

Pesquisa em Comunicação: desenho metodológico construído a partir da teoria da Argumentação

Research in Communication: methodological design from the Argumentation theory

Rejane de Oliveira Pozobon¹
rejane.op@terra.com.br

Carolina Siqueira de David¹
caroldedavid@hotmail.com

RESUMO

Este artigo se propõe a apresentar um desenho de metodologia que possa ser aplicado em pesquisas oriundas do campo da Comunicação. Para isso, é necessário discutir sobre a Teoria da Argumentação (Perelman e Olbrechts-Tyteca, 2005; Breton, 1999, 2012) que é o aporte conceitual que orienta o percurso teórico-metodológico; bem como o contexto da aplicação que é a análise do processo de *impeachment* de Dilma Rousseff nas revistas *Veja* e *CartaCapital*. Esses dois movimentos, em conjunto, culminam na análise das estratégias argumentativas nos discursos sobre política dessas duas revistas semanais brasileiras.

Palavras-chave: Desenho metodológico. Comunicação. Teoria da Argumentação

ABSTRACT

This article proposes to present a methodology design that can be applied to research from the field of Communication. For this, it is necessary to present the Theory of Argumentation (Perelman and Olbrechts-Tyteca, 2005; Breton, 1999, 2012), which is the conceptual contribution that guides the theoretical-methodological path, as well as the application context that is the analysis of Dilma Rousseff's impeachment in magazines *Veja* and *CartaCapital*. These two movements, together, culminate in the analysis of argumentative strategies in the discourses about politics of these two Brazilian weekly magazines.

Keywords: Methodological design. Communication. Theory of Argumentation

¹ Universidade Federal de Santa Maria. Av. Roraima, 1000, Camobi – Santa Maria (RS).

Introdução

No campo científico, o desenvolvimento de uma metodologia adequada às problematizações do objeto investigado é de suma importância no desenvolvimento de uma pesquisa. No entanto, ainda que essencial, o caminho até uma adaptação pertinente e alinhada aos objetivos do trabalho pode ser custoso para aqueles que se empenham em entender uma realidade específica. Para Braga (2011, p. 1), a adaptação adequada de uma metodologia é entendida como uma tomada de decisão por parte do pesquisador, isto é, como “campo de prática, de formação e experiência sobre modos de encaminhar a pesquisa e aprender com seus desafios”.

No âmbito das Ciências Humanas e Sociais, ainda com base em Braga (2011), defende-se a importância de a metodologia ser desenvolvida, adaptada e alterada mesmo durante o desenvolvimento do trabalho, ou seja, pensa o autor que a utilização de abordagens “fechadas” ou pré-concebidas pode retirar potencialidades que seriam obtidas se adaptações fossem feitas. Sendo assim, ao se assumir abordagens prévias e prontas, corre-se o risco de reproduzir apenas informações sobre o que é investigado e não contribuições para o campo.

Nesse sentido, é com a intenção de contribuir para o campo de pesquisa em Comunicação que este artigo é concebido. Por meio da exposição da adaptação realizada com base na Teoria da Argumentação, visa-se demonstrar como a análise de uma pesquisa acadêmica no campo da Comunicação foi desenvolvida. Para tanto, o artigo está organizado da seguinte forma: primeiro, apresenta-se o contexto da pesquisa, isto é, resumem-se as implicações sociais e políticas do impeachment de Dilma Rousseff (2016), ainda neste item, explana-se sobre as revistas investigadas; depois, apresenta-se a Teoria da Argumentação; logo após, o desenho metodológico e uma breve aplicação do mesmo para, por fim, tecer-se a conclusão.

Contexto da aplicação metodológica: o processo de impeachment de Dilma Rousseff e as revistas *Veja* e *CartaCapital*

Mesmo que o corpus da pesquisa seja a análise da argumentação de duas revistas brasileiras – *Veja* e

CartaCapital – sobre o impeachment de Dilma Rousseff, entender o contexto do acontecimento é essencial para visualizar os atores políticos envolvidos no desenvolvimento do processo. Atores esses que serão essenciais para determinar a adaptação metodológica necessária. Desse modo, a intenção deste item é explanar, resumidamente, sobre a conjuntura que levou à deposição da ex-presidenta.

O impeachment de Dilma Rousseff não é um acontecimento isolado no que tange à deposição de presidentes eleitos democraticamente na América Latina. O autor Anibal Perez-Liñan, em entrevista à Chagas (2016), ao analisar casos similares, entre 1992 e 2003, no Brasil, Venezuela, Colômbia, Equador e Paraguai, afirma que processos de impeachment, aceitos constitucionalmente, são um novo mecanismo para depor presidentes que não seguem determinada lógica das elites políticas, mas que ao mesmo tempo não cometeram “crimes de responsabilidades claros” para serem destituídos. Nesse sentido, o impeachment seria uma “desculpa legal, sem fundamento jurídico sólido”² usada como alavanca para tirar do poder certos governos. Essa nova perspectiva, segundo o autor, diferencia-se de deposições anteriores como as intervenções militares e se mostra como uma nova manobra política que tem sido utilizada na América Latina. De acordo com Perez-Liñan e Polga-Hecimovich (2013, p. 2):

No passado, quando poucos países da região eram democráticos, a ação militar contra o presidente era um caminho efetivo para perseguir metas políticas radicais. Depois de 1978, a disseminação da democratização na região reduziu a viabilidade das aventuras militares e forçou os opositores radicais a encontrar mecanismos constitucionais para derrubar os presidentes dos cargos. No presente, o custo político da ação militar é alto, e estratégias alternativas, como impeachments do Congresso ou mobilização social para desestabilizar o governo, são um curso de ação preferencial.

A tese principal do autor, discutida no livro *Presidential Impeachment and the New Political Instability in Latin America* (2007), é que existem quatro fatores que afetam a estabilidade de um governo: situação econômica desfavorável, falta de apoio parlamentar, mobilizações nas ruas contra o presidente e escândalos midiáticos (Chagas, 2016). Dessa forma, para Perez-Liñan, Rousseff,

² GNN. 2016. Anibal Pérez-Liñan: destituir Dilma é um erro da oposição. Disponível em: <<https://jornalggn.com.br/noticia/anibal-perez-liñan-destituir-dilma-e-um-erro-da-oposicao>>. Acesso em: 11/02/2018.

no momento da sua deposição, enfrentava a “tempestade perfeita”³: economia em recessão; investigações da Operação Lava Jato que mesmo não a afetando diretamente, afetaram seu governo; mobilização popular pedindo sua deposição e a falta de apoio no Legislativo.

Em artigo mais recente, Perez-Liñan mantém sua tese central afirmando que a radicalização das elites políticas é a principal explicação para a instabilidade presidencial: “Independentemente de suas inclinações ideológicas, as elites com preferências radicais são impacientes para alcançar seus objetivos políticos, sem vontade de se comprometer e relutantes em respeitar restrições institucionais” (Perez-Liñan e Polga-Hecimovich, 2013, p. 2). É nessa perspectiva que os meios de comunicação fazem parte das ações mobilizadas pelas elites políticas para alcançar seus objetivos. Para Perez-Liñan, os meios são mais do que “agentes de investigação”, eles atuam como “atores estratégicos que possuem preferências ideológicas e interesses comerciais” (Chagas, 2016, p. 110). Mais especificamente, sobre os processos de impeachment, Perez-Liñan afirma que as mídias “jogam em uma posição-chave” ao publicarem denúncias de corrupção que reforçam o “crime” que deu início ao processo e que, por sua vez, tornam o mesmo crível para a opinião pública, criando, como já dito, uma instabilidade política.

Nesse sentido, o impeachment de Dilma Rousseff deve ser entendido como um jogo de interesses entre setores da sociedade. Mendes (2018), ao analisar o processo brasileiro à luz do modelo de Perez-Liñan, propõe algumas conclusões que confirmam a participação de atores políticos específicos na deposição da ex-presidenta. Dessa análise do autor, nos interessa, especialmente, o que ele tem a dizer sobre a participação dos meios de comunicação no desenvolvimento e concretização do impeachment de Rousseff. Uma das primeiras proposições de Mendes (2018) é sobre o papel que a mídia desempenha no incitamento das mobilizações sociais contra o governo:

É possível perceber isso observando como a aprovação da presidente cai vertiginosamente na medida em que aumenta a cobertura dos escândalos. No início de 2013, o governo Dilma tinha aprovação de 63% dos brasileiros. Ao fim de 2015, essa aprovação está em 9%. A queda reflete uma derrocada simbólica que culmina depois no impedimento real. Além disso,

com os escândalos e a revolta pública, ficava cada vez mais difícil manter o Legislativo fisiológico fiel (Mendes, 2018, p. 268-269).

Para o mesmo autor, o fato das principais mídias corporativas cobrirem os casos de corrupção – na seara da Operação Lava Jato – ao mesmo tempo do encaminhamento do processo, favoreceu a associação entre o governo Dilma e a corrupção, visto que escândalo midiático e economia são elementos-chave que levam à manifestação popular: “O significado central da política na cobertura midiática do impedimento de Dilma foi o tema corrupção. Além do noticiário econômico intensamente negativo, desde 2015, a imprensa corporativa passou a divulgar enfaticamente vazamentos e delações obtidas pela operação Lava Jato” (Mendes, 2018, p. 271).

Outra proposição de Mendes (2008, p. 262) é relacionada ao embate entre o executivo e legislativo nos momentos antes e depois da abertura do processo de impeachment. Segundo o mesmo, esse embate é uma das principais “senhas para a compreensão das instabilidades políticas [...] e para a observação da dinâmica política do Brasil”. Desse modo, Mendes (2008) traz alguns aspectos negativos do presidencialismo de coalizão que rege a instituição política brasileira e analisa a relação entre o partido da ex-presidenta (Partido dos Trabalhadores) e o partido do Movimento Democrático Brasileiro (MDB)⁴ que teve presença na sua chapa de concorrência à presidência em 2014 quando Michel Temer foi convocado para compô-la:

Essa dependência em relação ao PMDB por parte do partido ocasionalmente no governo é uma das causas decisivas para diversos conflitos no interior da base parlamentar que sustenta as iniciativas do Executivo. A todo momento, o presidente precisa contornar, fazer concessões, negociar e, finalmente, compor com o PMDB para conseguir exercer o poder (Mendes, 2018, p. 263).

Além da importância do emedebista Michel Temer no desenvolvimento do processo de impeachment, outro filiado ao partido também teve proeminência no mesmo processo: Eduardo Cunha. Este último, que era presidente da Câmara dos Deputados no período de abertura do processo,

³ NEXO JORNAL. 2016. O gênio está solto, e não será fácil controlá-lo, diz pesquisador de impeachments na América Latina. Disponível em: <https://www.nexojornal.com.br/entrevista/2016/04/24/O-g%C3%AAnio-est%C3%A1-solto-e-n%C3%A3o-ser%C3%A1-f%C3%A1cil-control%C3%A1-lo-diz-pesquisador-de-impeachments-na-Am%C3%A9rica-Latina>. Acesso em: 11/02/2018.

⁴ Em 2017, o partido mudou sua sigla de PMDB para MDB.

teria aceitado o pedido como “vingança” contra o Partido dos Trabalhadores. De acordo com Mentis (2008, p. 265): “[...] a crise terminal na relação entre Executivo e Legislativo chega ao momento decisivo quando o PT resolve votar a favor da cassação do mandato do presidente da Câmara, Eduardo Cunha, no Conselho de Ética da Câmara. Em ato contínuo, Cunha aceita o 28º pedido de impeachment [...]”.

Como já dito, ainda que muito possa ser analisado sob as perspectivas econômicas, sociais e políticas, este artigo se detém a como os meios de comunicação, em especial duas revistas semanais, entendem o processo de impeachment de Dilma Rousseff. Desse modo, antes de partir para a teoria da Argumentação, faz-se necessário entender o lugar de fala das revistas *Veja* e *CartaCapital*, que são os objetos empíricos analisados.

Veja, criada em 1968, pertence desde seu surgimento ao Grupo Abril, conglomerado midiático que edita outros títulos importantes em território brasileiro. De acordo com a própria revista, sua circulação total semanal é de 1,1⁵ milhão de exemplares, ocupando o primeiro lugar na circulação nacional. *CartaCapital*, criada em 1994, pertence desde 2001 à Editora Confiança e é bem mais modesta quanto aos números de circulação: 65 mil⁶, segundo a própria revista.

Pela resumida exposição das revistas, já se pode ver a discrepância comercial entre as mesmas. Essa diferença, contudo, não se detém somente ao âmbito econômico. As revistas, reconhecidamente, distinguem-se quanto aos posicionamentos sobre diversos acontecimentos políticos⁷ e é por isso a escolha das duas como objetos de investigação. Para entender essa diferença de posicionamento e consequentemente na argumentação sobre o processo de impeachment de Dilma Rousseff, faz-se necessário, agora, compreender o uso da teoria da Argumentação e suas adaptações ao corpus de investigação.

Perspectivas e adaptações da Teoria da argumentação

O desejo de compreender a organização dos discursos não é recente. Desde a Grécia antiga a retórica era objeto de estudo. Segundo Reboul (2004), essa preocu-

pação vem desde Aristóteles, este foi o responsável por colocá-la num sistema⁸, ou seja, em quatro partes que são condição para um discurso não ser vazio ou “desordenado”: invenção, disposição, elocução e ação. Na época romana, segue o autor, acrescentou-se a memória como a quinta tarefa daqueles que querem proferir um discurso. As partes são importantes de serem cumpridas, mas não precisam ser cronologicamente executadas; servem como um guia para o orador.

Apesar das inúmeras filiações para a compreensão da Teoria da Argumentação, o norte deste artigo está em dois autores principais: Perelman e Olbrechts-Tyteca (2005) e Breton (1999; 2012). Para os primeiros – responsáveis pela obra que trouxe novamente o prestígio da retórica: *Tratado da argumentação: a nova retórica* (1958) – a argumentação é entendida como uma “comunhão entre espíritos” e está relacionada à persuasão e ao convencimento por parte do orador em relação ao auditório. Os autores explicam a diferença entre os termos caros à teoria: “Para quem se preocupa com o resultado, persuadir é mais do que convencer, pois a convicção não passa da primeira fase que leva à ação. [...] Em contrapartida, para quem está preocupado com o caráter racional da adesão, convencer é mais do que persuadir” (Perelman e Olbrechts-Tyteca, 2005, p. 30).

Para os mesmos autores, a argumentação versa sobre o verossímil e nunca sobre o verdadeiro ou evidente, pois a verdade absoluta não existe. Para eles, portanto, o que existe são estratégias argumentativas que ao serem utilizadas aumentam as chances de convencimento de um auditório. Essa comunhão entre orador e auditório faz parte de um contato intelectual (Perelman e Olbrechts-Tyteca, 2005) a que se prestam os mesmos, o que culmina numa espécie de acordo sobre alguma tese. Dessa forma, a escolha das estratégias argumentativas é relacionada a uma situação específica. Breton (1999), nessa mesma ideia, afirma que se argumenta de forma diferente para auditórios diferentes. O que se entende dessa proposição é que a argumentação é uma construção de um real por parte do orador, isto é, ela seria o lugar das versões possíveis para determinados acontecimentos.

Pensando a partir dos objetos midiáticos, que são

⁵ O dado é exposto no *mídia kit* de 2018 da própria revista que pode ser descarregado no link: <http://publiabril.abril.com.br/midia_kits?brand=Veja> Acesso em: 21/07/2018.

⁶ O dado é exposto no *mídia kit* de 2015 da própria revista que pode ser visualizado no link: <<https://www.cartacapital.com.br/editora/cartacapital/MIDIAKITCARTACAPITAL2015.pdf>> Acesso em: 21/07/2018.

⁷ Como exemplos, têm-se as pesquisas de Iuan (2014) e Fernandes (2016).

⁸ Para maior conhecimento do sistema retórico de Aristóteles, ler Reboul (2004).

as revistas semanais de informações, considera-se que elas constroem suas argumentações a partir de sua perspectiva que leva em conta seu lugar de fala, os aspectos institucionais, econômicos, sociais, políticos e também seu auditório. Nesse sentido, à cada edição, as revistas retomam seus posicionamentos a fim de estabelecer uma “comunhão entre espíritos” com seu auditório. Esse entendimento da realidade que é exposto nas revistas pode ser analisado a partir das estratégias argumentativas que as mesmas empregam nas suas frases, ou seja, pode-se analisar quais são os tipos de argumentos que são empregados para convencerem que aquilo que escrevem é a realidade sobre um acontecimento.

Breton (1999; 2012) expõe quatro famílias de estratégias argumentativas que são utilizadas nos discursos: autoridade, comunidade, analogia (metáfora), analogia (comparação) e reenquadramento. Para ele, essas cinco famílias comportam todos os tipos de estratégias argumentativas que podem ser utilizadas. A primeira estratégia, de autoridade, recai sobre o prestígio de algo ou alguém. Pode ser tanto um prestígio social como acadêmico, institucional ou simbólico, o que importa é que o auditório entenda que aquela autoridade confirma a argumentação proposta. A segunda estratégia, de comunidade, move valores e crenças compartilhados em sociedade. No corpus analisado, por ser um assunto relacionado à política, valores como democracia, legitimidade, poder, popularidade, entre outros, são os que movem emocionalmente o auditório. A terceira estratégia, de analogia (comparação), é empregada em momentos nos quais as revistas se usam de comparações entre pessoas ou objetos; já a analogia (metáfora) é quando utilizam a figura de linguagem como estratégia. A última estratégia, de reenquadramento, é na verdade a que permeia todo o discurso, porque toda narrativa é um reenquadramento da realidade. Então, todas as estratégias que não fazem parte das outras quatro especificadas, são entendidas como estratégias de reenquadramento. Por si só, ela é apresentada como aquela relativa às nuances dos textos comunicativos, que abordam o problema de outra maneira (Breton, 1999).

A definição das estratégias utilizadas consiste numa primeira adaptação metodológica da argumentação para analisar o corpus proposto. Foi a partir da ideia de Breton (1999; 2012) e da necessidade que o corpus estabeleceu, por exemplo, que se tomou a decisão que a estratégia de analogia iria ser utilizada nas variações de comparação e metáfora, excluindo a de exemplo que completa as três variações propostas pelo autor. Além disso, o autor propõe dois movimentos na utilização das

estratégias argumentativas que não puderam ser operacionalizados.

No próximo item, a intenção é estabelecer uma conexão entre os atores políticos envolvidos no processo de impeachment (que foi exposto no primeiro item do artigo) e as estratégias argumentativas que pertencem à teoria da argumentação (recém expostas) para, assim, delinear o desenho metodológico e a aplicação no corpus da pesquisa.

Desenho metodológico e aplicação no corpus de pesquisa

A ideia de expor um desenho metodológico como contribuição para pesquisas em Comunicação vem na esteira da importância de análises empíricas nos trabalhos desenvolvidos. Braga (2011), por exemplo, defende a importância da pesquisa empírica na produção de conhecimento científico argumentando que é ela que permite a “afetiva observação de um ângulo da realidade, apresentando perguntas sobre aspectos de uma determinada situação ou “objeto” e procurando respostas diretamente através de investigação sistematizada de elementos concretos que compõem o objeto escolhido e construído” (Braga, 2011, p. 5).

Compartilhando deste pensamento, visa-se entender a argumentação de Veja e CartaCapital sobre o impeachment de Dilma Rousseff no corpus referente às edições que compreendem dois momentos do processo: primeira votação na Câmara dos Deputados e votação final no Senado Federal. O que se visa analisar é, especificamente, como as revistas, nos seus discursos, argumentam quando se referem aos seguintes protagonistas de suas frases: Dilma Rousseff, que é a presidenta que sofreu o impedimento; Lula (Luiz Inácio Lula da Silva), fundador do Partido dos Trabalhadores e também ex-presidente, que é muitas vezes trazido em conjunto nas frases; Partido dos Trabalhadores (PT), que também é ressaltado; Michel Temer, que era o vice-presidente de Rousseff; Eduardo Cunha, que, como visto, também ganhou protagonismo no desenvolvimento do processo e, por fim, o próprio processo de impeachment.

A determinação desses protagonistas específicos, chamados de Eixo 1 na análise, configura mais uma adaptação necessária do corpus para que possa responder os objetivos da pesquisa. Para determiná-los, portanto, houve a combinação de leituras prévias do corpus para, assim, poder observar quem ganhava mais proeminência nas páginas das revistas. Outras análises que também confirmam



Figura 1. Eixo 1: Protagonistas.

Figure 1. Axis 1: Protagonists.

Fonte: as autoras.

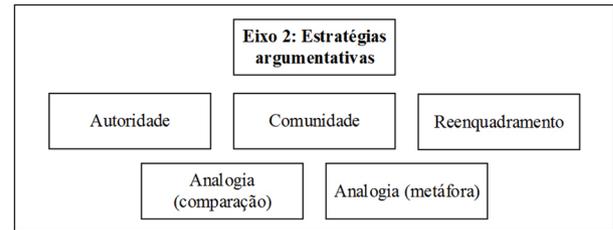


Figura 2. Eixo 2: Estratégias argumentativas.

Figure 2. Axis 2: Ergumentative strategies.

Fonte: as autoras.

o maior envolvimento desses protagonistas são Rizzotto, Prudencio, Sampaio (2017) e Quirino e Guazina (2018). Sendo assim, outros atores e acontecimentos são excluídos da análise. Abaixo são ilustrados os protagonistas:

Depois de identificar o protagonista de cada frase, é necessário compreender qual estratégia argumentativa – figura abaixo – é utilizada naquela determinada frase, o que compreende o Eixo 2 da análise.

Tendo identificado quem é o protagonista da frase e depois qual a estratégia argumentativa empregada, é necessário entender qual a finalidade da estratégia argumentativa, ou seja, o que a revista quer dizer sobre esse protagonista. O Eixo 3 de análise é, portanto, chamado de Finalidade das estratégias argumentativas. Uma Finalidade é o conjunto de frases que propõem a mesma argumentação. A figura abaixo ilustra a conjunção dos três Eixos de análise, a partir do protagonista Michel Temer⁹:

O que se visualiza neste quadro de exemplo é a conjunção dos três Eixos de análise. Todas as frases possuem a mesma finalidade: argumentar sobre o Perfil negativo, a impopularidade ou a falta de legitimidade de Michel Temer. No entanto, cada frase utiliza estratégias argumentativas diferentes. A primeira frase da revista tem como fonte um Senador, portanto, uma autoridade que possui prestígio institucional, político e social. Já a segunda frase, utilizando a estratégia argumentativa de comunidade, toca nos valores políticos a partir do voto e da popularidade como fonte de legitimidade. A terceira faz um reenquadramento da realidade ao questionar as condições que Michel Temer teria de governar, visto que, para a revista, ele não teria legitimidade suficiente para isso. A quarta frase traz a metáfora “em cada esquina” que corrobora a argumentação da revista sobre a impopularidade de Temer e, por fim, a quinta frase compara a

legitimidade de 54,5 milhões de voto de Dilma Rousseff com a ilegitimidade de Temer.

Sendo assim, esse breve exemplo tem a intenção de expor a operacionalização dos três Eixos de análise que constituem o desenho metodológico proposto. O exemplo é um dos vários quadros de análise que, em conjunto, possibilitaram chegar ao cerne da argumentação das revistas sobre o processo de impeachment de Dilma Rousseff.

Conclusão

Este artigo teve como objetivo contribuir com o campo da Comunicação ao apresentar um desenho metodológico para pesquisas que venham a analisar discursos midiáticos. Portanto, primeiro se apresentou o contexto do corpus documental que foi de extrema importância para determinar quem seriam os protagonistas analisados. Depois, foi exposto o aparato conceitual da Teoria da Argumentação que é o eixo norteador da metodologia aplicada. Tendo expressado as adaptações necessárias, partiu-se para aplicação do desenho metodológico por meio da demonstração da finalidade da estratégia argumentativa do protagonista trazido como exemplo neste paper, Michel Temer. Nesse sentido, vê-se que a adaptação metodológica é um exercício necessário que deve estar em consonância com os autores principais, bem como com o corpus de pesquisa, sendo, portanto, uma tomada de decisão (Braga, 2011) necessária do autor da pesquisa.

Consideramos que este desenho se apresenta como uma possibilidade metodológica nas pesquisas que envolvem argumentação, discurso e mídia. A teoria da argumentação mostra que a mídia produz versões para os fatos e que reforça seus pontos de vista por meio de

⁹ Devido aos limites do artigo, a escolha desse protagonista foi devido ao fato da melhor visualização dos eixos de análise.

<p>Protagonista: Michel Temer</p>
<p>Finalidade da estratégia argumentativa: Perfil negativo/Impopularidade/Não legitimidade de Michel Temer</p>
<p>Estratégia argumentativa: Autoridade</p> <p>“Se o <i>impeachment</i> passar, o Temer não aguenta três meses’, afirma o senador Lindbergh Farias [...]” (CartaCapital [matéria escrita por Barrocal], 2016, p. 21)</p>
<p>Estratégia argumentativa: Comunidade</p> <p>“Assim [Michel Temer] poderá se tornar um presidente sem voto e, mais que isso, com uma estrondosa rejeição popular” (CartaCapital [matéria escrita por Dias], 2016, p. 30)</p>
<p>Estratégia argumentativa: Reenquadramento</p> <p>“É inevitável perguntar diante disso: o ‘presidente’ Temer teria futuro? Teria condições de governar o País?” (CartaCapital [matéria escrita por Dias], 2016, p. 30)</p>
<p>Estratégia argumentativa: Analogia (metáfora)</p> <p>“[Os tucanos] não querem ser sócios de um governo que, pelo visto, encontraria a impopularidade em cada esquina” (CartaCapital [matéria escrita por Barrocal], 2016, p. 21)</p>
<p>Estratégia argumentativa: Analogia (comparação)</p> <p>“E, se esse processo tiver curso no Senado, há risco de vermos uma presidente legitimamente eleita por 54,5 milhões de votos ser substituída por um vice perjuro, sem um só voto” (CartaCapital [matéria escrita por Amaral], 2016, p. 32)</p>

Figura 3. Quadro exemplo de análise: Michel Temer.

Figure 3. Sample table of analysis: Michel Temer.

Fonte: as autoras.

“mecanismos de pensamento” (Perelman e Olbrechts-Tyteca, 2005), isto é, estratégias argumentativas que podem apelar para a autoridade de algo ou alguém, valores compartilhados em sociedade, reenquadres e problematizações, bem como para figuras de linguagem como a metáfora ou simples comparações entre pessoas ou objetos. Confirma-se, desse modo a polifonia (Borrat, 1989) presente nos discursos analisados. As revistas procuram endossar suas argumentações recaindo sobre os prestígios dos saberes acadêmicos, das instituições, de outros veículos, bem como sobre valores e crenças que são socialmente compartilhadas.

A análise das estratégias argumentativas como método também evidencia que o olhar mais direcionado para os instrumentos que as revistas utilizam para argumentar pode conceder uma visão mais ampla do modo como é estabelecido o jogo entre mídia e política. Em meio a uma sociedade onde é sabido sobre os grandes acordos entre os conglomerados midiáticos e a instância política, um desenho de metodologia que priorize os atores políticos individuais em detrimento da análise de denúncias de corrupção, por exemplo, possibilita ver como tal mídia – que também é um ator político – relaciona-se com outros atores políticos individualmente.

Referências

- AMARAL, R. 2016. Golpe e resistência. *CartaCapital*. São Paulo: Editora Confiança. Edição 898, 27 abr.
- BARROCAL, A. 2016. O sorriso da Mona Lisa. *CartaCapital*. São Paulo: Editora Confiança. Edição 898, 27 abr.
- BORRAT, H. 1989. *El periódico, actor político*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, S.A, 167 p.
- BRAGA, J. 2011. A prática da pesquisa em Comunicação: abordagem metodológica como tomada de decisões. *Revista E-Compós*, 14(1): 1-33.
- BRETON, P. 1999. *A argumentação na comunicação*. Bauru, SP: EDUSC, 188 p.
- BRETON, P. 2012. Como convencer? Da comunicação argumentativa à manipulação. *EID&A - Revista Eletrônica de Estudos Integrados em Discurso e Argumentação*. n. 3: 117-132.
- CHAGAS, L. 2016. O impeachment de 2016 no contexto das crises presidenciais na América Latina (Entrevista com Aníbal Perez-Liñan). *Revista Compolítica*, 6(2): 105-119.
- DIAS, M. 2016. Temer e o Caso Etanol. *CARTACAPITAL*. São Paulo: Editora Confiança. Edição 898, 27 abr.
- FERNANDES, P. 2016. *Arautos da crise: a cobertura da Operação Lava-Jato em Veja e CartaCapital*. São Paulo, SP. Dissertação (Mestrado em Comunicação), Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, 117 p.
- IUAN, I. 2014. *Veja e CartaCapital: as estratégias discursivas e ideológicas na revelação do câncer de Dilma Rousseff*. Curitiba, PR. Dissertação (Mestrado em Comunicação), Universidade Federal do Paraná, 110 p.
- MENDES, G. 2018. O impeachment de Dilma Rousseff e a instabilidade política na América Latina: a aplicabilidade do modelo de Perez-Liñan. *Revista de Ciências Sociais*, 49(1): 253-278.
- PERELMAN, C; OLBRECHTS-TYTECA, L. 2005. *Tratado da argumentação: a nova retórica*. 2. ed. São Paulo: Martins Fontes, 653 p.
- PEREZ-LIÑAN, A; POLGA-HECIMOVICH, J. 2013. Political Elites, Democratic Breakdown, And Presidential Instability In Latin America. *Seminario de Investigación*, n. 14: 1-28.
- QUIRINO, F; GUAZINA, L. 2018. Golpe no Brasil: o que a mídia tem a ver com isso? *Revista Estudos em Comunicação*, 2(26): 179-188;
- REBOUL, O. 2004. *Introdução à retórica*. São Paulo: Martins Fontes, 253 p.
- RIZZOTTO, C; PRUDENCIO, K; SAMPAIO, R. 2017. TUDO NORMAL: a despolitização no enquadramento multimodal da cobertura do impeachment de Dilma Rousseff. *Revista Comunicação & Sociedade*, 39(3): 111-130.