

SITUACIONALIDADE E INFORMATIVIDADE EM FOCO NO DEBATE ENTRE OS CANDIDATOS À PRESIDÊNCIA DO BRASIL¹

Aline Rubiane Arnemann

Doutoranda em Estudos Linguísticos – Universidade Federal de Santa Maria (UFSM) – Santa Maria – Rio Grande do Sul – Brasil.

Monize Pereira Albiero

Mestranda em Estudos Linguísticos – Universidade Federal de Santa Maria (UFSM) – Santa Maria – Rio Grande do Sul – Brasil.

RESUMO: Este trabalho objetiva apresentar uma análise do funcionamento dos critérios de textualidade: situacionalidade e informatividade, em um debate público regrado. Sua fundamentação teórica está pautada em Beaugrande e Dressler (1981), Koch (1985), Perelmann e Olbrechts-Tyteca (2005), Costa Val (1999), Marcuschi (2008), Koch e Elias (2014), Dolz e Schneuwly (2004), Costa (2014), Ribeiro (2009) e Fiorin (2015). Quanto à fundamentação metodológica, utilizamos o paradigma indiciário de Ginzburg (1989) e os critérios de textualidade explorados. O *corpus* selecionado diz respeito a um trecho, do primeiro bloco, do debate realizado, pela emissora televisiva Rede Globo, em 2014, no segundo turno das eleições presidenciais do Brasil. Nossa análise está centrada nas falas dos oponentes, Dilma Rousseff e Aécio Neves, nas quais constatamos que o debatedor Aécio Neves, utilizando a ação discursiva direcionamento da situação, emprega, com maior ênfase, a estratégia 11 de situacionalidade, a qual requer o emprego de informações. Assim, por meio deste estudo, compreendemos que os critérios de situacionalidade e de informatividade estão presentes em produções de caráter argumentativo, como o debate público regrado, funcionando como recursos que auxiliam no processo de construção argumentativa. A partir disso, evidenciamos que esses critérios podem revelar uma relação de codependência entre eles, visto que a situacionalidade, por ser de caráter estratégico, encaminha a escolha das informações que podem ser relevantes para a situação comunicativa e a informatividade, por meio do emprego de informações, dependendo do grau, pode ou não validar o(s) argumento(s) apresentado(s).

PALAVRAS-CHAVE: Argumentação. Oralidade. Linguística do Texto.

ABSTRACT: This paper aims to present an analysis of the functioning of the textuality standards: situationality and informativity, on a public debate ruled. The theoretical referential is based on Beaugrande and Dressler (1981), Koch (1985), Perelmann e Olbrechts-Tyteca (2005), Costa Val (1999), Marcuschi (2008), Koch e Elias (2014), Dolz e Schneuwly (2004), Costa (2014), Ribeiro (2009) e Fiorin (2015). As regards to methodologic, we used the indiciary paradigm from Ginzburg (1989) and the textuality standards explored. The *corpus* selected concerns an excerpt, from first block, of the debate accomplished, by television station Rede Globo, in 2014, on the second round of the presidency elections of Brazil. Our analysis is centered on opponents' discourses, Dilma Rousseff e Aécio Neves, in which we find that the discussant Aécio Neves, using the

¹ O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – Brasil (CAPES) e desenvolvido, no primeiro semestre de 2018, para a disciplina Linguística do Texto, ofertada pelo Programa de Pós-Graduação em Letras da Universidade Federal de Santa Maria, ministrada pela professora doutora Vaima Regina Alves Motta.

discursive action “direction of the situation”, employs, with greater emphasis, the situationality strategy 11, which requires the employment of information. Thus, through this study, we understand that the situationality and informativity standards are present in productions of argumentative character, such as the public debate ruled, functioning as resources that aid in the process of argumentative construction. From this, we evidence that these standards may reveal a relationship of codependency between them, since the situationality, being of strategic character, leads the choice of the information that may be relevant for the communicative situation and the informativity, through the information employment, depending on the degree, may or may not validate the argument(s) presented.

KEYWORDS: Argumentation. Orality. Linguistics of the text.

CONSIDERAÇÕES INICIAIS

O objetivo deste estudo é apresentar uma análise do funcionamento e da relação dos critérios de textualidade: situacionalidade e informatividade, em um debate público regrado. Para tanto, buscamos fundamentação teórica nos proponentes desses critérios, Beaugrande e Dressler (1981), bem como em outros estudiosos de Linguística do Texto (LT), dentre os quais, destacamos: Koch (1985), Costa Val (1999), Marcuschi (2008), Koch e Elias (2014). No que tange ao tratamento do gênero textual debate, apoiamos-nos em Dolz e Schneuwly (2004) e Costa (2014). Para promover reflexões referentes à argumentação, alicerçamo-nos em Perelmann e Olbrechts-Tyteca (2005), Ribeiro (2009) e Fiorin (2015).

Quanto à fundamentação metodológica, exploramos uma metodologia qualitativa, utilizando o paradigma indiciário de Ginzburg (1989), que proporciona perceber, nesse caso, pistas linguísticas que permitem encaminhar a investigação. Destacamos, também, que utilizamos os próprios critérios em pauta para realizar a análise, uma vez que, a partir dos subsídios teóricos da LT, elaboramos as categorias analíticas deste artigo.

Nosso *corpus* de análise consiste em um trecho de um debate público regrado, promovido pela emissora televisiva Rede Globo, entre os candidatos à presidência, Dilma Rousseff e Aécio Neves, no segundo turno das eleições do Brasil, no ano de 2014². Posteriormente, realizamos os comentários analíticos e, por fim, apresentamos nossas considerações finais. Assim, na sequência, passamos ao tratamento teórico deste estudo.

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

² O estudo, aqui apresentado, isenta-se de qualquer posicionamento político-partidário, pois nosso foco é explorar a argumentação.

Nesta seção, dedicamo-nos ao tratamento dos critérios de textualidade: situacionalidade e informatividade, à argumentação e ao gênero textual oral debate público regrado.

Critérios de textualidade

Os proponentes dos critérios de textualidade, Beaugrande e Dressler (1981), concebem o texto como um evento comunicativo. Desde então, essa concepção é adotada pelos estudiosos de Linguística do Texto (versamos em amplitude nacional), dentre os quais, mencionamos Marcuschi (2008), que esclarece que o texto é assim concebido posto que não diz respeito somente a condições formais, mas, bem além disso, “é uma proposta de sentido e ele só se completa com a participação do seu leitor/ouvinte” (MARCUSCHI, 2008, p. 94). A asserção de Marcuschi (2008) nos permite observar que a construção de sentido é decorrente da interação entre autor, texto e interlocutor. Nesse viés, o contexto em que estão inseridos esses três constituintes e os conhecimentos compartilhados entre produtor e interlocutor se tornam fundamentais para a produção de sentido de um texto.

Quanto à textualidade, Beaugrande e Dressler (1981) propõem sete critérios, quais sejam: coesão, coerência, intertextualidade, aceitabilidade, intencionalidade, situacionalidade e informatividade. Dentre eles, ao consultar a literatura da LT, é possível observar que os estudos exploram, de modo mais expressivo, a coesão, a coerência e a intertextualidade. Os demais, como a situacionalidade e a informatividade, não são tão explorados. Isso, também, motiva-nos a explorá-los e observar suas contribuições aos estudos do texto, em especial, aqueles do campo argumentativo. Passamos, agora, ao tratamento desses dois critérios de textualidade.

Situacionalidade

Situacionalidade, de acordo com Beaugrande e Dressler (1981), é o critério responsável pelos fatores que tornam um texto relevante para determinada situação comunicativa. Refere-se, principalmente, à produção estratégica e à recepção de um texto, isto é, também, envolve a

aceitação e a credibilidade que os interlocutores³ ao se inserirem em uma interação verbal – em especial na modalidade oral da língua –, esperam alcançar.

Conforme os teóricos supracitados asseveram, podemos entender que os indivíduos, ao interagirem com os outros, procuram defender seus objetivos e metas discursivas, tendo em vista o contexto sociocomunicativo no qual estão inseridos. Logo, uma situação comunicativa requer duas ações discursivas: controle da situação, quando não há uma mediação, ou seja, quando não há uma interação, uma continuidade, entre os envolvidos na situação ou, até mesmo, quando se apresenta um rebaixamento (no sentido literal do termo) ou uma resolução para o que está em discussão; e direcionamento da situação, quando é necessário negociar, com os demais interlocutores, até se chegar ao resultado pretendido.

Koch (1985), apoiada em Beaugrande e Dressler (1981), realiza uma revisão crítica da noção de situacionalidade. Nessa revisão, ela discute as duas ações discursivas, anteriormente mencionadas, assim como explica que, ao negociar o controle, em determinada situação comunicativa, os envolvidos não só utilizam o direcionamento da situação, como, também, podem empregar doze estratégias, propostas por Beaugrande e Dressler (1981), que facilitam essa negociação. As estratégias 1 e 2 dispõem acerca do início do discurso, do controle da situação e de posicionamentos que os interlocutores devem assumir em casos de discordância:

Estratégia 1 – Para iniciar um discurso, convém usar um controle da situação;

Estratégia 2 – Se o controle de outrem não estiver de acordo com a nossa própria opinião, não se deve aceitá-lo. Pode-se, então: a) rejeitá-lo totalmente; b) colocá-lo em questão; c) ignorá-lo; d) substituí-lo pelo nosso próprio controle (KOCH, 1985, p. 24).

A partir dos posicionamentos “a”, “b”, “c” e “d” – citados na estratégia 2 –, o interlocutor, que deseja manter ou obter o controle, buscará direcionar a situação para uma possível negociação, o que pressupõe uma escalada de planos, em que serão empregadas, de forma gradativa⁴ e de acordo com o seu propósito discursivo, algumas estratégias. Ademais, esse direcionamento, dependendo da forma como for abordado, pode se distanciar muito da adesão esperada, demandando uma substituição, por meio de uma adequação do discurso

³ Nesse caso, todos os envolvidos na interação verbal que, ao longo dos turnos de fala, revezam o papel de produtor/locutor.

⁴ As estratégias são escolhidas pelo interlocutor de maneira que ele consiga direcionar a situação comunicativa, para um acordo, sem necessitar utilizar de meios extremos, como a violência, conforme explica Koch (1985).

apresentado, para uma outra versão mais próxima de aceitação, o que é explicitado nas estratégias 3 e 4:

Estratégia 3 – Para encetar a escalada do quadro de planos, convém valorizar o objeto pedido ou a ação que se está sendo solicitado a executar;

Estratégia 4 – No caso de um controle não ser aceito, deve-se substituí-lo por outra versão menos mediatizada (KOCH, 1985, p. 25).

No decorrer da negociação, aquele que está mantendo ou tentando obter o controle da situação poderá, além de adequar o seu discurso, projetar seus desejos e objetivos, no seu interlocutor, buscando aproximá-lo do seu raciocínio ou, até mesmo, da sua realidade, de forma que ele, talvez, possa se identificar ou, ao menos, aceitar o seu posicionamento. Além disso, em alguns casos, a situação comunicativa, ao se instaurar, pode não ter um tema bem definido, o que dificulta a continuidade da interação. Como não se estabelece uma troca comunicativa sem que exista um objeto de discussão, esse poderá, então, ser negociado/acordado conforme o interesse dos interlocutores. As estratégias 5 e 6 dão suporte para isso:

Estratégia 5 – É conveniente projetar os próprios desejos e objetivos nos demais participantes, desde que não haja evidência em contrário;

Estratégia 6 – Quando os controles dos participantes não combinam entre si, convém negociar o sentido dos conceitos-tópico envolvidos (KOCH, 1985, p. 25).

Não obstante, os interlocutores, com base em seus conhecimentos prévios ou nos indícios observados, ao longo da interação, poderão, ainda, durante o processo de negociação, optar por não apresentarem o seu controle de forma direta, evitando uma rejeição total. A seguir, as estratégias 7 e 8:

Estratégia 7 – Havendo possibilidade de um controle direcionado para um plano ser desacreditado, não se deve apresentá-lo, mas também não comprometer-se com o oposto;

Estratégia 8 – Se houver risco de um controle ser desacreditado, convém não apresentá-lo diretamente, mas indagar dos outros participantes as razões pelas quais ele não seria plausível (KOCH, 1985, p. 25).

Já as estratégias 9 e 10 versam acerca das situações em que o propósito do interlocutor é apenas um: obter um objeto ou um favor, não abrindo espaço para negociações sobre o que está em pauta. Por sua vez, as estratégias 11 e 12 abrem espaço para a negociação e cooperação entre os envolvidos na situação comunicativa:

Estratégia 9 – Quando se deseja obter objetos ou favores de outros, convém rejeitar seus pedidos, invocações ou informações até que a escalada do plano atinja o estágio de barganha;

Estratégia 10 – Para evitar a renúncia aos próprios objetivos ou a escalada extrema do parceiro, pode-se mostrar indecisão nas próprias recusas;

Estratégia 11 – Para valorizar a contribuição e conduzir a escalada para uma negociação favorável, deve-se informar ou invocar a opinião de pessoas ausentes, que não podem contradizer-nos, para não parecermos insensatos ou extremamente ambiciosos;

Estratégia 12 – Para encorajar a cooperação, é aconselhável depreciar o dispêndio do tempo e de recursos que os outros terão de empregar para favorecer nossos objetivos (KOCH, 1985, p. 26).

Em nosso prisma, tais estratégias, exceto a primeira – que atine ao controle da situação –, são empregadas em uma sequência que requer uma interação contínua. Em razão disso, são mais perceptíveis na oralidade, posto que a fala prevê uma continuidade e, assim, abre espaço para uma negociação entre interlocutores. Compreendemos que tal negociação sempre será dialógica e o interlocutor, por meio de estratégias, buscará alcançar o controle da situação.

Nesse caso, o controle, quando visto pelo viés dialógico e resolutivo do problema em discussão, será a meta principal dos interlocutores. Mais adiante, podemos entender melhor o emprego e a função de algumas dessas doze estratégias pensadas por Beaugrande e Dressler (1981), por meio da análise de um debate público regrado e a relação que é possível estabelecer entre elas e o critério de informatividade, tratado na sequência. Salientamos que o foco não é observar todas as estratégias, mas, sim, observar o funcionamento do critério situacionalidade, que requer, na estratégia 11, o uso da informatividade, no *corpus* selecionado.

Informatividade

Para Beaugrande e Dressler (1981), a informatividade diz respeito a ocorrências que são novas ou inesperadas pelo interlocutor. Costa Val (1999), em seus estudos, a partir dos teóricos supracitados, assevera que a informatividade demanda atender à exigência de suficiência de dados, argumentando que, além da relativa imprevisibilidade, o texto necessita apresentar aspectos (dados) que deem base para que se efetive sua compreensão.

Para observar a informatividade nos textos, as ocorrências novas e dadas, esperadas e inesperadas, Beaugrande e Dressler (1981) propõem três ordens de informatividade: grau mais baixo na escala de previsibilidades, ou seja, grau baixo de informatividade; grau mais alto na

escala de previsibilidades, isto é, grau médio de informatividade, o qual os autores consideram o mais adequado a ser utilizado nos textos, visto que apresenta um equilíbrio⁵ entre informações novas – aquelas que não fazem parte do rol de conhecimentos do interlocutor – e dadas – aquelas que já fazem parte do rol de conhecimentos do interlocutor; e grau relativamente fora do conjunto: grau alto de informatividade.

Quanto ao grau baixo, Beaugrande e Dressler (1981) defendem que um bom exemplo dessa ordem é o texto “pare” presente em placas de trânsito, pois não apresenta dado novo ao motorista e requer processamento rápido, diante das circunstâncias de tráfego. Para os autores, existem casos, como esse, em que é adequado que o texto apresente informatividade baixa.

O grau médio de informatividade, consoante os teóricos, refere-se às informações que são atualizadas quando provindas do grau baixo. Esse movimento de atualização é proposto para que o texto não se torne desinteressante, nem de difícil compreensão. Em nossa acepção, o grau médio pode ser caracterizado pela presença de informações novas e dadas, o que configura um balanceamento de informações, em consonância com Koch e Elias (2014).

Já o grau alto de informatividade concerne às informações que são imprevisíveis ou desconhecidas pelo interlocutor, o que pode tornar o texto mais interessante, todavia de mais difícil compreensão. Beaugrande e Dressler (1981) defendem que o ideal é utilizarmos o grau médio de informatividade, para tal, propõem rebaixamentos (reverso, posterior e externo), que são possibilidades para compreendermos textos com grau alto de informatividade.

Antes de nos atermos a elas, destacamos que os referidos teóricos entendem que a coerência dá origem à textualidade e se realiza quando apresenta continuidade de sentido no texto. Tornando à questão da informatividade, os estudiosos dispõem que uma informação nova no texto, imprevisível e desconhecida ao interlocutor, pode ser observada quando há uma quebra na continuidade do texto, ou seja, uma descontinuidade. Para que o texto volte a apresentar continuidade, o interlocutor precisa compreender tal informação. Para isso, pode realizar movimentos de busca no texto, caracterizados como rebaixamentos.

Conforme Beaugrande e Dressler (1981), esses rebaixamentos são: reverso – ocorre quando o interlocutor realiza a busca em ocorrências que já leu naquele texto; posterior – realiza-se quando o interlocutor efetiva buscas em ocorrências posteriores àquela que apresentou descontinuidade; e externo, quando o interlocutor demanda buscar, no contexto,

⁵ Termo caracterizado, por Koch e Elias (2014), como “balanceamento”.

elementos que contribuam para o restabelecimento da continuidade do texto. Esses movimentos podem favorecer a compreensão do discurso argumentativo, além de revelar o processo de construção da argumentação em um gênero oral, como o debate público regrado abordado na sequência.

Argumentação e debate público regrado

Como já mencionado, o enfoque deste artigo está na observação do funcionamento dos critérios de situacionalidade e de informatividade em um texto do campo argumentativo. Nesse sentido, mencionamos Ribeiro (2009, p. 10), que expõe: “na convivência cotidiana, a atividade argumentativa está sempre presente, e desde muito cedo. A vida em sociedade acarreta inúmeras ocasiões em que uns precisam convencer os outros a atender às suas necessidades e interesses, a abraçar suas ideias”. Sendo assim, embora algumas situações comunicativas requeiram um viés mais argumentativo que outras, como bem nos expõe Fiorin:

todo discurso tem uma dimensão argumentativa. Alguns se apresentam como explicitamente argumentativos (por exemplo, o discurso político, o discurso publicitário), enquanto outros não se apresentam como tal (por exemplo, o discurso didático, o discurso romanesco, o discurso lírico). No entanto, todos são argumentativos: de um lado, porque o modo de funcionamento real do discurso é o dialogismo; de outro, porque sempre o enunciador pretende que suas posições sejam acolhidas, que ele mesmo seja aceito, que o enunciatário faça dele uma boa imagem. (FIORIN, 2015, p. 09)

Nesse prisma, conforme comenta Fiorin (2015), o produtor do discurso argumentativo intenta obter a adesão do seu público. Desse modo, convém recorrermos a Perelman e Olbrechts-Tyteca (2005, p. 18), os quais asseveram que: “para argumentar, é preciso ter apreço pela adesão do interlocutor, pelo seu consentimento, pela sua participação mental”, o que demanda investir em argumentos que visem influenciar os interlocutores, requerendo, por parte do produtor/locutor, preocupação e interesse pela disposição revelada por aqueles.

Na sequência, abordamos o gênero oral debate, mais precisamente, o debate público regrado. Segundo Costa (2014, p. 94), o debate pode ser definido como uma “discussão (v.) acirrada, altercação, contenda por meio de palavras ou argumentos ou exposição de razões em defesa de uma opinião ou contra um argumento, ordem, decisão, etc”. Nessa perspectiva, o gênero em questão não só potencializa a capacidade argumentativa do interlocutor/debatedor,

como, de igual modo, viabiliza a formação e exposição de seu posicionamento. Para Dolz e Schneuwly (2004), o debate:

[...] pertence claramente às formas orais da comunicação (o que não significa que a escrita esteja aí totalmente ausente) e inclui um conjunto de capacidades privilegiadas nesse modo de comunicação: gestão da palavra entre os participantes, escuta do outro, retomada de seu discurso em suas próprias intervenções etc.;

[...] coloca assim em jogo capacidades fundamentais, tantos dos pontos de vista linguístico (técnicas de retomada do discurso do outro, marcas de refutação etc.), cognitivo (capacidade crítica) e social (escuta e respeito pelo outro), como do ponto de vista individual (capacidade de se situar, de tomar posição, construção de identidade (DOLZ; SCHNEUWLY, 2004, p. 214).

Quanto às especificidades do debate público regrado, Costa (2014) esclarece que é um debate que se caracteriza por possuir regras e um moderador, o qual fica responsável por não permitir dispersões desnecessárias. Assim, de acordo com o autor (COSTA, 2014, p. 95), é “um modelo de debate muito comum, usado pelos meios de comunicação, em época de eleições”. Dessa forma, como estamos tratando de dois critérios (situacionalidade e informatividade), que se destacam na argumentação, em seguida, atentamos para um debate público regrado específico, que, fortalecendo as afirmações do referido autor apresenta uma “discussão acirrada”, uma vez que diz respeito ao debate realizado entre dois candidatos à presidência, no segundo turno das eleições do Brasil, em 2014.

FUNDAMENTAÇÃO METODOLÓGICA

Nesta seção, atemo-nos à contextualização e análise do *corpus* selecionado. Pontuamos que, para realizar a análise, utilizamos o paradigma indiciário de Ginzburg (1989), o qual, diante de sua natureza voltada para o trabalho com sistemas semióticos, proporciona e promove a observação de pistas que, por sua vez, auxiliam-nos a sustentar a exploração do *corpus*. Para Ginzburg (1989, p. 177), “se a realidade é opaca, existem zonas privilegiadas – sinais, indícios – que permitem decifrá-las”. Em nossa análise, esses sinais são apreciados pelo viés da LT, na instância dos critérios de situacionalidade e de informatividade.

O *corpus* de análise

Para este estudo, selecionamos um trecho, disponibilizado no G1 – portal de notícias – referente ao primeiro bloco, dos quatro constituintes, do debate realizado, pela emissora televisiva Rede Globo, durante o segundo turno das eleições à presidência do Brasil, em 2014. Tal excerto abrange o início desse debate até os 8 minutos e 14 segundos, momento em que finda o primeiro confronto entre os candidatos, Dilma Rousseff e Aécio Neves.

Por questões de espaço, não trouxemos o *corpus* de análise na íntegra⁶, apenas os trechos em que observamos o uso de estratégias de situacionalidade. Destacamos que o *corpus* se trata de um gênero textual argumentativo pertencente à modalidade oral da língua, diante dos estudos referentes às estratégias de situacionalidade estarem, por ora, centrados nessa modalidade.

Análise e discussões

Para organizar esta subseção, elaboramos um quadro, no qual dispomos três colunas, em que a primeira aborda o registro⁷ do confronto estabelecido nas: **fala 1** – pergunta ao candidato oponente; **fala 2** – resposta à pergunta; **fala 3** – réplica; e **fala 4** – tréplica. A segunda coluna, por sua vez, expõe as estratégias de situacionalidade identificadas nas referidas falas. Já a terceira apresenta as informações utilizadas na **estratégia 11**, observadas na **fala 1** e **fala 3**. A seguir, consta o quadro e a posteriori os comentários analíticos:

Quadro 1 – Debate político e os critérios de situacionalidade e informatividade – organizado pelas autoras

Registro - Debate	Situacionalidade Estratégias	Informatividade Informações
<p>Fala 1 - Pergunta ao candidato oponente</p> <p>AÉCIO NEVES: Candidata, essa campanha vai passar para a história como a mais sórdida das campanhas eleitorais do nosso sistema democrático. A calúnia, a infâmia, as acusações irresponsáveis foram feitas não só em relação a mim, com relação ao Eduardo Campos, em relação à Marina, agora em relação a mim. Isso é um péssimo exemplo. Mas eu lhe faço uma pergunta, candidata. A revista hoje publica que o delator, um dos delatores do “petrolão”, disse que a senhora e o ex-presidente Lula tinham conhecimento da corrupção na</p>	<p>Estratégia 1 – Para iniciar um discurso, convém usar um <u>controle</u> da situação;</p> <p>Estratégia 11 – Para valorizar a contribuição e conduzir a escalada para uma negociação favorável, deve-se <u>informar</u> ou invocar a opinião de pessoas ausentes, que não podem contradizer-nos, para não parecermos</p>	<p>Informação 1 – <i>A revista hoje publica que o delator, um dos delatores do “petrolão”, disse que a senhora e o ex-presidente Lula tinham conhecimento da corrupção na Petrobras, uma oportunidade da senhora responder aos brasileiros.</i></p>

⁶ O debate transcrito, na íntegra, pode ser consultado no seguinte sítio eletrônico: <<http://g1.globo.com/politica/eleicoes/2014/transcricao-debate-presidencial-2-turno.html>>. Acesso em 31 de mai. de 2018.

⁷ O registro, que aqui apresentamos, mantém-se em conformidade com a fonte em que se encontra.

<p>Petrobras, uma oportunidade da senhora responder aos brasileiros. A senhora sabia, candidata, da corrupção na Petrobras?</p>	<p>insensatos ou extremamente ambiciosos.</p>	
<p>Fala 2 - Resposta à pergunta</p> <p>DILMA ROUSSEFF: Candidato, é fato que o senhor tem feito uma campanha extremamente agressiva a mim. Isso é reconhecido por todos os eleitores. Agora essa revista que fez e que faz sistematicamente oposição a mim, faz uma calúnia e uma difamação do porte que ela fez hoje. E o senhor endossa. Candidato, a revista Veja não apresenta nenhuma prova do que faz. Eu manifesto aqui a minha inteira indignação. Porque essa revista tem o hábito de nos finais das campanhas na reta final, tentar dar um golpe eleitoral e isso não é a primeira vez que ela fez. Fez em 2002, fez em 2006, fez em 2010 e agora faz em 2014. O povo não é bobo, candidato. O povo sabe que está sendo manipulada essa informação porque não foi apresentada nenhuma prova. Eu irei à Justiça para defender-me e ao mesmo tempo tenho certeza de que o povo brasileiro vai mostrar a sua indignação no domingo votando e derrotando essa proposta que o senhor representa e que é o retrocesso no Brasil.</p>	<p>Estratégia 2 – Se o controle de outrem não estiver de acordo com a nossa própria opinião, não se deve aceitá-lo. Pode-se, então: a) <u>rejeitá-lo totalmente</u>; b) <u>colocá-lo em questão</u>; c) ignorá-lo; d) substituí-lo pelo nosso próprio controle;</p> <p>Estratégia 5 – É conveniente projetar os próprios <u>desejos</u> e <u>objetivos</u> nos demais participantes, desde que não haja evidência em contrário.</p>	
<p>Fala 3 – Réplica</p> <p>AÉCIO NEVES: Candidata, eu apenas dei a senhora a oportunidade de apresentar sua defesa, não acredito que a acusação à revista ou a tentativa do seu partido de tirá-la de circulação seja a melhor resposta. A delação premiada traz ao réu o benefício dele obviamente apresentar provas, caminhos que levem à comprovação das acusações e nós temos que aguardar que isso ocorra. Uma outra revista, para ver que não há um complô contra a senhora, lança hoje na sua capa, a revista Isto É, fala da campanha da mentira, da campanha da infâmia. Hoje aqui no Rio de Janeiro, na sede do seu partido, foram apreendidos boletins apócrifos contra a minha candidatura. No Nordeste brasileiro, carros de som estão circulando dizendo que se o eleitor votar no 45, ele está automaticamente desligado do Bolsa Família. A senhora se orgulha, candidata, de uma campanha nesse nível?</p>	<p>Estratégia 2 – Se o controle de outrem não estiver de acordo com a nossa própria opinião, não se deve aceitá-lo. Pode-se, então: a) <u>rejeitá-lo totalmente</u>; b) <u>colocá-lo em questão</u>; c) ignorá-lo; d) <u>substituí-lo pelo nosso próprio controle</u>;</p> <p>Estratégia 11 – Para valorizar a contribuição e conduzir a escalada para uma negociação favorável, deve-se <u>informar</u> ou invocar a opinião de pessoas ausentes, que não podem contradizer-nos, para não parecermos insensatos ou extremamente ambiciosos.</p>	<p>Informação 2 – <i>A delação premiada traz ao réu o benefício dele obviamente apresentar provas, caminhos que levem à comprovação das acusações.</i></p> <p>Informação 3 – <i>Uma outra revista, para ver que não há um complô contra a senhora, lança hoje na sua capa, a revista Isto É, fala da campanha da mentira, da campanha da infâmia.</i></p> <p>Informação 4 – <i>Hoje aqui no Rio de Janeiro, na sede do seu partido, foram apreendidos boletins apócrifos contra a minha candidatura.</i></p>
<p>Fala 4 – Tréplica</p> <p>DILMA ROUSSEFF: Candidato, eu fico muito estarelecida com o senhor, porque eu na minha vida política, na minha vida pública, jamais persegui jornalista, jamais reprimi a imprensa. Tenho respeito pela liberdade da imprensa, porque eu vivi os tempos escuros desse país. Agora candidato, eu acredito que o senhor cita duas revistas candidato, que nós sabemos para quem fazem campanha. E agora</p>	<p>Estratégia 2 – Se o controle de outrem não estiver de acordo com a nossa própria opinião, não se deve aceitá-lo. Pode-se, então: a) <u>rejeitá-lo totalmente</u>; b) <u>colocá-lo em questão</u>; c) ignorá-lo; d) substituí-lo pelo nosso próprio controle.</p>	

acredito que a partir de segunda-feira vai desaparecer essa acusação. Agora, eu não vou deixar que ela desapareça. Eu vou investigar os corruptos e os corruptores, e os motivos pelos quais isso chegou a esse ponto.		
--	--	--

Estratégias de situacionalidade e informações observadas no confronto realizado, dos 4 minutos e 19 segundos aos 8 minutos e 11 segundos, entre os candidatos, Dilma Rousseff e Aécio Neves.

Ao atentarmos para o Quadro 1, observamos a ação discursiva denominada direcionamento da situação – retomada, neste estudo, por Koch (1985) a partir de Beaugrande e Dressler (1981) – no confronto estabelecido entre os candidatos à presidência do Brasil, Dilma Rousseff e Aécio Neves, no debate público regrado realizado no segundo turno, do ano de 2014, visto pelo prisma das estratégias de situacionalidade. Isso configura uma negociação – cuja meta consiste em obter e manter o controle da situação –, pautada pelo emprego das **estratégias 1, 2, 5 e 11**, além da menção das **informações 1, 2, 3 e 4**, ora de grau médio, ora de grau alto.

Na **fala 1**, identificamos que o candidato Aécio Neves, ao perguntar à sua oponente, Dilma Rousseff, inicialmente, utiliza as **estratégias 1 e 11**. Quanto àquela estratégia, o referido candidato usa do controle da situação, uma vez que dá início ao debate e, para reforçar esse controle, emprega a **estratégia 11**, na qual traz a **informação 1**. Esse movimento permite observar que a situacionalidade encaminha a possibilidade do emprego de estratégias, dentre as quais, a 11 utiliza, como recurso, informações. Desse modo, estabelece-se uma relação de cooperação entre os critérios em pauta, pois a estratégia 11 convida o emprego de informações e, ao utilizá-las, o interlocutor, caso traga informações novas, pode tornar seu discurso mais interessante ao interlocutor, corroborando a eficácia do uso de estratégias de situacionalidade, no caso, a 11.

A **informação 1**, já destacada no Quadro 1, pode apresentar um grau alto de informatividade, pois verificamos uma descontinuidade no trecho: “revista hoje”. Esse excerto pode não fazer parte dos conhecimentos dos interlocutores, pois remete a uma revista específica, caracterizada por publicar determinadas matérias para um público em particular. Para retomar a continuidade do texto, os interlocutores demandam realizar um movimento de busca, no caso, um rebaixamento externo: precisam buscar, no contexto, a revista à qual o candidato se refere para compreender o que o trecho em questão implica.

Em relação à **fala 2**, observamos que a candidata Dilma Rousseff, no momento em que responde ao seu oponente, usa as **estratégias 2 e 5**. No que concerne àquela, compreendemos que a candidata rejeita totalmente a informação apresentada na **fala 1**, colocando em questão a

veracidade dessa informação, o que, em nosso ponto de vista, está implícito ao expor: “Agora essa revista que fez e que faz sistematicamente oposição a mim, faz uma calúnia e uma difamação do porte que ela fez hoje”. No que consta à **estratégia 5**, Dilma projeta, nos interlocutores, seu objetivo, que é se defender, e seu desejo, derrotar o oponente, conforme podemos notar em: “o povo brasileiro vai mostrar a sua indignação no domingo votando e derrotando essa proposta que o senhor representa e que é o retrocesso no Brasil”. A debatedora, ao fazer isso, tenta se aproximar do seu público e, assim, conquistar a sua adesão, focalizando não no resultado do debate, mas no resultado das eleições.

No que diz respeito à **fala 3**, o candidato Aécio Neves, retornando ao seu turno de fala, continua mantendo o controle da situação, visto que a sua oponente não apresentou argumentos consistentes para se defender. Isso é evidenciado no trecho: “eu apenas dei a senhora a oportunidade de apresentar sua defesa, não acredito que a acusação à revista ou a tentativa do seu partido de tirá-la de circulação seja a melhor resposta”, em que ele não só coloca em questão, fazendo uso da **estratégia 2**, a resposta apresentada pela candidata, como, também, utiliza novamente a **estratégia 11**, para reafirmar o que já havia dito, apresentando três novas informações. Isso revela que a situacionalidade, por meio do emprego dessa estratégia, solicita a articulação com a informatividade, uma vez que requer o emprego de informações para sustentar o discurso argumentativo.

A **informação 2**, observada na **fala 3**, corresponde ao grau médio de informatividade, já que o debatedor realiza um balanceamento entre informações novas e dadas. Em nossa acepção, “delação premiada” pode se caracterizar como uma informação nova, pois não é um termo comum a todos, é peculiar a algumas áreas de conhecimento, como os meios jurídico e político. Diante disso, o interlocutor necessita realizar um rebaixamento posterior, situado pelos termos “réu”, “benefício” e “provas”, que são informações dadas, visto que podem, com maior facilidade, fazer parte dos conhecimentos de mundo do público, auxiliando a contextualizar e compreender a informação nova.

De igual modo, a **informação 3** apresenta o mesmo grau de informatividade, pois a expressão “uma outra revista” pode ser compreendida como uma informação nova, a qual é atualizada quando o candidato revela o nome da revista: “*Isto É*”. Nesses momentos, por meio das informações 2 e 3 – caracterizadas pela realização de um balanceamento e de uma atualização, respectivamente –, Aécio emprega o grau médio de informatividade, o qual, conforme Beaugrande e Dressler (1981), é considerado padrão nas comunicações.

Por fim, a **informação 4** apresenta grau alto de informatividade, porque o candidato apresenta a informação nova “boletins apócrifos”, todavia não realiza um balanceamento para promover a compreensão por parte dos interlocutores. Esses, por sua vez, deparam-se com uma descontinuidade no sentido do texto, o que os leva a realizar, como na **informação 1**, um rebaixamento externo, visto que em nenhum momento do texto é revelado o sentido de tal expressão, ficando delegado, aos interlocutores, buscar, no contexto, o entendimento da informação.

Na **fala 4**, a debatedora, utilizando a **estratégia 2**, mais uma vez, parece não se preocupar em obter o controle da situação, não aceitando as informações apresentadas pelo oponente, rejeitando-as totalmente, o que pode ser observado no excerto: “eu fico muito estarecida com o senhor, porque eu na minha vida política, na minha vida pública, jamais persegui jornalista, jamais reprimi a imprensa” e, assim como observado na **fala 2**, ao fazer isso, coloca em questão os apontamentos de Aécio, como podemos notar no trecho: “Agora candidato, eu acredito que o senhor cita duas revistas candidato, que nós sabemos para quem fazem campanha”, em que ela, novamente, coloca em questão a veracidade das informações levantadas pelas revistas mencionadas pelo candidato oponente.

Diante do que expomos, entendemos que Aécio Neves, ao obter e manter o controle da situação, emprega, com maior ênfase, a **estratégia 11** de situacionalidade, utilizando-se de informações para construir a sua argumentação, junto aos seus interlocutores. Por outro lado, Dilma Rousseff não utiliza essa estratégia, o que, de certo modo, em nosso posicionamento, dificulta o estabelecimento de uma negociação favorável a ela, uma vez que não insere informações novas ao discurso, focalizando sua defesa em duas das opções abordadas pela **estratégia 2**, rejeitar totalmente e colocar em questão o controle apresentado, assim como investe na **estratégia 5**, projetando seu desejo – derrotar o candidato oponente –, em seus possíveis eleitores, o que é evidenciado **na fala 2**.

Dessa forma, podemos compreender que o discurso argumentativo, aqui analisado, revela que as situações comunicativas – como em um debate político, que é um exemplo de debate público regrado – demandam o emprego de estratégias argumentativas por parte dos debatedores. Essas estratégias podem ser observadas pelo viés da situacionalidade, sendo uma delas – estratégia 11 – de grande relevância para a construção argumentativa do discurso dos debatedores, uma vez que requer o emprego de informações que, por sua vez, podem sustentar argumentos. Nesse momento, entra em cena, a informatividade, estabelecendo uma relação de

codependência com a situacionalidade, haja vista que contribui, por meio do jogo de apresentação de informações novas e dadas, para a efetivação da estratégia em questão, favorecendo a compreensão do público acerca do discurso apresentado.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao longo das discussões, aqui realizadas, tratamos acerca dos critérios de textualidade, com enfoque na situacionalidade e na informatividade, com apoio em Beaugrande e Dressler (1981) e demais estudiosos de Linguística do Texto. Ademais, abordamos o gênero textual oral debate público regrado tendo em vista um viés argumentativo. A partir dessa abordagem e das disposições dos teóricos supracitados, realizamos a análise do *corpus* – um trecho, do primeiro bloco, do debate realizado pela emissora televisiva Rede Globo, em 2014, no segundo turno das eleições presidenciais do Brasil.

Na análise, observamos o funcionamento dos referidos critérios na construção de uma argumentação de caráter oral, em que, com base nas falas dos debatedores, Dilma Rousseff e Aécio Neves, realizamos algumas constatações. Nas falas 1 e 3, do debatedor Aécio Neves, percebemos que o confronto foi estabelecido com o controle inicial, o qual se manteve a partir da ação discursiva direcionamento da situação, em que o debatedor explorou, com maior ênfase, a estratégia 11 de situacionalidade, recorrendo ao uso de informações para sustentar a sua argumentação. Visto que ele apresentou 4 informações, sendo as informações 1 e 4 de grau alto de informatividade e as informações 2 e 3 de grau médio de informatividade, podemos apontar que o seu discurso revela um padrão médio/alto de informatividade, o que favoreceu que mantivesse o controle da situação.

Ainda em relação ao controle da situação, compreendemos que a debatedora Dilma Rousseff não o alcançou, pois, diferentemente do seu oponente, preocupou-se em enfatizar sua rejeição às exposições manifestadas, além de investir, na fala 2, na estratégia 5, projetando seus desejos e objetivos nos demais interlocutores, seus possíveis eleitores. Entendemos que, nesse caso, o emprego da estratégia 11 apresenta um potencial argumentativo bem maior em relação ao emprego da estratégia 5, diante da natureza do debate em âmbito político, que consiste em sustentar uma defesa e, por meio desta, alcançar a aceitação do público eleitoral.

Assim, evidenciamos que os critérios de situacionalidade e informatividade podem revelar uma relação de codependência entre eles, visto que a situacionalidade, por ser de caráter estratégico, encaminha a escolha das informações que podem ser relevantes para a situação comunicativa e a informatividade, por meio do emprego de informações, dependendo do grau, pode ou não validar o(s) argumento(s) apresentado(s).

Desse modo, consideramos válido investir na exploração dos critérios de textualidade: situacionalidade e informatividade, no estudo e trabalho de gêneros do campo argumentativo, em especial, da modalidade oral, bem como na relação de ambos, no emprego de construções argumentativas. Portanto, os estudos da LT podem contribuir para a construção argumentativa que está presente tanto nas atividades comunicativas cotidianas como nos discursos políticos, seja com o gênero oral debate público regrado ou demais gêneros do campo argumentativo.

REFERÊNCIAS

BEAUGRANDE, Robert.; DRESSLER, Wolfgang. **Introduction to text linguistics**. London/ New York: Longman, 1981.

COSTA, Sérgio Roberto. **Dicionário de gêneros textuais**. 3. ed. Belo Horizonte: Autêntica, 2014.

COSTA VAL, Maria da Graça. **Redação e textualidade**. 2. ed. São Paulo: Martins Fontes, 1999.

DOLZ, Joaquim; SCHNEUWLY, Bernard. **Gêneros orais e escritos na escola**. Campinas: Mercado de Letras, 2004.

FIORIN, José Luiz. **Argumentação**. São Paulo: Contexto, 2015.

G1. **Eleições 2014: Transcrição do debate da globo**. Disponível em:
<<http://g1.globo.com/politica/eleicoes/2014/transcricao-debate-presidencial-2-turno.html>>
Acesso em 31 de mai. de 2018.

GINZBURG, Carlo. **Sinais: raízes de um paradigma indiciário**. In: GINZBURG, Carlos. **Mitos, emblemas, sinais: morfologia e história**. Tradução de Federico Carotti. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

KOCH, Ingedore Villaça. **A situacionalidade como elemento de textualidade**. In: **Letras de Hoje**. Porto Alegre: PUCRS, 1985.

KOCH, Ingedore Villaça; ELIAS, Vanda Maria. **Ler e escrever: estratégias de produção textual**. 2. ed, 2 imp. São Paulo: Contexto, 2014.

MARCUSCHI, Luiz Antonio. **Produção textual, análise de gêneros e compreensão**. São Paulo: Parábola, 2008.

PERELMAN, Chaïm; OLBRECHTS-TYTECA, Lucie. **Tratado da Argumentação: a nova retórica**. São Paulo: Martins Fontes, 2005.

RIBEIRO, Roziane Marinho. **A construção da argumentação oral no contexto de ensino**. São Paulo: Cortez, 2009.