efeito persuasivo produzido pelos índices entonativos e não pela sua produção física.

O material semiótico não verbal – quadro metodológico

Primeiramente, devemos tornar claro que os pesquisadores em comunicação não verbal ampliaram a concepção do termo “gesto” ao “conjunto de movimentos simultâneos expressivos do corpo: postura, jogos de fisionomia, gestos (G. Calbris, 2003:10) e, a partir de então, utilizaremos, sobretudo, este termo no lugar de “índices gestuais-posturais-mímicos”.

A análise do gesto conheceu uma evolução relativamente longa, cujo momento importante está representado pela criação da “Kinésica” (estudo das maneiras de se movimentar e de utilizar o corpo) nos anos de 1950 por R. Birdwhistell.

Atualmente, a análise do não verbal adota, sobretudo, uma perspectiva cognitiva, segundo a qual o estudo dos gestos é importante para dar conta do processo cognitivo que se encontra na base da atividade languageira. Esta é a perspectiva adotada em nossa abordagem.

A fim de poder descrever o funcionamento dos gestos, vamos utilizar os conceitos de G. Calbris introduzidos em sua obra *L’expression gestuelle de La pensée de l’homme politique*

(2003). Para fins operacionais, ela decompõe os gestos em vários elementos físicos: *o segmento, a configuração, a orientação, o movimento, a lateralidade*, todos podendo ser portadores de sentido.

O segmento é o mais importante. Trata-se da parte do corpo afetado: as sobrelombas, os olhos, a boca, a cabeça, o peito, os braços, as mãos. A configuração é também essencial para dar conta dos movimentos das mãos. G. Calbris redige uma lista de configurações próprias ao gestual do homem político, sempre associando a estas configurações significações potenciais que vamos ilustrar em nossa análise. Os outros elementos: a orientação (em direção a si, ao céu, ao outro), o movimento (fechamento, abertura) e a lateralidade (à direita, à esquerda) também podem dar entendimento às caracterizações, juntamente com os movimentos das mãos, dos braços ou do olhar.

Para transcrever esses índices gestuais, vamos utilizar descrições verbais colocadas em colchetes e inseridas no discurso no momento no qual os gestos são produzidos.

O terceiro debate eleitoral americano: o problema da assistência à saúde

Nosso *corpus* consiste em um fragmento do debate eleitoral presidencial que ocorreu nos Estados Unidos, em 15 de outubro 2008, e que foi transmitido pelo canal de televisão C-SPAN. Trata-se do último debate de uma série de três, uma vez que nos Estados Unidos a tradição impõe que os candidatos, antes das eleições, se encontrem três vezes para debaterem. Os participantes são os dois candidatos presidenciais B. Obama e J. McCain e o moderador B. Schieffer.

O fragmento escolhido, uma intervenção do atual presidente dos Estados Unidos, recai sobre o tema social: assistência à saúde (para a transcrição consultar anexo). Estamos interessados na maneira pela qual o candidato

americano conseguiu colocar, a serviço da persuasão, os três tipos de material semiótico: verbal, o paraverbal e o não verbal, *subordinando-os* às três provas clássicas (o *logos*, o *pathos* e o *ethos*).

Antes de tomarmos a análise propriamente dita da intervenção de Obama, consideramos importante, em decorrência das necessidades impostas, esclarecer que o quadro genérico e institucional também exerce sua força sobre as empreitadas persuasivas preparadas para um líder americano. A análise das estratégias persuasivas, empregadas pelo candidato presidencial, não pode negligenciar o fato de que sua intervenção é produzida dentro do quadro de debate eleitoral. Tradicionalmente, o formato dos debates presidenciais americanos impõe que os candidatos estejam localizados lado a lado, diverso do que se pode observar na França, onde os debates presidenciais estão organizados cara a cara. Essa estruturação do espaço mediático influencia muito a dinâmica interacional e, em consequência, a natureza da estratégia de persuasão. Nos debates americanos, as trocas diretas entre os candidatos presidenciais são raras, visto que, habitualmente, elas são requisitadas pelos mediadores ou pelos representantes da população através das câmeras.

A intervenção do candidato democrata ilustra exatamente esta circulação da palavra, própria aos candidatos presidenciais americanos. Do ponto de vista do *logos*, as estratégias persuasivas do líder americano, acionadas nesta intervenção, respeitam o cenário clássico dos contos populares e das narrativas de aventura. É P. Charaudeau que observa a semelhança entre a estruturação do discurso eleitoral e o cenário dos contos de fada. Trata-se, nos dois casos, “de uma situação descrevendo um mal, determinação da causa desse mal e reparação desse mal pela intervenção de um herói sobrenatural” (Chareadeau, 2005, p. 70). Desta maneira,

para obter o voto dos eleitores, o candidato americano lhes explica que há uma carência e que seu programa político é capaz de preencher essa lacuna; ele correlaciona o objetivo de “fazer votar” a outro objetivo do qual o eleitor será beneficiário. A intervenção de B. Obama está bem organizada em torno de um encadeamento lógico impecável. É, sobretudo, o *logos* que o líder americano explora em seu discurso.

Outro aspecto sobre o qual gostaríamos de nos dedicar é a relação de Obama com seu oponente, J. McCain. Mesmo que os dois candidatos americanos sejam os representantes de dois partidos cuja rivalidade é histórica - o Partido Democrata e o Partido Republicano - a intervenção de B. Obama não traz nenhum traço desta rivalidade, nem sob o aspecto ideológico, nem sobre o interpessoal. Ao contrário, a única vez que ele menciona o nome de seu adversário é para insistir sobre o que eles têm em comum (“*what we’re gonna do is to provide you the optio of buying into the same kind of federal pool that both senator Mc.cain and I enjoy as federal employees*”). Esta atitude pacifista em relação a seu adversário político caracteriza o discurso de B. Obama. Ele consegue persuadir, convencendo os eleitores do bem fundamentado pelo seu programa e não desqualificando a imagem de seu adversário. Assim, ele criou para si um *ethos* de benevolência e de cooperação.

No que concerne ao componente gestual de seu discurso, é, sobretudo, seu olhar que tem uma função persuasiva. Dividimos a intervenção de B. Obama em três seqüências em função de seu olhar. Quanto aos índices entonativos, ele pronuncia seu discurso com uma locução muito lenta, insistindo sobre algumas palavras que são marcadas por uma intensidade mais forte.

Dividimos a intervenção de B. Obama que recai sobre a assistência à saúde em três seqüências, em função da direção do seu olhar. Trata-se de uma intervenção reativa em

relação à questão colocada pelo mediador. A questão desse mediador pressupõe a necessidade de uma escolha (“[...] would either of you now favor controlling health care costs over expanding health care coverage”).

Na primeira parte de sua intervenção Obama tem um olhar direcionado ao jornalista. Ele se propõe a responder a questão que lhe foi dirigida, enunciando a sua tese: ele deve conciliar os dois objetivos – controlar os custos do sistema medical e estender a cobertura da assistência à saúde. Ele constrói um *ethos* de pessoa ambiciosa, que não quer optar por uma das medidas propostas, mas sim realizar as duas. O trunfo desta estratégia persuasiva é de ao mesmo tempo conquistar a empatia e reforçar um senso de responsabilidade.

Assim que ele faz referência a seu projeto político (“that’s exactly what my plan does”), a pronúncia da palavra “plan” é precedida por um gesto que reúne as mãos numa configuração de enquadramento. Esta configuração, que aparece frequentemente no discurso de B. Obama, tem - segundo G. Calbris (2003) - uma semântica muito rica. Neste caso, ela faz existir espacialmente o objeto fictício tanto quanto a palavra que o designa. Esse gesto é importante visto que ele concentra a atenção do auditório sobre o projeto que será enunciado.

Mas antes de enunciar seu projeto político, o candidato se põe a evocar as falhas – a situação precária do sistema de assistência, que legitima, enfim, seu projeto. Para fazê-lo, ele escolhe uma estratégia que visa ao *phatos*. Ele dá um exemplo: duas mulheres sofrem por causa dessa carência. As emoções que ele quer provocar, junto aos eleitores, ele mesmo as sente e as exprime de maneira explícita: “*this is the issue that Will break you heart over and aver again*”. O emprego do verbo no futuro tem o efeito de projetar este sofrimento em direção ao devir, o que torna o projeto político do candidato democrata ainda mais necessário.

Assim, a questão da construção das emoções no discurso interessa muito às teorias da argumentação. Mesmo que não nos permitamos entrar em detalhes agora, devemos salientar que o sentimento que o orador suscita em seu auditório não se confunde com aquele que ele exprime ou que ele sente. (Amossy, 2010, p. 166). Isto não quer dizer que no exemplo acima o sentimento de tristeza, mencionado pelo candidato americano, de maneira explícita, pode produzir junto aos cidadãos um efeito emocional diferente, mesmo contraditório, determinado pela satisfação de encontrar um candidato que é sensível ao sofrimento do povo.

Observamos que, em seguida, Obama baixa seu olhar várias vezes assim que fala dessa situação triste. Este olhar rebaixado poderia indicar uma prova de empatia por parte do candidato democrata, que parece sentir, ele mesmo, esta tristeza dos americanos. Para melhor evocar esta cena, ele faz gestos de imitação – ele faz o gesto do aperto de mãos e gestos de função referencial, que representam o que ele está pensando naquele exato momento. Assim que ele pronuncia a palavra “yesterday”, seu indicador direito indica um ponto imaginário sobre a linha do tempo.

Se a primeira parte da intervenção de B. Obama é, sobretudo, afetiva, a segunda está calcada no *logos*. É a parte em que apresenta seu projeto político. Ele não olha mais o jornalista. Ele decide pronunciar seu projeto político com os olhos em direção à câmera. Esta mudança de direção do olhar explora o *ethos*, pois ele quer se mostrar crível e sincero.

Ele deixa de lado a estratégia do “tropa comunicacional” (kerbrat-Orecchioni, 1995, p. 100), adotada até aqui, e se direciona diretamente aos eleitores. Assim, essas estratégias de persuasão, até aqui indiretas, mudam graças a essa manobra não verbal e visa diretamente seu alvo. Ao dirigir-se diretamente aos eleitores, ele os divide em duas categorias. No que concerne àqueles que

já têm uma assistência médica, ele se interessa em acalmá-los, a palma direita à frente. A sequência repetitiva, “keep your health insurance, keep your choice of doctor, keep your plan” visa a um efeito patético e a construção de um *ethos* de sistematicidade. Quanto àqueles que não têm assistência, ele lhes impõe seu projeto. Neste momento, ele está preocupado em mostrar que seus argumentos são razoáveis e importantes. Os gestos falam também. Ele executa gestos de função demarcativa que têm a intenção de tornar sua mensagem mais inteligente e evidenciar certas palavras. A configuração dominante é o gesto de enquadramento que, acompanhada de um movimento de escansão (movimento do alto ao baixo), confere às suas propostas um aspecto categórico. O candidato também emprega gestos de precisão: o indicador à frente e abaixo. Enfim, como um verdadeiro pedagogo que se interessa em que sua mensagem seja bem compreendida, ele se utiliza também dos dedos para salientar as medidas que ele propõe.

Esta separação que o candidato opera junto aos cidadãos, entre os eleitores que já têm uma assistência à saúde e junto àqueles que não a possuem, é estratégia. Ela permite ao candidato democrata incluir em seu projeto persuasivo um número grande de eleitores.

Esta etapa (na qual o candidato expõe seu projeto eleitoral no que tange a assistência à saúde), o olhar em direção à câmera inclui dois aspectos importantes surgidos do *logos*. Primeiramente, é importante notar que o candidato emprega o futuro para enunciar as medidas que fazem parte do seu programa, vistas como factíveis. Além disso, o emprego do pronome pessoal no plural “we” transmite a mesma ideia: é programa factível, visto que o agente que assegura seu funcionamento não é único; ele age dentro de uma situação de equipe, o torna mais forte, assim sendo, mais competente.

No que se refere à terceira parte da intervenção do líder americano, ela está marcada novamente pela mudança de direção de olhar. Assim que ele enuncia os limites do seu projeto (“this will cost some money on the front end”), ele prefere se dirigir indiretamente aos eleitores pelo “tropo comunicacional”. Seu olhar está, então, dirigido novamente para o jornalista. O olhar é essencial para estabelecer o contato.

Mas ele termina sua intervenção de maneira otimista, exprimindo sua convicção de que seu projeto terá resultados no futuro. Ele utiliza novamente o gesto de enquadramento, deslocado para baixo, para insistir de maneira categórica sobre a unicidade de seu projeto (“*this is the only way that not only we’re gonna families healthy but it’s also how we’re gonna save the federal budget*”).

Apesar dessas estratégias efetivas apresentadas, a intervenção de B. Obama se apoia em um conjunto de procedimentos lógicos. Ele se propõe em provocar a adesão dos eleitores, convencendo-os do caráter racional do seu projeto. Sua expressão gestual, sobretudo na segunda parte da sua intervenção, dá conta do caráter estrutural e rigoroso que ele quer impor a sua intervenção. Já dissemos que ele utiliza muitos gestos de escansão que colocam um ritmo em seu discurso e dão mais força as suas palavras.

Considerações finais

Na intenção de concluir, queremos exprimir, primeiramente, nossa esperança de que o andamento deste trabalho tenha podido ilustrar como as estratégias de persuasão se desenvolvem sobre todos os três níveis de comunicação: o verbal, o paraverbal e o não verbal.

Analisados do ponto de vista da subordinação às três provas persuasivas clássicas - o *logos*, o *pathos* e o *ethos* - observamos que os índices gestuais e

entonativos têm funções persuasivas diversas. As variações de intensidade, tanto quanto as provas e as pausas e os movimentos de escansão, imprimem o ritmo do discurso e colocam em relevo as palavras chave. O olhar tem um papel essencial no estabelecimento do contato, mas ele pode também amplificar, modificar e contradizer o efeito das palavras. As configurações das mãos tal como a pinça digital, o indicador, a autocentralidade têm significações constantes que agem como modalizadores em relação à cadeia verbal.

Torna-se, então, evidente que para garantir sua pertinência, uma análise do discurso persuasivo deve dar conta do material semiótico paraverbal e não verbal.

Referências

- AMOSSY, R (Dir.). **Images de soi dans le discours**. La construction de l'ethos. Lausanne-Paris: Delachaux et Niestlé, 1999.
- _____. **L'argumentation dans le discours**. Paris: Armand Colin, 2010.
- BOUVET, D.; MOREL M.-A. **Le ballet et la musique de la parole**: le geste et l'intonation, dans le dialogue oral en français. Paris: Ophrys, 2004.
- BUFFON, B. **La parole persuasive**. Paris: Presses Universitaires de France, 2002.
- CALBRIS, G. **L'expression gestuelle de la pensée de l'homme politique**. Paris: CNRS Editions, 2003.
- _____; MONTREDON, J. **Des gestes et des mots pour le dire**. Paris: Clé International, 1986.
- CAMERON, M. **Les gestes et les attitudes qui parlent**. Montréal: Les Editions Quebecor, 2002.
- CHARAUDEAU, P. Le discours propagandiste. **Le français dans le monde**, 182, 1984, p. 100-103.
- _____. **Le discours politique**. Les masques du pouvoir. Paris, Vuiber, 2005.
- COSNIER, J.; BROSSARD, A (Coord.). **La Communication Non Verbale**. Neuchâtel-Paris: Delachaux et Niestlé, 1984.
- DOURY, M.; MOIRAND, S. (Coord.). **L'argumentation aujourd'hui**. Positions théoriques en confrontation. Paris: Presses Sorbonne Nouvelle, 2004.
- EEMEREN, F.; GROOTENDORST, R. **Argumentation, Communication and Fallacies**. A Pragma-Dialectical Perspective; New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, Publishers, 1992.
- FLOREA, L.-S. Coopération et conflit dans l'interaction médiatique. **Selected papers from the Xth Biennial Congress of the IADA**: Bucuresti Editura Universitatii din Bucuresti, 2006. p.296-308.
- KERBRAT-ORECCHIONI, C. **L'Implicite**. Paris: Armand Colin, 1986.
- _____. **Les interactions verbales**, II. Paris, A. Colin, 1995.
- _____. **Les interactions verbales**, I. Paris, A. Colin, 1998.
- KENDON, A. Reflections on the Study of Gesture. **Visual Anthropology**, vol.8, 1996, p.121-13.
- _____. **Gesture: Visible Action as Utterance**. Cambridge: Cambridge University Press, 2004.
- MAINGUENEAU, D. **Analyser les textes de communication**. Paris: Nathan, 2000.
- MOUCHON, J. **La politique sous l'influence des médias**. Paris: L'Harmattan, 1998.
- PERELMAN, C.; OLBRECHTS-TYTECA, L. **Traité de l'argumentation**. La Nouvelle rhétorique. 5^e édition. Bruxelles: Editions de l'Université de Bruxelles, 2000.
- PLANTIN, C. **L'argumentation**. Paris: Seuil, 1996.
- WINDISH, U. **Le K.O. verbal**. La communication conflictuelle. Lausanne: L'Age de l'Homme, 1987.

Anexo

Conteúdo: Debate eleitoral televisionado

Duração: 2'62''

Participantes:

Bob Schieffer: jornalista da CBS News.

Barack Obama: senador de Illinois, presidencialável.

John McCain: senador do Arizona, presidencialável.

Ocorrido em: 15.10.2008.

Canal de televisão: C-SPAN

Transcritora: Mihaela Anca Crișan

Convenções de transcrição

(.) (..) (...) pausas de comprimento crescente

Político encavalamento

XXX encavalamento inaudível

: alongamento de um som

POLÍTICO insistência ou ênfase

↑ entonação crescente

↓ entonação descendente

{↑} olhar levantado

{↓} olhar rebaixado

{rire} índices posturo-mimo-gestuais

BS: all right let's go to a new topic health care given the current economic situation would either of you now favor controlling health care costs over expanding health care coverage question is first for senator Obama

BO: {cabeça e olhar em direção ao jornalista; levantamento do tronco e da cabeça; mãos cruzadas sobre a mesa} we've got to do BOTH↑ {↓} (.) a:nd↑ {↑} {mãos separadas colocadas sobre a mesa} THAT's exactly what my {enquadramento} plan {↓} does↓ {palmas curvadas na frente superpostas parcialmente} look↑ a: {↑} as {as palmas se separam representando um semi-círculo} I travel around the country {↓} {enquadramento-escansão} THIS is the issue that (.) a {↑} will break your heart over and over again {↓} {o indicador direito mostra um ponto à esquerda} a JUST ↑ (.) a YEsterday↓ I was in {↑} {enquadramento} Toledo↑ {ele imita a ação de apertar as mãos} shaking some hands in a line↓ {↓} {movimento das costas das mãos em direção ao exterior} TWO women↑ {↑} {mão direita deslocada à direita não visível} both of them

probably in their mid to late fifties↓ had JUST been laid off of their plant↑ {mãos espalmadas que se separam} NEITHER of them have health {mãos pousadas sobre a mesa} insurance ↓{↓} a:nd↑ (.) {↑} {enquadramento-escansão} they were DESperate (.) for SOME WAY of getting coverage a because understandably they'reWORRIED that {mão direita não visível} if they get SICK they could go BANKRUPT ↓{↓} so↑ {início da enumeração sobre os dedos da mão direita} he he {↑} {cabeça e olhar em direção à câmera; cabeça inclinada para o lado direito} here's what my plan does ↓{↓}(.){↑} {costas das mãos-escansão} IF you have {mãos espalmadas - escansão} health insurance↑ the:n (.)YOU: {mãos espalmadas que se separam} don't have to do anything↓ {palma direita à frente-escansão} if you've got health insurance through your employer↑ you can KEEP your health insurance↓ {palma direita à frente - movimento da esquerda para a direita} KEEP your choice of doctor↓ {palma direita à frente-movimento da esquerda para a direita} KEEP your plan↓{↓}(.){↑} {palmas à frente - escansão rápida} the only thing we're gonna try to do {mão esquerda - movimento decrescente} is lower COSTS↑ {costas das mãos que se abrem em direção ao exterior formando um quadro} so that those cost {enquadramento deslocado para à esquerda} savings are passed onto you↓ {mãos espalmadas} and WE estimate {mão esquerda espalmada - escansão} we can CUT average a family premium by about twenty five hundred dollars per a year↓ (.) {costa da mão esquerda que simula um salto à frente} if you DON'T have health insurance↑ {quadro alargado não visível} then what we're gonna do↑ is to {costa das mãos - escansão} provide YOU↑ the option {movimento da mão esquerda à esquerda e retorno} of buying into the same {costa das mãos - escansão} kind of federal POOL↓ {movimento da mão esquerda à esquerda e retorno} that both senator McCain (.) {quadro - escansão} and I enjoy as federal employEES↑{mãos espalmadas descendentes} which will give you HIGH quality care↑ {movimento das costas das mãos em direção ao exterior} choice of doctors↑ {mãos espalmadas descendentes} at lower COSTS {movimento das

costas das mãos em direção ao exterior} because so many people {costas das mãos – escansão} are part of {mãos pousadas sobre a mesa} this insured GROUP↓ {↓}{.){↑} {indicador direito para baixo} we’re gonna {indicador esquerdo sobre a mesa} {↓} (.){↑} make sure that insurance companies CAN’T ↑ (.){↑} a {indicador esquerdo para baixo} discriminate on basis of pre-existing conditions↑ {movimento da mão esquerda em direção a esquerda – não visível} we’ll negotiate with the drug companies {quadro} for the cheapest available price ON (.){↑} DRUGS↑ {indicador esquerdo à frente – escansão} we are gonna invest in inforMAtion technology {palma da mão à frente – movimento em direção à esquerda} to eliminate bureaucracy and MAKE the system more efficient↓ {indicador esquerdo à frente – escansão} A:ND↑ we are going to make SURE {quadro} that we manage chronic illnesses {enumeração sobre os dedos da mão direita} like diabetes and heart disease {quadro que se abre} a that cost a HUGE amount↑ {quadro deslocado à esquerda} but COULD be prevented↓ {quadro – escansão rápida} we’ve got to put more money in the preventive care↓ (.){↑} {cabeça, olhar em direção ao jornalista; palmas à frente – escansão} a THIS will cost some money {os dois indicadores para o alto – escansão} on the front end↑ {os dois indicadores em direção ao alto, deslocados para a direita} but over the LO:NG turn {↓} {↑} {quadro – escansão} THIS is the only way {quadro deslocado para esquerda} that not only we’re gonna make FAMilies a healthy {polegar direito para trás} but it’s also how we’re gonna save the federal BUDGET {movimento da mão direita da esquerda para direita} because we can’t afford {palma direita à frente} this escalating costs↓ {mãos sobre a mesa; cabeça e olhar em direção a McCain}

BS: all right senator McCain

Tradução:

Carlos Alberto Magni

Doutor em Ciências Humanas pela Universidade de São Paulo, Brasil. E-mail: carlosmagni@uol.com.br.

Revisão:

Roberto Santos de Carvalho

Mestre em Letras pela Universidade Estadual de Santa Cruz. E-mail: robertlinguistica@hotmail.com.