



Departamento de Taquigrafia, Revisão e Redação



2013

Financiamento de campanhas eleitorais: perpetuação das assimetrias de representatividade?



Coordenação de Histórico de Debates

Seção de Análise de Discursos

Financiamento de campanhas eleitorais: perpetuação das assimetrias de representatividade?¹

Introdução

Neste texto, pretendemos analisar pronunciamento parlamentar que trata da reforma política, mais especificamente do financiamento de campanha. Grandes empresas são responsáveis pela maioria das doações de campanha no Brasil, segundo dados do TSE. Isso pode indicar uma relação estreita entre as empresas e os atores políticos. Grande parte da população brasileira, por seu turno, com renda inferior a dois salários mínimos, não pode “doar” a nenhum candidato. Será que isso implica a redução de seu poder de negociação e de sua representatividade no Parlamento?

Existe, sem dúvida, um compromisso entre o candidato e seus maiores doadores. Não há promessas de campanha para empresas privadas, mas possivelmente há algum tipo de compromisso eleitoral referente a algum item de interesse dos grandes doadores. Já o compromisso entre o candidato e seu eleitor mais humilde se dá por meio de “promessas”, que não necessariamente são cumpridas. Assim, nessa relação de compromisso, há uma assimetria muito grande. Não há para quem reclamar frente ao não cumprimento de compromissos assumidos durante a campanha.

No que diz respeito à relação entre representatividade e financiamento de campanha, afirma BARBOSA:

Outro aspecto da crise de representatividade se refere aos modelos de financiamento de campanha. O modelo misto, que é o sistema de financiamento atual, dissemina a desigualdade financeira e de oportunidades, criando facilidades para aqueles que têm maiores influências e são patrocinados por empresas privadas e não financiados. (BARBOSA, C.V. *O financiamento de campanha político-partidária e a crise de representatividade contemporânea.*)

Para diminuir um pouco o chamado ‘poder econômico’ sobre os atores políticos, há a intenção de se criar uma regra que determina o investimento público exclusivo de campanha. Muitos Parlamentares defendem essa regra

¹ Análise realizada por Maria Lílian de Medeiros Yared

para a reforma política. Os argumentos mais frequentes a favor do financiamento público de campanha é a diminuição da corrupção e a facilitação de acesso a candidatos que não recebem doação de grandes empresas. O discurso analisado a seguir se posiciona a favor da ideia de se proibirem doações de empresas privadas a campanhas políticas.

2 A Avaliatividade

A avaliatividade, segundo Martin, é um sistema de significados (recursos semióticos) para expressar os sentimentos, julgamentos, apreciações. O sistema de avaliatividade é a expansão da metafunção interpessoal, de Halliday, que explica como a linguagem é utilizada nas análises interpessoais.

Como o discurso parlamentar é dialógico por excelência, com o uso constante da primeira pessoa, vamos utilizar na presente análise tanto os recursos do sistema de avaliatividade de Martin, como a categorias da metafunção interpessoal. Da perspectiva da teoria de Martin, em termos do sistema de engajamento, o discurso parlamentar é dialógico, e o uso de primeira pessoa mostra isso porque indica existem outros pontos de vista a respeito do tema discutido.

3 Análise

Faremos a análise de um discurso parlamentar que aborda a questão do financiamento de campanha, proferido pelo Deputado Fernando Ferro, do PT de Pernambuco, em 12 de dezembro de 2013. Nesse discurso, pode-se ver a referência à necessidade de maior equidade no acesso a cargos políticos. Segundo o orador, as lideranças populares não podem bancar uma campanha eleitoral. O autor do discurso utiliza muitos processos relacionais (verbo de ligação “ser”.) para argumentar contra a assimetria de poder econômico: **“É uma desproporcionalidade, é uma desigualdade impressionante que se enfrenta no processo eleitoral, impedindo lideranças populares, lideranças sindicais de virem a disputar um pleito eleitoral”**.

A gradação é um subsistema do sistema da avaliatividade (MARTIN, 2005). A avaliatividade é um sistema de significados que tem a ver com a construção das identidades dos autores/oradores/enunciadores. O subsistema da gradação oferece recursos que permitem aumentar ou diminuir o grau de intensidade de nossas avaliações



A seguir, temos o discurso que será analisado:

CÂMARA DOS DEPUTADOS – DETAQ

Sessão: 414.3.54.O Hora: 15:06 Fase: PE

Orador: FERNANDO FERRO, PT-PE Data: 12/12/2013

O SR. FERNANDO FERRO (PT-PE. Pela ordem. Sem revisão do orador.) - Sr. Presidente, Sras. e Srs. Parlamentares, quero manifestar, ao contrário de muitas opiniões, concordância com a decisão que pode tomar o Supremo Tribunal Federal² em relação ao financiamento de campanha.

Compreendo que a iniciativa de se evitar que empresas paguem as campanhas políticas tem um fundo extremamente positivo de reduzir a força do poder econômico no processo eleitoral. No entanto, tendo a ficar com certo receio de que isso possa gerar iniciativas de caixa dois e até outros tipos de delinquência no financiamento de campanha praticada para atender os interesses dos grupos empresariais e da sua representação aqui no Congresso.

O fato é que nós deveríamos ter feito uma reforma política, e mais uma vez o Supremo toma a iniciativa por inoperância desta Casa.

Eu acho que nós temos que tirar uma lição do acontecido, até porque **quem financia uma boa parte das campanhas é o recurso público**. A população não sabe que o tempo de televisão, que o tempo de rádio, por exemplo, não é gratuito. Não existe TV gratuita. A Rede Globo, a Bandeirantes, a Record, as rádios desses sistemas recebem recursos pela veiculação da campanha eleitoral. Eles deixam de pagar imposto em troca da transmissão do programa eleitoral. Mas se cria no Brasil uma ideia para o cidadão comum de que o tempo de televisão é de graça. Não é verdade! Quem paga é o cidadão, através dos impostos, uma vez que a Globo deixa de pagar imposto, assim como a Bandeirantes, a Record etc., todas elas, para receberem sob forma de crédito tributário.

Nós temos, sim, que **promover uma reforma tributária para tentar diminuir a força do poder econômico no processo eleitoral**.

A Câmara dos Deputados, lamentavelmente, não cumpriu seu papel. Tentou, nos últimos dias, um arremedo de reforma que não toca as questões centrais, como esta do financiamento público de campanha.

Apesar de discordar um pouco dos resultados, vejo como **positiva a iniciativa do Supremo Tribunal Federal de restringir o financiamento de empresários nas campanhas e estabelecer outro processo**.

Quem quiser contribuir com o seu candidato pode, de uma maneira individual, criar um fundo para que esse recurso possa ajudar os candidatos a divulgar seu programa, a participar do processo eleitoral e, assim, poder concorrer minimamente na disputa que se faz nas eleições deste País. Hoje, a cada eleição, **umentam os custos. O candidato de origem pobre, o candidato de classe média é sacrificado**, porque não concorre com a máquina dos empresários e seus associados na disputa eleitoral que acontece neste País. **É uma desproporcionalidade, é uma desigualdade impressionante que se enfrenta no processo eleitoral, impedindo lideranças populares, lideranças sindicais de virem a disputar um pleito eleitoral**.

Chego a dizer, Deputado Inocêncio Oliveira e Deputado João Caldas, que com este quadro uma figura como o Lula não surgiria mais na política, estaria impedido de concorrer a uma eleição para Deputado Federal, **porque ele não teria condições de participar**.

Temos que criar mecanismos, de maneira que **o cidadão comum possa participar do processo eleitoral**. A reforma que se faz, através do Supremo Tribunal Federal, para mim, tem o mérito de divulgar para a população **o peso do poder econômico na política** e, ao mesmo tempo, de promover um debate sobre uma reforma política eleitoral, que esta Casa

² Refere-se à votação da Ação Direta de Inconstitucionalidade 4650, movida pela OAB, que pede ao STF considere inconstitucional regras relativas à doação de empresas privadas às campanhas eleitorais. O julgamento foi iniciado em 11.12.2013, mas foi interrompido em 12 de dezembro de 2013 e não tem prazo para voltar a plenário.

não teve coragem de fazer mas que em algum momento o fará, sob pena de ser crescentemente desqualificada pela opinião pública.

Portanto, posiciono-me aqui no sentido de estar simpático às propostas que o Supremo Tribunal Federal está fazendo em relação ao financiamento das campanhas eleitorais, por linhas um pouco tortas para o gosto desta Casa, mas com um objetivo positivo, que é o de **reduzir a força e o poder da grana, do capital, no processo eleitoral.**

Obrigado.

Vejamos as construções constantes do discurso referido:

- 1) Temos uma **gradação lexical crescente**: desproporcionalidade ----- desigualdade impressionante. Nesse caso, é a qualidade “impressionante” que insere o segundo termo (desigualdade impressionante) em um patamar mais elevado em termos de **intensificação de força** discursiva.
- 2) O orador utiliza os recursos dos processos relacionais e das avaliações para argumentar a favor da restrição do poder econômico nos processos eleitorais. Vejamos os exemplos:
O candidato de origem pobre, o candidato de classe média é sacrificado, porque não concorre com a máquina dos empresários e seus associados na disputa eleitoral que acontece neste País. É uma desproporcionalidade, é uma desigualdade impressionante que se enfrenta no processo eleitoral, impedindo lideranças populares, lideranças sindicais de virem a disputar um pleito eleitoral.
- 3) Nesse discurso, é possível encontrarmos vários traços da dialogicidade, como o uso da primeira pessoa e as negações.
- 4) Em relação a orações negativas, podemos ver que o orador está dando uma resposta a uma crença cristalizada, já que toda oração negativa carrega a sua correspondente positiva. O orador afirma o seguinte: “*A população não sabe que o tempo de televisão, que o tempo de rádio, por exemplo, não é gratuito*”. Esta oração tem natureza dialógica e se apresenta como resposta a uma afirmação de que **a população sabe que o tempo de televisão não é gratuito.**

Em seu discurso, o orador utiliza recursos do sistema de avaliatividade, que reforça as suas argumentações. Com que recursos linguísticos o orador está apreciando positivamente a ação do Supremo Tribunal Federal e está apreciando negativamente a atitude da Câmara dos Deputados? Vejamos abaixo as realizações linguísticas do sistema de avaliatividade em um quadro comparativo:



	RECURSOS LINGÜÍSTICOS	CLASSIFICAÇÃO
Câmara dos Deputados	A Câmara dos Deputados, lamentavelmente , não cumpriu seu papel. Tentou, nos últimos dias, um arremedo de reforma que não toca as questões centrais , como esta do financiamento público de campanha.	Sistema de Avaliatividade Subsistema de atitude. Julgamento negativo de estima social. Nesse caso, a Câmara dos Deputados é representada de forma personificada.
Supremo Tribunal Federal	Apesar de discordar um pouco dos resultados, vejo como positiva a iniciativa do Supremo Tribunal Federal de restringir o financiamento de empresários nas campanhas e estabelecer outro processo.	Sistema de avaliatividade. Subsistema de atitude Apreciação positiva de valor social. Nesse caso, o STF está visto como instituição e não está personificado. Essa apreciação positiva é enfraquecida pela adversativa que aparece como tema (Apesar de...).
Supremo Tribunal Federal	A reforma que se faz, através do Supremo Tribunal Federal, para mim, tem o mérito de divulgar para a população o peso do poder econômico na política e, ao mesmo tempo, de promover um debate sobre uma reforma política eleitoral, que esta	Neste caso, há uma apreciação positiva de valor social.
Câmara dos Deputados	Casa não teve coragem de fazer mas que em algum momento o fará, sob pena de ser crescentemente desqualificada pela opinião pública.	Julgamento negativo de estima social em relação à tenacidade. Aqui novamente a instituição está personificada.

CONCLUSÃO

Nesse discurso parlamentar, o orador defendeu o seu ponto de vista de redução do poderio econômico no processo eleitoral, utilizando vários recursos linguísticos e discursivos, especialmente aqueles referentes à avaliatividade, especificamente os subsistemas de atitude, com julgamento e apreciação. Houve a personificação da instituição Câmara dos Deputados nas avaliações, com julgamentos em termos de estima social, com relação à tenacidade (o quão determinado alguém é). Em relação ao subsistema do engajamento, temos a presença marcante da dialogicidade (heteroglossia), com o uso da primeira pessoa do singular, o uso de avaliações e de negações.

É muito produtivo analisar o sistema de avaliatividade nos discursos parlamentares. Esse sistema fornece os recursos para a construção da identidade e posicionamento do orador. Ao se referir às assimetrias de poder econômico nos processos eleitorais, o orador utiliza processos relacionais, atribuindo características ao seu portador. Essa construção funciona como pilar da justificativa para o posicionamento do orador.



REFERÊNCIAS

BARBOSA, Caroline Vargas. *O financiamento público de campanha político-partidária e a crise de representatividade contemporânea*. Análise à luz de aspectos constitucionais. Jus Navigandi, Teresina, ano 16, n. 3029, 17 out. 2011. Disponível em: <http://jus.com.br/artigos/20234>. Acesso em: 12/03/ 2014.

BRASIL. Portal da Câmara dos Deputados. Banco de Discursos do Departamento de Taquigrafia, Revisão e Redação.

MARTIN, J.R. e WHITE, P.R.R. , New York: The language of evaluation. Appraisal in English. Palgrave Macmillan, 2005,

Banco de Discursos da Taquigrafia

www.camara.leg.br/bancodediscursos

analisedediscurso@camara.leg.br

Coordenação de Histórico de Debates, Anexo II, subsolo, Câmara dos Deputados

Brasil - Brasília-DF

