

FRANCO, Eduardo Assunção. Estratégia argumentativa de empresário: um jogo de interesses constituído no uso da língua. *ReVEL*. v. 11, n. 21, 2013. [www.revel.inf.br].

ESTRATÉGIA ARGUMENTATIVA DE EMPRESÁRIO: UM JOGO DE INTERESSES CONSTITUÍDO NO USO DA LÍNGUA

Eduardo Assunção Franco¹

eduardodfranco@gmail.com

RESUMO: Dentro do campo da linguística, analisamos a estratégia argumentativa do orador-empresário Benjamin Steinbruch para persuadir o auditório sobre suas propostas em relação à condução da economia brasileira. Em três artigos publicados no jornal “Folha de São Paulo”, nos meses de abril e maio de 2013, ele procura defender aliados e atacar opositoristas das medidas que interessam a ele e aos seus pares. Em nossa análise, verificamos que o orador procura se valer de um arsenal de argumentos que consideram valores, hierarquias, lugares e crenças do auditório. Ele incorre em erros argumentativos, como a má utilização da lógica e o uso de falácias, que são facilmente detectados e contestados pelo auditório. No nosso embasamento teórico para proceder à análise, utilizamos a teoria da argumentação de Perelman e Olbrechts-Tyteca (2005); a lógica formal, dentro da visão de Toulmin (2006); e a lógica informal ou falácias, na perspectiva de Walton (2006).

PALAVRAS-CHAVE: Linguística; Empresa; Argumentação; Falácias.

INTRODUÇÃO

Os recursos linguísticos, imprescindíveis para que o orador e seus interlocutores entabulem um diálogo, estão presentes em todos os meios e ambientes humanos. O contexto empresarial não é exceção, já que, dentro do âmbito argumentativo, o orador precisa traçar uma estratégia no sentido de persuadir seu auditório. Sua habilidade deve ser grande, já que muitas vezes o empresário-orador lida com um auditório heterogêneo, composto por seus pares, políticos, trabalhadores, jornalistas e o público que se informa pela imprensa de referência.

¹ Mestre em Análise do Discurso e do Texto pela Faculdade de Letras da UFMG (2010-2012). Pesquisador e sócio da agência Letra A Comunicação.
ReVEL, v. 11, n. 21, 2013

Em se tratando de um empresário que tenha uma coluna em um jornal de grande circulação no Brasil, o primeiro desafio consiste em escolher um tema que seja atual e atraia o interesse do auditório. O público-leitor de uma publicação tem à sua disposição um grande número de reportagens, artigos e notas, que podem despertar ou não o seu interesse. O empresário-orador precisa ficar atento a essa questão, já que são feitas pesquisas com os leitores para se saber o que eles mais gostam de ler naquele jornal, e os articulistas que despertam pouco interesse podem ser substituídos.

Outra preocupação do empresário-orador tem que ser com a forma como vai abordar os temas que escolhe. Normalmente, os articulistas são escolhidos por sua formação diferenciada, por representarem instituições empresariais ou por serem famosos. Obviamente, a maioria tem um posicionamento político-econômico que coincide com o do veículo de comunicação. Mas, como estratégia de *marketing* e para demonstrar que abrem espaço para todas as linhas de pensamento, há veículos de comunicação que possuem articulistas que destoam da sua linha editorial. Um exemplo é a revista “Carta Capital”, de uma linha política de centro-esquerda, que tem entre seus articulistas o ex-ministro do regime militar, Antônio Delfim Neto.

Depois de atender a uma dessas exigências de *ethos*² para se enquadrar entre os articulistas de um veículo de comunicação, o empresário-orador define a sua forma de abordagem de determinado tema, dentro de uma estratégia argumentativa. Se ele vai tratar, por exemplo, dos efeitos da crise internacional sobre a economia brasileira, tem que ter claro que, se adotar uma postura pró ou contra o Governo brasileiro, no sentido de elogiar ou criticar as medidas econômicas adotadas para tentar minimizar seus efeitos, pode agradar ou não à maioria do auditório.

Por ser um empresário, o esperado é que esse orador assuma a defesa dos interesses de seus pares, que buscam taxas de juros baixas, redução da carga tributária, barreiras para impedir que as importações atrapalhem seus negócios e incentivos para exportar seus produtos. Atacar frontalmente o Governo quando algum desses interesses é contrariado talvez não seja a melhor estratégia argumentativa desse orador, pois pode desagradar parte do auditório, composto por partidos políticos, militantes e parte da sociedade que o apoiam.

² Segundo Meyer (2007, p. 23), “a eloquência só tem sentido se se subordinar à virtude (*ethos*) do orador, a seus costumes exemplares, que são válidos para todos, qualquer que seja a profissão ou origem social”.

O caminho argumentativo mais seguro pode ser o de elogiar as medidas tomadas pelo Governo, como um todo, e fazer ressalvas em relação a algumas das quais discorda. Isso fará com que ele não seja rechaçado por grande parte do auditório, angarie apoio de interlocutores que partilham do seu ponto de vista e leve o Governo a repensar as medidas que adotou. Usando mais do *logos* do que do *pathos*, ou seja, privilegiando a razão em detrimento de uma postura carregada de emoção, o empresário-orador pode ser visto pelo auditório como uma pessoa equilibrada, que procura alertar o Governo sobre erros que possa ter cometido na condução da economia brasileira.

1 EMBASAMENTO TEÓRICO

Para desenvolver este artigo e analisar o *corpus* que escolhemos, utilizaremos a teoria da argumentação proposta por Perelman e Olbrechts-Tyteca (2005) e outras duas linhas de pensamento no campo argumentativo: o novo caminho da lógica argumentativa desenhado por Toulmin (2006) e a lógica informal, também conhecida por falácias, apresentada por Douglas Walton (2006).

Também conhecida como a nova retórica, a teoria da argumentação marcou o resgate da retórica, que surgiu na Sicília grega, no ano 465. De acordo com Reboul (2004), a retórica consistia em recursos orais e de pensamento usados para defender pessoas que tinham seus bens confiscados pelos tiranos. Para fornecer recursos de oratória para esses cidadãos, Córax, discípulo do filósofo Empédocles, e seu discípulo, Tísias, publicaram alguns preceitos práticos da arte retórica. Dependendo da habilidade do retor, ele conseguia convencer as pessoas que podiam reverter aquela questão e recuperar o bem perdido.

Aristóteles foi um dos pensadores que estruturou a retórica. Ele definiu que, para sua maior eficácia, essa arte deveria dispor de três elementos básicos: o *ethos*, o *logos* e o *pathos*. O primeiro diz respeito ao enunciador, ou seja, a capacidade que ele tem para se expressar, sua credibilidade e respeito junto ao público. O *logos* se refere à razão e de como deve ser usada para convencer as pessoas. Por fim, o *pathos* congrega a emoção e seu efeito para levar o público a decidir em favor da proposta apresentada pelo retor.

As pessoas que não dispunham dessa habilidade retórica para defender seus interesses precisavam contratar profissionais, que se formaram nesse ramo de

atividade. Reboul (2004) comenta que retores se tornaram famosos por sua eloquência e pelos bons resultados conquistados nos meios jurídicos gregos. A arte ganhou força e ultrapassou as barreiras da Sicília grega, onde surgiu, e também de Atenas, chegando a outros países.

Os problemas, contudo, não tardariam a aparecer e logo surgiram pessoas que começaram a utilizar os recursos da retórica para enganar e manipular a fim de atingir seus objetivos. Elas foram tachadas de sofistas e atraíram a ira de importantes pensadores, como foi o caso de Platão. Segundo Reboul (2004, p. 26), “a retórica, dizia Platão, que se autodefine como arte onipotente, não é arte de modo algum, pois é cega no que faz e no que quer. Por ignorar o verdadeiro, não é nem mesmo verdadeiro poder”.

Provavelmente, esse mau uso da retórica marcou a sua derrocada, que se estendeu por séculos e contou com outros detratores que se encarregaram de fragilizá-la.

Os litigantes recorriam a logógrafos, espécie de escrivães públicos, que redigiam as queixas que eles só tinham de ler diante do tribunal. Os retores, com seu senso agudo de publicidade, ofereceram aos litigantes e aos logógrafos um instrumento de persuasão que afirmavam ser invencível, capaz de convencer qualquer pessoa de qualquer coisa. Sua retórica não argumenta a partir do verdadeiro, mas a partir do verossímil (*eikos*) (REBOUL, 2004, p. 2).

Foi no século XIX que a retórica viveu seu momento mais difícil. Segundo Reboul (2004), há alguns segmentos e pensadores que são apontados como responsáveis pela supressão da retórica. O primeiro deles é o Cristianismo, que rompe com “a cultura antiga, cujo ‘cerne’ é constituído pela retórica: cultura pagã, idólatra e imoral, que só poderia afastar a redenção, ‘única coisa necessária’” (REBOUL, 2004, p. 77).

Mesmo rejeitando esses elementos sobre os quais erige a retórica, Reboul (2004) comenta que o Cristianismo não podia prescindir dessa arte, que era essencial para o trabalho missionário e de conversão que essa nova religião passou a desenvolver no Oriente, depois na Europa e em outros continentes. A retórica é importante para o Cristianismo por algumas razões:

Não podia deixar esses meios de persuasão e de comunicação em mãos de adversário. (...) E a segunda razão é que a própria Bíblia é profundamente retórica. Não sobejam nela metáforas, alegorias, jogos de palavras, antíteses,

argumentações, tanto quanto nos textos gregos, se não mais? (REBOUL, 2004, p. 77-78).

Por esses motivos, Reboul (2004) não acredita que o Cristianismo tenha contribuído, de forma decisiva, para o declínio da retórica. Para o pesquisador, a origem da derrocada dessa arte remonta do século XVI, quando o humanista Pedro Ramus (Pierre de La Ramée, 1515-1572) separou a dialética da retórica. Descartes, no século XVII, também vai destruir um dos pilares da retórica: a dialética. Conforme Reboul (2004, p. 80), “ele repudia a dialética, por nunca oferecer mais que opiniões verossímeis e sujeitas a discussão, ao passo que a verdade só pode ser evidente, portanto única e capaz de criar acordo com todos os espíritos”.

A retórica é criticada ainda pelos filósofos, conhecidos como empiristas ingleses, que consideram que ela afasta os homens da experiência que conduz à verdade. Locke considera a retórica a arte da mentira. Outros dois movimentos se encarregaram de depositar mais uma “pá de cal” sobre a retórica: o positivismo, por considerar que ela se opunha à verdade científica; e o romantismo, por achar que a retórica era contrária à sinceridade.

Porém, mesmo desmoralizada, a retórica nunca desapareceu de alguns meios, como o jurídico e o literário. Os recursos dessa arte que, conforme Aristóteles (*apud MEYER, 2007, p. 21*) “é a exposição de argumentos ou de discursos que devem ou visam persuadir”, sempre foram muito úteis para o trabalho de profissionais dessas e de outras áreas. O mais correto seria dizer que, durante alguns séculos, a retórica foi usada de uma forma mais discreta, permanecendo quase que em estado de hibernação.

1.1 UMA NOVA RETÓRICA SURGE

Depois de ter vivido um longo período de crise e ostracismo, a retórica ganhou novo impulso, no século XX, mais precisamente no ano de 1958, na área acadêmica, por meio dos livros “Tratado da Argumentação – a nova retórica”, de Chaim Perelman e Lucie Olbrechts-Tyteca; e “Os usos do argumento”, de Stephen Toulmin. A abordagem e as perspectivas da utilização da retórica são distintas nas duas obras. Só na década de 1970, essas duas publicações ganharam notoriedade no meio acadêmico.

Christian Plantin (2008) considera essas duas obras como “refundadoras” da retórica e essenciais para desencadear o processo de estruturação e enriquecimento dos estudos sobre a argumentação. Para o pesquisador, “a atividade argumentativa é uma atividade de alto nível, que implica a coordenação de saberes e comportamentos diversos e heterogêneos” (2008, p. 14).

A importância da argumentação é enfatizada por Plantin (2008), que explica que “ela se situa num espaço intermediário, organizado por uma tensão entre o trabalho enunciativo e o trabalho interacional. Um locutor hábil constrói uma intervenção contínua, na qual encadeia as boas razões e mostra um mundo coerente” (2008, p. 14- 15). O pesquisador fala da necessidade de se enunciar bem para obter-se êxito com a argumentação, ressaltando, contudo, a necessidade de se interagir com os interlocutores.

Essa participação efetiva do interlocutor no diálogo com o orador, posicionando-se como sujeito de suas ideias e ações, é característica da nova Análise do Discurso, que se constituiu nas últimas décadas e que essa “nova retórica” contribuiu para erigir. Plantin comenta como se dá essa interação entre orador e interlocutor:

O encontro *hic et nunc* desses discursos define a situação argumentativa em que se trata não com o outro como o representamos, e sim com o outro enquanto interlocutor que está presente e que fala, numa interação que constitui o momento de verdade da argumentação, quando ter razão também é convencer o interlocutor ou concordar com ele (PLANTIN, 2008, p. 15).

Menezes (2001) acrescenta que Perelman e Olbrechts-Tyteca fizeram uma contraposição entre demonstração e argumentação na hora de definir o eixo dessa “nova retórica”. Se a demonstração prende-se a fórmulas matemáticas e o cálculo para se chegar ao seu resultado pode ser feito por uma máquina, no caso da argumentação, há uma série de fatores e circunstâncias que podem interferir no seu resultado. Menezes (2001, p. 185) esclarece que “ela não corresponde a uma certeza, mas essencialmente à comunicação, diálogo, discussão. Para que ela ocorra, é necessário que se estabeleça um contato entre o orador que deseja convencer e o auditório disposto a escutar” (1987, p. 235).

Segundo Menezes (2001), elementos da “antiga” retórica são transpostos para essa sua nova forma de utilização, já que tinham eficácia comprovada. Um deles é o *ethos*, relacionado à credibilidade do orador e à boa aceitação que ele vai ter dos

interlocutores e que se apresenta antes mesmo do ato argumentativo. Outro elemento é o *pathos*, que diz respeito à emoção que o orador vai provocar nos seus interlocutores, com o objetivo de convencê-lo e persuadi-lo com seu discurso.

Perelman e Olbrechts-Tyteca (2005) explicam que a argumentação não se constitui numa “palavra do Evangelho”, que, em determinadas comunidades de fiéis devotos, era acolhida sem questionamento. Na argumentação, o orador precisa considerar uma série de fatores e tentar presumir o que as pessoas, para as quais vai falar, querem ouvir para obter êxito na transmissão de sua mensagem, que visa angariar apoio ou persuadir. Para os pesquisadores (2005, p. 18), o orador “deve persuadir, pensar nos argumentos que podem influenciar seu interlocutor, preocupar-se com ele, interessar-se por seu estado de espírito”.

Nessa “Nova Retórica”, caiu por terra aquela visão da retórica antiga, na qual os interlocutores eram manipulados pelos sofistas. Esse público ou auditório, como preferem chamar Perelman e Olbrechts-Tyteca, pensa, tem visão crítica e não é enganado com facilidade. Torna-se um desafio para o orador distinguir o perfil do auditório e tentar convencê-lo com suas propostas.

É o que tenta fazer o orador Benjamin Steinbruch (2013) ao publicar seus artigos na “Folha de São Paulo”. Mesmo com as pesquisas que indicam o perfil dos leitores desse veículo de comunicação, ele acaba sendo diversificado e forma um auditório heterogêneo. Desconsiderar o senso crítico desses interlocutores e utilizar argumentos facilmente contestáveis, como as falácias, é incorrer num sério risco de ser contestado.

1.2 LÓGICA FORMAL

O uso da lógica formal como estratégia argumentativa é outro recurso sobre o qual o orador pode lançar mão. Segundo o pesquisador Stephen Toulmin (2006), existem dois modelos de argumentação rivais, que são o matemático e o jurisprudencial. Mesmo parecendo difícil conciliar os dois, ele propõe fazer isso por meio de uma combinação feita pela forma lógica. Assim, o argumento de forma apropriada seria dotado de um *layout* geométrico. O desafio seria identificar como e por que o procedimento apropriado exige que se adote forma geométrica simples e, por outro lado, verificar até que ponto essa forma matemática sustenta a validade dos procedimentos.

Toulmin (2006) fala da necessidade de questionarmos a nossa forma de enxergar os argumentos para não incorrerem em erros de análise:

Temos o hábito, desde Aristóteles, ao analisar a microestrutura dos argumentos, de apresentá-los de modo muito simples; apresentam-se três proposições: “premissa menor, premissa maior; portanto, conclusão”. Nosso problema agora é saber se esta forma padrão é suficientemente elaborada ou imparcial (TOULMIN, 2006, p. 137- 138).

Para o pesquisador (2006), a analogia com a jurisprudência pode iluminar essas questões. Seria preciso adotar um *layout* mais complexo, considerando as diferentes espécies de proposições proferidas no decorrer de um processo legal. Toulmin (2006) defende que, ao usarmos os argumentos buscando a completa imparcialidade lógica e entendendo a natureza do processo lógico, estaremos atendendo aos padrões argumentativos do Direito.

De acordo com o pesquisador (2006), quando fazemos uma asserção e ela é desafiada, temos que apresentar os fatos e justificar que nossa alegação é baseada neles. Caso o desafiador permaneça irreduzível na sua contestação, precisamos afastar do caminho a objeção dele, por meio de um argumento preliminar. O pesquisador (2006, p. 137) complementa que “só depois de termos cuidado desta questão prévia – ou “lema”, como os geômetras a chamariam – estaremos em posição de retornar ao argumento original”.

Toulmin (2006) esclarece que, entre a alegação e a conclusão, presentes na asserção, podemos introduzir os fatos que vão fundamentar a alegação, chamados por ele de “dados”. Isso vai ajudar a conter o desafiador, mas não será suficiente, pois ele pode mudar a sua pergunta de “o que você tinha para seguir em frente” para “como você chegou até aqui?”. Nessa hora, o pesquisador aconselha o orador a tomar os “dados” como ponto de partida e tentar passar para a alegação ou conclusão.

Dentro do âmbito religioso, um evangélico pode desafiar um católico para que ele comprove a virgindade de Nossa Senhora quando engravidou pelo poder do Espírito Santo. Como isso não pode ser comprovado cientificamente e é entendido como um mistério da fé, o orador terá que usar argumentos que o levem a refletir sobre o fenômeno da fé e das religiões, que envolvem milhões de pessoas no mundo. Toulmin (2006, p. 141) afirma que nesse ponto precisamos de afirmações gerais, hipotéticas, que funcionem como pontes que sustentem “o passo com o qual nos comprometemos em cada um dos nossos argumentos específicos”.

Conforme o pesquisador (2006, p. 141), a expressão “se D, então C” pode ser expandida com lucro para “dados tipo D nos dão o direito de tirar as conclusões C (ou de fazer as alegações C)”. Toulmin classifica essas proposições de garantia (W), que correspondem aos padrões práticos ou cânones de argumento, mencionados nos ensaios anteriores do próprio autor.

1.3 LÓGICA INFORMAL OU FALÁCIAS

Há oradores que, por desprezarem a inteligência do auditório ou por serem mal preparados, utilizam argumentos fracos ou facilmente contestáveis, que podemos chamar de falácias. O conceito de falácias ajuda a esclarecer o seu uso no campo argumentativo.

Certos tipos característicos de falhas ou erros de argumentação são tradicionalmente classificados sob a denominação de falácias informais, que são estratégias de argumentação sistematicamente enganosas, baseadas num erro básico e sistemático do diálogo racional (WALTON, 2006, p. 22).

O orador acaba assumindo o papel do sofista, da época da Grécia antiga, valendo-se de argumentos sem sustentação, que acredita serem capazes de enganar ou manipular o auditório. A alteração pessoal, que abusa da agressividade contra o interlocutor, é um tipo de mau argumento. Segundo Walton (2006, p. 5), “a alteração é caracterizada pelo falacioso ataque *ad hominem* (ataque contra a pessoa e não contra o argumento)”.

No ambiente empresarial, esse ataque *ad hominem* pode ocorrer quando, por exemplo, um líder de uma organização ataca a figura do Ministro da Fazenda, dizendo que ele é incompetente ou tem a língua presa. Isso caracteriza um ataque à pessoa, caso o orador não se fundamente em críticas a medidas que possam ter sido tomadas por Guido Mantega. Esse tipo de argumento é facilmente contestado, por ser frágil. “A alteração representa o nível mais baixo de argumentação”, ressalta Walton (2006, p. 5).

Outra falácia que se encaixa bem no ambiente empresarial é a *post hoc, ergo propter hoc*, relacionada à indução e ao raciocínio estatístico. Walton (2006) explica que ela fundamenta erroneamente uma conclusão causal numa fraca correlação estatística entre dois eventos. Por exemplo, mesmo que haja uma correlação genuína

entre a redução do Produto Interno Bruto (PIB) e o aumento da população de tucanos nas cidades, não se pode dizer que há uma relação causal entre essas duas coisas.

A falácia do espantalho é outra que ocorre com certa frequência no meio político. Conforme Walton (2006, p. 31), ela “ocorre quando a posição de um argumentador é deturpada por ser citada de maneira errada, exagerada ou por sofrer outro tipo de distorção”. Em 2013, a presidente Dilma Rousseff, na viagem que fez a Durban (África do Sul), comentou que o Governo não estava disposto a aumentar os juros para conter a inflação. Isso causou certo “nervosismo” no mercado financeiro, e ela foi obrigada a convocar uma coletiva para explicar o mal entendido ou a distorção de suas palavras.

Por fim, citamos a falácia da composição, na qual o orador analisa as características individuais dos membros de uma equipe para deduzir que ela terá sucesso ou vai fracassar nas suas ações. Vamos supor que a Federação das Indústrias de um determinado estado reúna, na sua direção, um grupo de empresários de sucesso. O orador pode presumir que tal entidade terá êxito nas suas ações, porém, isso pode de fato não ocorrer se os egos de tais empresários forem demasiadamente inflados e eles tiverem dificuldade de trabalhar juntos. Tentar prever como será o resultado do trabalho de uma equipe antes de ela começar a agir é uma falácia.

2 CORPUS DE PESQUISA E ANÁLISE DAS ESTRATÉGIAS ARGUMENTATIVAS UTILIZADAS NO CAMPO EMPRESARIAL

Escolhemos para compor o *corpus* da nossa pesquisa três artigos do empresário Benjamin Steinbruch, diretor-presidente da Companhia Siderúrgica Nacional, presidente do conselho de administração e 1º vice-presidente da Federação das Indústrias do Estado de São Paulo (FIESP). Ele publica seus artigos às terças-feiras, quinzenalmente, no caderno “Mercado”, do jornal “Folha de São Paulo”. Steinbruch foi escolhido por ser um empresário de destaque, que ocupa um cargo elevado numa das mais importantes instituições industriais do país.

Também consideramos relevante o fato de ele ser um articulista fixo da “Folha de São Paulo”, um dos jornais da imprensa de referência com o maior número de leitores no Brasil. Os artigos foram publicados no período de 9 de abril a 7 de maio de 2013, um período em que os efeitos da crise econômica mundial parecem mais nítidos sobre o Brasil, a economia nacional dá sinais de desaquecimento, e perigos do

passado, como a inflação, ameaçam voltar. O orador³ trata dessas questões, cativando aliados, defendendo os interesses de seus pares e atacando aqueles que os ameaçam.

2.1 PATRULHA

O primeiro artigo dessa série, intitulado “Patrulha” e publicado em 9 de abril de 2013, trata das declarações que a presidente Dilma Rousseff deu em Durban (África do Sul), posicionando-se contra a elevação das taxas de juros para controlar o aumento da inflação.

QUADRO 1. Patrulha

Patrulha
<p>"Patrulhamentos" são corriqueiros no país. Infelizmente, porque denotam quase sempre preconceitos. Mas surgiu uma nova modalidade nessa atitude "fiscalizatória", a patrulha da ortodoxia contra a presidente da República.</p> <p>O fato se deu há quase duas semanas, depois que Dilma Rousseff fez declarações em Durban, na África do Sul, que não agradaram ao mercado financeiro.</p> <p>Em resumo, a presidente disse o seguinte: "Eu não concordo com políticas de combate à inflação que olhem a questão da redução do crescimento econômico, até porque nós temos uma contraprova dada pela realidade. Tivemos um baixo crescimento no ano passado e houve um aumento da inflação porque teve um choque de oferta devido à crise".</p> <p>Em seguida, a presidente falou do choque inflacionário do ano passado, vindo da alta das <i>commodities</i> no exterior, do programa de formação profissional com vistas ao aumento da produtividade, das desonerações de folha de pagamento e da cesta básica, da redução do custo de energia etc.</p> <p>Só então Dilma disse as frases que mais irritaram os patrulheiros: "Esse receituário que quer matar o doente em vez de curar a doença, ele é complicado, você entende? Eu vou acabar com o crescimento do país? Isso daí está datado, isso eu acho que é uma política superada. Agora, isso não significa que o governo não está atento e, não só atento, acompanha diuturnamente essa questão da inflação".</p> <p>Tão logo a fala da presidente foi divulgada pelas agências de notícias e pela televisão, o mercado ficou nervoso. Os juros futuros caíram, numa imediata frustração das expectativas sobre um provável aumento da Selic neste mês.</p> <p>O mercado logo concluiu que as declarações da presidente representavam um sinal claro de que ela é contra a elevação dos juros. E isso foi tachado pelos patrulheiros de interferência indevida da presidente na área da política monetária, atentando contra a autonomia e a credibilidade do Banco Central.</p> <p>Embora o BC brasileiro não tenha independência, ele goza de autonomia outorgada para conduzir a política monetária. Isso, porém, não quer dizer que a presidente da República não possa dar a sua opinião a respeito da inflação, do crescimento econômico e até da política monetária. Por que não? Diariamente, dezenas de analistas, identificados ou não, opinam sobre essas questões. Por que não a</p>

³ “Cada orador pensa, de uma forma mais ou menos consciente, naqueles que procura persuadir e que constituem o auditório ao qual se dirigem seus discursos” (PERELMAN; OLBRECHTS-TYTECA, 2005, p. 22).

presidente?

Em nenhum momento ela se referiu à questão conjuntural dos juros. Fez apenas uma defesa - e feliz - da adoção de políticas que cuidem ao mesmo tempo da inflação e do crescimento, algo nada diferente do que estão fazendo lá fora inúmeros países durante a atual crise, principalmente os EUA.

A patrulha da ortodoxia chega a tal ponto que até as desonerações têm sido contestadas, sob o argumento de que "são apenas um alívio temporário para os preços e não representam um instrumento de combate à inflação". Talvez estejam certos os patrulheiros, mas as desonerações precisam ser saudadas até por uma questão de coerência.

Quando se reduz o preço da energia, há um impacto anti-inflacionário apenas momentâneo, mas, além disso, há um efeito muito importante na redução do "custo Brasil" e no aumento da competitividade do produto brasileiro.

A desoneração das folhas de pagamento, por exemplo, era uma antiquíssima reivindicação não só dos empresários mas de toda a sociedade. Na legislação anterior, inflexível, quanto mais pessoas as empresas empregassem, mais taxadas elas eram. Essa injustiça está sendo corrigida e já há mais de 40 setores desonerados. Outros 14 passarão a receber o benefício a partir de 2014.

O que há por trás da patrulha ortodoxa é um imenso mau humor do mercado com a queda do rendimento financeiro no país. Com a redução da Selic para 7,25%, taxa ainda elevada em relação às de outros países, não se ganha mais dinheiro fácil como antes. É preciso arregaçar as mangas e produzir.

O que a presidente disse em Durban é de uma correção exemplar. Ela simplesmente observou que não aprova políticas que sacrifiquem o crescimento em nome da redução de uma inflação que não é produzida por excesso de demanda. Isso é o que qualquer político responsável diria.

Benjamin Steinbruch – Folha de São Paulo - 09 de abril de 2013

Steinbruch (2013a) afirma ter havido um “patrulhamento” da presidente por um grupo que defende medidas ortodoxas para a economia do país. O orador cita a frase de Dilma Rousseff que acredita ter irritado os “patrulheiros”:

Esse receituário que quer matar o doente em vez de curar a doença, ele é complicado, você entende? Eu vou acabar com o crescimento do país? Isso daí está datado, isso eu acho que é uma política superada. Agora, isso não significa que o governo não está atento e, não só atento, acompanha diuturnamente essa questão da inflação (ROUSSEFF, Dilma, *apud* STEINBRUCH, 2013a).

Segundo o orador (2013a), tão logo esse pronunciamento da presidente da República foi divulgado, houve uma queda dos juros futuros, porque os analistas de mercado deduziram que a taxa Selic, que controla os juros no país, não seria aumentada naquele mês. Steinbruch recorda que Dilma Rousseff também foi criticada por interferir “na área monetária, atentando contra a autonomia e a credibilidade do Banco Central”.

O orador avalia que a presidente da República não se referiu à questão conjuntural dos juros e apenas defendeu a adoção de políticas que preservem o

crescimento econômico e combatam a inflação. Na opinião dele, nada diferente do que têm feito outros países, como os Estados Unidos.

A “patrulha da ortodoxia”, como nomeia o orador, também é criticada por ele por não valorizar as desonerações que o Governo Federal tem feito em relação a alguns produtos e serviços, como a energia elétrica. Ele discorda da opinião de que os efeitos dessas medidas contra a inflação são apenas momentâneos, argumentando que elas reduzem o “custo Brasil” e aumentam a competitividade do produto brasileiro.

Mesmo sem dar nomes aos integrantes dessa “patrulha da ortodoxia”, o orador revela sua identidade nas entrelinhas do artigo ao dizer que por trás dela esconde-se um imenso mau humor com a queda do rendimento financeiro do país. De acordo com Steinbruch (2013a), “com a redução da Selic para 7,25%, taxa ainda elevada em relação às de outros países, não se ganha mais dinheiro fácil como antes. É preciso arregaçar as mangas e produzir”. Ou seja, os “patrulheiros” são os banqueiros, especuladores financeiros e partidos da oposição.

Na conclusão de seu artigo, o orador aproveita para fazer mais um afago à presidente da República, destacando que o que ela disse “é de uma correção exemplar. (...) Isso é o que qualquer político responsável diria”. Como se vê, o orador parece não se importar de se indispor com os banqueiros, especuladores financeiros e políticos da oposição para defender Dilma Rousseff e os empresários.

Do ponto de vista argumentativo, o orador assume uma posição solidária com a presidente da República, já que sua postura contrária ao aumento dos juros é benéfica ao grupo que ele representa. Steinbruch ressalta o valor da seriedade de Dilma Rousseff, destacando o *ethos* de credibilidade da presidente da República, que quer preservar o crescimento econômico e combater a inflação. O argumento da comparação também é usado pelo orador, ao associar o comportamento de Dilma ao de outros líderes mundiais, entre eles o presidente norte-americano Barak Obama.

A falácia *ad hominem* é usada pelo orador contra os integrantes da “patrulha da ortodoxia”. Eles são associados ao mau humor e a pessoas que não reconhecem as ações do governo, torcendo para o seu fracasso. Seus integrantes também são tachados de aproveitadores, que ganham dinheiro fácil no mercado financeiro, e de preguiçosos.

2.2 XÔ, MAU HUMOR

Em seu segundo artigo que analisamos, cujo título é “Xô, mau humor”, publicado em 23 de abril de 2013, Steinbruch dá continuidade ao primeiro artigo e ataca os pessimistas e mal-humorados de plantão. Ele inicia sua argumentação citando o filósofo austríaco Ludwig Johann Wittgenstein (1889-1951), que diz “O humor não é um estado de espírito, mas uma visão de vida”.

QUADRO 2. Xô, mau humor

Xô, mau humor

Li há dias uma frase do filósofo austríaco Ludwig Josef Johann Wittgenstein (1889-1951) que diz o seguinte: "O humor não é um estado de espírito, mas uma visão de vida". E pensei imediatamente em comportamentos verificados hoje na economia brasileira.

Dissemina-se indisfarçável mau humor com a economia. A inflação está sendo pintada com cores do velho dragão, um exagero, visto que está em nível próximo da média anual dos últimos 14 anos, de 6,4%.

A rabugice do mercado leva a uma avaliação a meu ver exageradamente pessimista do valor dos ativos de algumas empresas brasileiras de capital aberto. Não pretendo citar exemplos, mas o leitor sabe que algumas companhias perderam de 50% a 80% de seu valor de mercado. Será que elas valiam tanto antes? Será que valem tão pouco agora? Como sempre, provavelmente a virtude está no meio.

Claro que a inflação é um inimigo a ser combatido com vigor e persistência - já aprendemos essa lição nos anos hiperinflacionários da década de 1980. Mas não é disso que se trata. Trata-se, hoje, de um problema de humor que leva até economistas de renome a proclamar os riscos de uma inflação de tomate, que não passa de um desarranjo momentâneo na produção dessa fruta.

Cá entre nós, é óbvio que o mercado financeiro vive uma crise de abstinência de juros. Os agentes desse mercado estavam acostumados com altas doses de juro real (acima da inflação), agora reduzidas. Como nos casos das drogas, a abstinência provoca modificações "orgânicas" que levam o dependente a buscar argumentos que justifiquem a volta à situação anterior.

Na semana passada, o Banco Central deu certo alívio a essa crise de abstinência ao elevar os juros em 0,25 ponto percentual, para 7,5% ao ano. Essa pequena mudança não terá impacto na economia, mas, quem sabe, poderá ter efeito psicológico para atenuar a tensão do mercado.

Não há como negar que os dois últimos anos foram difíceis, principalmente para empresas que produzem. Os preços internacionais de exportação caíram, o crescimento econômico tem sido baixo aqui e lá fora, o custo da mão de obra disparou e pioraram as margens e os resultados das empresas. A indústria se contraiu e há, sem dúvida, um processo de desindustrialização no país.

Neste ano, a balança comercial flerta com o déficit e as importações continuam a inviabilizar a produção interna em vários setores industriais. Além disso, o país ainda não enfrentou o problema da racionalização da estrutura tributária, especialmente do PIS/Cofins e do ICMS.

Tudo isso é verdade, mas é prerrogativa de mal-humorados olhar apenas para o lado negativo das coisas - uma visão de vida, na expressão de Wittgenstein. Não é o meu caso. Prefiro lembrar o que disse Fernando Sabino (1923-2004): "Antes de mais nada, fica estabelecido que ninguém vai tirar meu bom humor".

E isso porque há várias razões para ter atitude positiva em relação ao país. No último ano, além da redução da taxa básica de juros para um nível mais civilizado, houve ajuste cambial que melhorou a competitividade das exportações, redução dos custos da energia, desonerações de folhas de pagamento de dezenas de setores, taxaço de algumas importações para estimular a indústria nacional e concessões nas variadas áreas de infraestrutura.

Antes de franzir a testa em atitude rabugenta, é preciso observar que a crise global já dura cinco anos e que o Brasil, a despeito de todos os problemas, jamais foi ameaçado nesse período. O nível de emprego é recorde - o que provoca escassez de mão de obra -, a renda dos brasileiros está em alta e mais bem distribuída e a pobreza extrema vem sendo combatida com sucesso.

Na área externa, o país está muito longe de enfrentar crises cambiais porque tem reservas de US\$ 370 bilhões e, além disso, ainda conta com o ingresso de elevados investimentos diretos estrangeiros.

Os psiquiatras chamam de "distímicos" os indivíduos que só enxergam o lado negativo do mundo. O mau humor, portanto, pode ser doença, mas, no caso da economia, também pode ser a manifestação de quem torce contra o país por razões variadas. Minha recomendação é que se fique longe desses mal-humorados, seja na economia, seja em qualquer outra área, pois essa doença é contagiosa. Xô, mau humor!

Benjamin Steinbruch – Folha de São Paulo – 23 de abril de 2013

O orador associa esse mau humor à economia brasileira, contra a qual detecta sinais de pessimismo e rabugice por parte de alguns segmentos. Ele admite que a inflação preocupa e as “empresas que produzem” (aspas nossas) vivem dificuldades, nos últimos dois anos, com a queda dos preços de exportação, aumento do custo da mão de obra e redução das margens de lucro. “A indústria se contraiu e há, sem dúvida, um processo de desindustrialização no país”, comenta Steinbruch (2013b).

Apesar disso, o orador avalia que os mal-humorados de plantão estão superdimensionando a crise econômica e deixando de reconhecer os avanços proporcionados pelas medidas do Governo Federal. Ele diz que há várias razões para ter atitude positiva em relação ao país:

No último ano, além da redução da taxa básica de juros para um nível mais civilizado, houve ajuste cambial que melhorou a competitividade das exportações, redução dos custos da energia, desoneração de folhas de pagamento de dezenas de setores, taxaço de algumas importações para estimular a indústria e concessões de variadas áreas de infraestrutura (STEINBRUCH, 2013b).

Os banqueiros e especuladores financeiros voltam a ser alvo do orador, que afirma que um dos motivos das críticas que eles fazem ao Governo é certa “crise de abstinência” em relação às altas taxas de juros. Steinbruch (2013b) usa o argumento da ironia para dizer que, “como nos casos das drogas, a abstinência provoca

ReVEL, v. 11, n. 21, 2013

modificações ‘orgânicas’ que levam o dependente a buscar argumentos que justifiquem a volta à situação anterior”.

Usando a frase “Antes de mais nada, fica estabelecido que ninguém vai tirar meu bom humor”, do escritor Fernando Sabino, o orador se coloca fora da turma dos mal-humorados. Ele afirma que os psiquiatras chamam de ‘distímicos’ as pessoas que só enxergam o lado negativo das coisas. Steinbruch (2013b) conclui seu raciocínio dando mais uma alfinetada no seu alvo: “O mau humor, portanto, pode ser doença, mas, no caso da economia, também pode ser a manifestação de quem torce contra o país por razões variadas”.

Dentro da sua estratégia argumentativa, o orador elege os mal-humorados como os inimigos do Brasil, ou seja, aqueles que ficam apenas torcendo para as coisas darem errado. Ele chega a associar essa turma que está acostumada a ganhar dinheiro com a política de juros altos e especulação financeira a viciados em drogas, que estão sofrendo uma crise de abstinência, valendo-se do argumento da comparação e do recurso da ironia.

O orador ressalta seu *ethos* de bem-humorado, mantendo distância da turma que cultua a hiena Hardy, do desenho animado “O leão da montanha”, que vivia se lamentando com as palavras “Oh vida, oh dor!”. Steinbruch se coloca ao lado dos “empresários que produzem” que, mesmo sofrendo alguns reveses com a crise econômica, continuam trabalhando e valorizando as medidas do Governo.

O auditório certamente percebe que, por trás de um empresário bem-humorado, trabalhador e defensor das ações do Governo Dilma Rousseff, está um orador que defende os interesses dos industriais e empresários, que almejam juros e impostos baixos, além de taxaço de produtos importados. Não podemos esquecer ainda que Steinbruch tem motivos de sobra para ser grato ao Governo brasileiro que, na época em que Fernando Henrique Cardoso ocupava a presidência da República, foi o vencedor do leilão da Vale do Rio Doce, hoje chamada apenas de Vale. Nessa época, o PT fazia oposição ao Governo e foi contra a privatização da empresa. É prudente para os beneficiários dessas privatizações manter uma política de boa vizinhança com o atual Governo, até para evitar que ganhe força a proposta de grupos mais radicais de cancelar as privatizações.

2.3 CONTRA A RIGIDEZ EUROPEIA

Em seu terceiro artigo, “Há hora para tudo”, publicado em 7 de maio de 2013, o orador discute as medidas tomadas pelos países da zona do euro para conter a crise econômica.

QUADRO 3. Há hora para tudo

Há hora para tudo

Olhemos para a Europa. A população começa a perder a paciência com a política anticrise imposta principalmente pela liderança alemã no continente. Há 19 milhões de desempregados nos países da zona do euro, 12,1% da população economicamente ativa.

Na Grécia e na Espanha, a taxa de desemprego já se aproxima dos 30%. Entre os jovens que tentam entrar no mercado de trabalho, o índice passa do nível assustador de 60%. Cenários um pouco menos dramáticos se espalham por França, Itália e Portugal, mas com níveis também muito elevados.

Prevaleceu até agora na União Europeia a política imposta pela líder alemã Angela Merkel, a "chanceler da austeridade", segundo a qual a retomada do crescimento ocorre apenas depois que a economia perfaz um ciclo completo de rigorosa contração fiscal. Ou seja, não há sucesso sem sacrifício.

Pode ser que essa política funcione no longo prazo. Mas, enquanto os efeitos práticos não se dão, o que se vê na Europa são índices como os citados, que podem levar essas vítimas da austeridade a revoltas sociais de desfecho imprevisível.

Por isso, líderes europeus começam a clamar contra o rigor fiscal que pretende trazer o déficit público ao nível tradicionalmente determinado pela UE, de 3% do PIB.

O presidente da França, François Hollande, em carta aberta, pediu reorientação das políticas econômicas europeias em direção ao crescimento. E ganhou apoio de Itália, Holanda e Espanha. A própria diretora-gerente do FMI, Christine Lagarde, e o presidente da Comissão Europeia, José Manuel Durão Barroso, tradicional aliado de Merkel, fizeram declarações simpáticas à proposta de afrouxamento fiscal.

Olhemos para os Estados Unidos. Não há lá um cenário tenebroso como o da Europa. O desemprego recuou e a economia cresceu a uma taxa anualizada de 2,5% no primeiro trimestre, nível um pouco abaixo do esperado. Mas houve crescimento contínuo nos últimos 15 trimestres, a uma taxa média de 2%.

Apesar dessa melhora, o banco central americano continua em sua política heterodoxa. Obama trava uma batalha fiscal no Congresso contra os cortes de gastos preconizados pelos republicanos.

Olhemos agora para o Japão, onde o BC comprometeu-se no mês passado com um vigoroso plano de flexibilização pela compra de títulos até dobrar a base monetária (para US\$ 2,7 trilhões) no fim de 2014. O objetivo é elevar a inflação para 2% ao ano e acabar com a doença do baixo crescimento que atinge o país há 15 anos.

Isso que ocorre no mundo ainda em crise deveria servir de reflexão por aqui. Radicalismos monetários e fiscais estão fora de lugar. Será um erro andar novamente na contramão do mundo, como já ocorreu durante longos anos, quando o Brasil perdeu oportunidades para baixar os juros para níveis civilizados. Na área fiscal, a política anticíclica parece ser a opção mais razoável no momento.

Não é o caso, naturalmente, de defender leniência com inflação nem irresponsabilidade fiscal. Mas também não se pode incentivar o avanço de discursos monetaristas e fiscalistas radicais.

O gasto público, no momento, é importante para reidratar a economia, desde que direcionado a investimentos e não a despesas com custeio da máquina ineficiente do governo - no primeiro trimestre, os gastos com investimento tiveram um crescimento de apenas 7,4%, metade da expansão dos dispêndios com custeio. É inegável que a oferta de recursos para investimentos em infraestrutura, por exemplo, dá impulsos duradouros à economia.

Há hora para estímulo fiscal e hora para contração, porque os gastos levam ao endividamento público excessivo, que pode provocar o baixo crescimento - embora alguns economistas preguem o contrário, que o baixo crescimento é a causa do endividamento. Estudo recente que tentou demonstrar a relação entre baixo crescimento e elevada dívida pública em relação ao PIB foi desacreditado por erros metodológicos.

Sobre esse tema, vale citar uma frase do comentarista econômico Martin Wolf. Em artigo no "Financial Times", ele lembrou que em 1816 a dívida pública líquida do Reino Unido chegou a 240% do PIB, como parte do legado fiscal da guerra de 125 anos com a França. "E qual foi o desastre econômico que se seguiu a esse fardo esmagador das dívidas? A revolução industrial".

Benjamin Steinbruch – Folha de São Paulo – 07 de maio de 2013

Na opinião de Steinbruch, a rigidez dessas medidas está impedindo o crescimento econômico desses países e começa a cansar a população, que sofre com o desemprego e o aumento da pobreza. Ele chega a alertar que elas podem levar a “revoltas sociais de desfecho imprevisível” (STEINBRUCH, 2013c).

O orador inicia o artigo reconhecendo que a situação econômica na Europa está bem complicada e cita alguns números e percentagens para reforçar essa informação. Segundo ele, há 19 milhões de desempregados nos países da zona do euro, o que representa 12,1% da população economicamente ativa. Na Grécia e na Espanha, o quadro é ainda mais grave, com o desemprego se aproximando de 30%, chegando a 60% entre os jovens.

O uso de números e percentuais entra na área da lógica formal, que Toulmin (2006) alerta ser um caminho argumentativo perigoso. Isso porque, mesmo que a matemática seja uma ciência exata, não é difícil contestar seu uso. É fácil, por exemplo, jogar por terra o argumento de que a Europa deve abrandar sua rigidez econômica para superar a crise, contrariando a proposta da chanceler alemã, Ângela Merkel. Quem, em sã consciência, vai sugerir esse afrouxamento das medidas econômicas em países onde há 19 milhões de desempregados e 60% dos jovens gregos e espanhóis não conseguem entrar no mercado de trabalho?

A proposta de Toulmin (2006) é para que a utilização argumentativa da lógica formal siga outro caminho, mais distante da exatidão matemática e mais próximo da retórica jurídica. Ou seja, o orador deve deixar números e percentuais de lado,

procurar conhecer melhor seu auditório e usar argumentos que tenham a ver com seus valores, lugares e crenças, como propõem Perelman e Olbrechts-Tyteca (2005).

O argumento da autoridade, que Perelman e Olbrechts-Tyteca (2005) consideram uma falácia por utilizar a figura de grandes líderes para justificar medidas que normalmente não são aceitas pelo auditório, é usado pelo orador. Ele cita o exemplo do presidente da França, François Hollande, que teria pedido “a reorientação das políticas econômicas europeias em direção ao crescimento” (Steinbruch, 2013c). Citou ainda os exemplos dos Estados Unidos e do Japão, que tomaram medidas para retomar o crescimento econômico.

O auditório, dotado de uma visão arguta e crítica, como descrevem Perelman e Olbrechts-Tyteca (2005), dificilmente irá acreditar que o orador está preocupado com a população de desempregados e miseráveis da Europa. Na verdade, o que se percebe é que Steinbruch defende a retomada do crescimento no continente europeu para que ele e seus pares ampliem suas exportações para aqueles países.

O orador aproveita para alertar o Governo brasileiro para que ele não dê ouvidos aos “discursos monetaristas e fiscalistas radicais”, que defendem a elevação dos juros para frear a inflação. A receita que Steinbruch dá para “aquecer” a economia brasileira incorre nas falácias *ad hominem* e de defesa dos próprios interesses. A máquina pública é tachada de ineficiente e os investimentos em infraestrutura, que levarão dinheiro para a iniciativa privada, são apontados como benéficos para a economia do país.

O gasto público, no momento, é importante para reidratar a economia, desde que direcionado a investimentos e não a despesas com custeio da máquina ineficiente do governo – no primeiro trimestre, os gastos com investimento tiveram um crescimento de apenas 7,4%, metade da expansão dos dispêndios com custeio. É inegável que a oferta de recursos para investimentos em infraestrutura, por exemplo, dá impulsos duradouros à economia (STEINBRUCH, 2013c).

No fechamento de seu artigo, o orador utiliza o peso da opinião do comentarista econômico Martin Wolf, do jornal “Financial Times”, que escreveu que, em 1816, a Inglaterra vivia uma crise sem precedentes, na qual sua dívida pública líquida equivalia a 240% de seu PIB. Steinbruch (2013c) conclui que, em vez de ser esmagado por um desastre econômico, o país liderou a revolução industrial.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Nossa análise procurou mostrar que os recursos linguísticos são utilizados no ambiente empresarial com o propósito argumentativo de persuadir o auditório. O orador aproveita temas da atualidade do meio econômico para defender seus interesses e o de seus pares. Defende instâncias que considera aliadas – no caso desses artigos de Benjamin Steinbruch, o Governo Dilma Rousseff – e ataca seus adversários, que presumimos serem os banqueiros, os especuladores financeiros e os partidos de oposição.

O orador chega a utilizar termos como “patrulhamento”, que é comum ao meio político de esquerda, e atacar os mal-humorados e pessimistas que teimam em atacar as medidas do Governo e torcem para que tudo dê errado. Na verdade, o que o 1º vice-presidente da FIESP busca é que o Governo não aumente as taxas de juros e que desonere o imposto de alguns produtos e serviços, além de evitar a entrada de produtos estrangeiros que possam concorrer com os nacionais.

Dentro de sua estratégia argumentativa, o orador incorreu numa série de falhas, como a utilização de diferentes falácias, que podem ser facilmente contestadas por seus interlocutores. Uma delas foi a falácia *ad hominem*, pela qual ataca alguns críticos do Governo Dilma Rousseff pelo fato de serem mal-humorados e torcerem para tudo dar errado. Fez uso de argumentos lógicos, mas dentro de uma perspectiva matemática que, conforme Toulmin (2004), são mais fáceis de serem questionados. Em suma, Steinbruch parece não ter levado em conta uma regra básica da teoria argumentativa (PERELMAN; OLBRECHTS-TYTECA, 2005), que determina que o orador respeite a inteligência e o senso crítico do auditório. Sem isso, o efeito de persuasão fica comprometido.

REFERÊNCIAS

1. MENEZES, William Augusto. *Faces e usos da argumentação*. In: MARI, Hugo; MACHADO, Ida Lúcia; MELLO, Renato de (Orgs.). *Análise do discurso – Fundamentos e práticas*. Belo Horizonte: FALE/UFMG e Núcleo de Análise do Discurso (NAD), 2001.
2. MEYER, Michel. *A retórica*. São Paulo: Ática, 2007.

3. PERELMAN, Chaim; OLBRECHTS-TYTECA, Lucie. *Tratado da argumentação: a nova retórica*. São Paulo: Martins Fontes, 2005.
4. PLANTIN, Christian. *A argumentação – história, teorias, perspectivas*. São Paulo: Parábola Editorial, 2008.
5. REBOUL, Olivier. *Introdução à retórica*. São Paulo: Martins Fontes, 2004.
6. TOULMIN, Stephen. *Os usos do argumento*. São Paulo: Martins Fontes, 2006.
7. STEINBRUCH, Benjamin. *Patrulha*. São Paulo: Folha de São Paulo. 09/04/2013a.
8. STEINBRUCH, Benjamin. *Xô, mau humor*. São Paulo: Folha de São Paulo. 23/04/2013b.
9. STEINBRUCH, Benjamin. *Há hora para tudo*. São Paulo: Folha de São Paulo. 07/05/2013c.
10. WALTON, Douglas. *Lógica informal*. São Paulo: Martins Fontes, 2006.

ABSTRACT: Within the field of linguistics, we analyze the speaker's argumentative strategy-entrepreneur Benjamin Steinbruch to persuade the audience about their proposals regarding the conduct of the Brazilian economy. In three articles published in the newspaper "Folha de São Paulo", in april and may of 2013, he seeks to defend allies and attack opposition to the measures that matter to it to their peers. In our analysis, we find that the speaker seeks to enforce an arsenal of arguments that consider the values, hierarchies, places and beliefs of the audience. He incurs errors argumentative as the misuse of logic and the use of fallacies, which are easily detected and challenged the auditorium. In our theoretical analysis to proceed, we use the theory of argumentation, Perelman & Olbrechts-Tyteca (2005), formal logic, within view of Toulmin (2006); and informal logic and fallacies, in view of Walton (2006).

KEYWORDS: Linguistics; Company; Reasoning; Fallacies.

Recebido no dia 02 de junho de 2013.

Aceito para publicação no dia 04 de agosto de 2013.