

UNIVERSIDADE ESTADUAL DE MARINGÁ  
CENTRO DE CIÊNCIAS HUMANAS, LETRAS E ARTES  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM LETRAS (MESTRADO)

SILVIA CAROLINE GONÇALVES

**PROPAGANDA ELEITORAL PRESIDENCIAL:  
O PROCESSO DISCURSIVO DE DESCONSTRUÇÃO DO  
ADVERSÁRIO POLÍTICO**

MARINGÁ  
2017

SILVIA CAROLINE GONÇALVES

**PROPAGANDA ELEITORAL PRESIDENCIAL:  
O PROCESSO DISCURSIVO DE DESCONSTRUÇÃO DO  
ADVERSÁRIO POLÍTICO**

Dissertação apresentada à Universidade Estadual de Maringá, Programa de Pós-Graduação em Letras, como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em Letras, área de concentração: Estudos Linguísticos.

Orientadora: Profa. Dra. Maria Célia Cortez Passetti

MARINGÁ  
2017

**À Daniele Gonçalves**

*Minha irmã e meu anjo mais velho, que me ensinou a lutar, ter força e coragem para chegar ao fim. Enquanto eu respirar, vou ressignificar sua ausência, inventando exclamações alegres, sempre alicerçada na fé, na esperança e no amor.*

## AGRADECIMENTOS

“Que darei eu ao Senhor, por todos os benefícios que me tem feito?”  
(Salmo 116.12)

Aos meus pais, Silvio e Ester, meus primeiros e eternos orientadores; meu aprendizado com vocês produz frutos que transcendem essa vida.

Aos meus familiares, em especial: Jéssica, Marcos Fábio, Fernanda, Jônatas, Beatriz e Heitor. Nossos laços não se restringem ao sangue, amo vocês sem medida.

Aos meus avós, Zico, Dorothea, João Jerônimo e Dulce; apesar de não estarem mais comigo, deixaram um legado de sabedoria inexprimível.

À minha orientadora, professora Maria Célia Cortez Passetti, por me ensinar a (des)estabilizar, “pensar o impensado”, para que eu pudesse compreender um pouco melhor esse contínuo processo de encontro com o inatingível. Um ensino sempre acompanhado de muita inteligência, sabedoria, sinceridade, espontaneidade e bolos de chocolate deliciosos. Sou grata pela sua amizade, paciência, cuidado, terapia, por acreditar em mim e ser meu “socorro bem presente na hora da angústia”. A maneira brilhante como você ensina, sua paixão pelo que faz são inspiração e motivação que vou levar para toda a vida.

Aos professores(as) Renata Marcelle Lara, Dulce Elena Barros, Juliano Desiderato Antonio, Edson Carlos Romualdo, Renilson Menegassi, por compartilharem conhecimento e incentivo nesse percurso.

Às professoras Roselene de Fátima Coito e Juliana da Silveira, membros da banca, por aceitarem participar das últimas etapas dessa jornada, além das contribuições que já haviam dado, seja pela disciplina ministrada, seja pela participação no Gepomi. Agradeço o cuidado e atenção dispensados por meio de preciosas sugestões para o aprimoramento desta pesquisa.

Aos colegas do Gepomi, pela troca de experiências, aprendizado e “bate-boca teórico e político”, que, quando o tempo nos permitia, acabavam na combinação “bar-beer”.

À Anna Cristina Hanke Lachi, pela amizade e encorajamento. Apesar de nosso mestrado ser em programas diferentes, nossas afinidades nos aproximaram a cada dia (agora não mais 4; vamos revolucionar o Marketing com nossos 10 Ps, Anninha!).

À Raquel de Freitas Arcine, companheira fiel nas tardes regadas de um bom café com bolos saudáveis (ok, alguns nem tão saudáveis assim...). Obrigada por ser minha veterana, pela “coragem” de publicar comigo e pela parceria tanto na vida acadêmica quanto na vida pessoal. De A (Althusser) a Z (Zoppi-Fontana), de Engenheiros à Anita, vamos mostrar ao Lattes para que viemos!

À Juliane Ferreira, por me acolher com tanto cuidado e carinho durante a peregrinação para contagem de pontos em atividades programadas. Além dos créditos, ganhei uma grande amiga! Agradeço também pelos livros, principalmente *O discurso: estrutura ou acontecimento* (acho que aquele parafuso estava me fazendo falta...).

Ao pessoal da turma de 2015, pelos “sucessos dignos de feliz recordação”; todos nós somos guerreiros!

Aos colegas e amigos, tanto os que já me acompanhavam quanto os que eu conheci na trajetória do mestrado: Renata, Jaque, Fábio, Dani Hirata, Márcio Daniel, Tássia, Jéssica, Lilian, Alairce, José Antônio, Laís (minha família do coração), Alan, Carol, Anita, Edgardo, Maria de Lurdes Longhini (sabedoria, incentivo e carinho são as “palavras-chave” que definem minha consideração por você), Raquel Meller, Márcio Domenes, Tiago Batista, Renan, Flavinha (futura sucessora da Orlandi), Vânia, Fátima Sena (a Ana Júlia está tentando seguir seus conselhos), Virgínia (Chuck Norris da Linguística), Evandro, Fernando Henrique, Enísio, Vivi, Érica, Maria Amélia, Angélica, Thamires, Raíssa, Rosângela, Rafa Colombo. Vocês me ajudaram muito, fizeram parte da construção desta pesquisa e da constituição da minha história, uma contribuição que vai além de qualquer delimitação teórica. Obrigada!

Ao Adelino, pela constante atenção e dedicação ao explicar todos os trâmites burocráticos e demais informações (Posto Ipiranga que se cuide...).

À CAPES, pelo apoio financeiro durante um ano.

À Annalisa e ao Gaetano, do *Café Literário*. Minha terceira casa.

E, *obviamente* (com todo respeito, Pêcheux!), a Deus, meu farol em águas tranquilas e tempestuosas – “tudo o que sou e o que vier a ser, eu ofereço a Ti”.

\*\*\*

Ainda em tempo: “só há causa daquilo que falha”...

Este anexo não tem o objetivo de retificação, mas de complementação. Não poderia deixar de mencionar os namorados, noivos e cônjuges de algumas das guerreiras supracitadas, os quais, mesmo de maneira indireta, se dispuseram a fazer parte dessa “aventura” acadêmica: Paulão, Magno, Grego, Tiago e João. Valeu!

– Nos  
– fios  
– ten  
  sos

– da  
– pauta  
– de me-  
  tal

– as  
– an/  
  do/  
  ri/  
  nhas

– gri-  
  tam

– por  
– fal/  
  ta/  
– de u-  
  ma

– cl'a-  
  ve

– de  
– sol

**(Cassiano Ricardo)**

## RESUMO

Esta dissertação tematiza o processo discursivo de desconstrução do adversário político em propaganda eleitoral presidencial. Tem como objeto de investigação os modos de desconstrução de Dilma Rousseff (PT) como adversário político pela propaganda política eleitoral de Aécio Neves (PSDB), veiculada no Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral (HGPE/TV), no segundo turno da campanha presidencial de 2014. Tendo em vista que, neste período, Dilma Rousseff era candidata à reeleição e havia 12 anos que o PT era o partido de situação, analisar os enunciados da propaganda política eleitoral do candidato opositor, permitiu investigar os modos de desconstrução do adversário político que se estabelecem na relação interdiscursiva, no espaço entre a propaganda peessedebista e a petista. A partir dessa problemática, objetivou-se compreender como se dá o processo discursivo de desconstrução de Dilma Rousseff. Para isso, foram analisados os funcionamentos discursivos através dos quais essa desconstrução se estabeleceu; buscando-se elencar as formas de desconstrução que funcionaram nesse processo e, finalmente, descreveu-se e interpretou-se o entrelaçamento dos tipos de desconstrução, os quais foram determinantes para a produção de efeitos de sentido de negativização do sujeito-político em questão. A pesquisa tem a Análise de Discurso francesa de filiação pecheutiana como principal fundamentação teórica e analítica, mas também concilia contribuições de teóricos da comunicação, por se tratar de discursos formulados para circulação em suporte pertencente ao campo midiático. Para se chegar ao corpus proposto, após a transcrição do HGPE/TV de Aécio Neves partiu-se da noção de de-superficialização (PÊCHEUX & FUCHS 1997; ORLANDI, 2013), selecionando as sequências discursivas que funcionavam no processo de desconstrução do sujeito-político Dilma Rousseff. Nesse percurso de leitura do arquivo e esboços de análises, foi identificada a recorrência de três tipos centrais de funcionamento discursivo de desconstrução do adversário político: desconstrução pelo partido, desconstrução pelo governo/gestão e desconstrução pelo candidato/pessoa. Propusemos, então, subdividir essas regularidades em sete temas – manutenção do poder, corrupção, inflação, competência, credibilidade, gênero e valores – os quais estabeleceram relações com os três tipos centrais de funcionamento discursivo. Depreendeu-se, como resultado, que o processo discursivo de desconstrução de Dilma Rousseff como adversário político pela propaganda política eleitoral de Aécio Neves se deu pela convergência desses funcionamentos, os quais atrelavam ao termo “mudança” o sentido de “troca do agente político”, produzindo o efeito de evidência sintetizado no slogan “A mudança é Aécio”, silenciando, dessa forma, outros sentidos possíveis ao termo.

**Palavras-chave:** Discurso político. Propaganda eleitoral. Adversário político. Pré-construído.

## ABSTRACT

The theme of this dissertation is the discursive process of political adversary deconstruction in presidential electoral advertisement. It aims to investigate the deconstruction modes of Dilma Rousseff (PT) as a political adversary by the electoral political advertisement of Aécio Neves (PSDB) during the presidential campaign of 2014. As, in this period, Dilma Rousseff was running for reelection and PT had been in power for 12 years, to analyze enunciates from the electoral political advertisements of Aécio Neves, the opposing candidate during the second round, allows to investigate the modes of deconstruction of political adversary which stablish themselves in the interdiscursive relationship within the space between the advertisements of the two parties. From said problematic, the comprehension of how the discursive process of deconstruction of Dilma Rousseff by the electoral political advertisement of Aécio Neves was aimed, having the television electoral free advertisement aired during the second run of the 2014 presidential campaign as material for analyzes. Unfolding this, the discursive functionings through which the deconstruction established itself were analyzed seeking to list the deconstruction ways which function in this process and, finally, the interconnection of the kinds of deconstruction which were determinant for the meaning production of negativization of the political subject in question were described and interpreted. This research has French Discourse Analyze based upon Pêcheux as its main theoretical and analytical foundation, however it also conciliates contributions from theorists of communication as it deals with discourses formulated to circulate in supports which belong to the media field. After transcribing the advertisements of Aécio Neves from the second round of the presidential election, the notion of desuperficialization was a starting point for the building of the *corpus*, making it possible to select the discursive sequences which function in the process of deconstruction of the political subject Dilma Rousseff. In this rout of reading the archive and starting the analyzes, the recurrence of three central kinds of discursive functionings of deconstruction of the political adversary were identified: deconstruction by the party, deconstruction by the government/management and deconstruction by candidate/person. Then, a subdivision of these regularities in seven themes which relate to the three central kinds of discursive functionings was proposed: maintenance of power, corruption, inflation, competence, credibility, gender and values. The discursive process of deconstruction of Dilma Rousseff as a political adversary by the electoral political advertisement of Aécio Neves happened through the convergence of these functionings which connected the meaning of “switch of political agent” to the term “change”, producing the effect of evidence synthetized in the slogan “The change is Aécio”, silencing, as a consequence, other possible meanings to the term.

**Keywords:** Political discourse. Electoral advertisement. Political adversary. Prebuilt.

## SUMÁRIO

A IMINÊNCIA DO SOAR DA SIRENE.....	11
<b>1 ARENA TEÓRICA DA ANÁLISE DE DISCURSO .....</b>	<b>19</b>
1.1 DEMARCAÇÕES DA ANÁLISE DE DISCURSO: DISSENSÕES E RETERRITORIZAÇÃO.....	19
1.2 FORMAÇÕES DISCURSIVAS E SENTIDO: EFEITOS DE EVIDÊNCIA EM COMBATE.....	24
1.3 CONDIÇÕES DE PRODUÇÃO, MEMÓRIA DISCURSIVA E INTERDISCURSO: O CENÁRIO DE UM CAMPO DE BATALHA .....	28
<b>2 ARENA TEÓRICA DO DISCURSO POLÍTICO.....</b>	<b>35</b>
2.1 CONSIDERAÇÕES INICIAIS SOBRE O CAMPO POLÍTICO.....	35
2.2 PISANDO EM CAMPO MINADO: ACERCA DO DISCURSO POLÍTICO .....	36
2.3 QUANDO A BANDEIRA BRANCA NÃO PODE FLAMULAR: O ADVERSÁRIO COMO CONSTITUTIVO DA INSTÂNCIA POLÍTICA .....	40
<b>2.3.1 O processo de interincompreensão .....</b>	<b>41</b>
<b>2.3.2 A construção do <i>ethos</i> para o sujeito-político candidato e de <i>antiethos</i> para o         seu adversário .....</b>	<b>44</b>
2.4 A TRINCHEIRA DA GOVERNANÇA: LEGITIMIDADE E CREDIBILIDADE EM JOGO.....	46
2.5 ORA ALIADOS, ORA INIMIGOS: A RELAÇÃO CONFLITUOSA ENTRE POLÍTICA E MÍDIA .....	50
<b>3 ARENA TEÓRICA DA PROPAGANDA POLÍTICA ELEITORAL .....</b>	<b>57</b>
3.1 “RESPEITÁVEL PÚBLICO, O ESPETÁCULO VAI COMEÇAR! ”: BREVE INTRODUÇÃO ACERCA DA PROPAGANDA POLÍTICA ELEITORAL .....	57
3.2 “INTERROMPEMOS NOSSA PROGRAMAÇÃO NORMAL PARA TRANSMITIR O HORÁRIO ELEITORAL GRATUITO OBRIGATÓRIO DE PROPAGANDA ELEITORAL”: A LUTA PELA AUDIÊNCIA .....	61

3.3 O ARSENAL DA PROPAGANDA POLÍTICA ELEITORAL - ESTRATAGEMAS DO HGPE.....	65
<b>3.3.1 “Ao infinito... e além! ”: estratégia da lógica herói x vilão.....</b>	<b>65</b>
<b>3.3.2 “A vida imita o vídeo”: estratégia do engajamento .....</b>	<b>70</b>
<b>3.3.3 “Você conhece. Você confia” : estratégia do testemunhal.....</b>	<b>72</b>
<b>4 A ARENA, PROPRIAMENTE DITA: ANÁLISE DA DESCONSTRUÇÃO DE DILMA ROUSSEFF PELO HGPE/TV DE AÉCIO NEVES.....</b>	<b>76</b>
4.1 “TUDO SE RESUME A UMA BRIGA DE TORCIDAS”? – BREVES CONSIDERAÇÕES ACERCA DAS CONDIÇÕES DE PRODUÇÃO DO SEGUNDO TURNO DAS ELEIÇÕES PRESIDENCIAIS DE 2014 NO BRASIL.....	76
4.2 O DISPOSITIVO METODOLÓGICO PARA ANÁLISE DO HGPE .....	79
4.3 “E QUE OS JOGOS COMECEM...”: TIPOS DE DESCONSTRUÇÃO.....	82
<b>4.3.1 Relação entre partido, governo e candidato e a necessidade de mudança .....</b>	<b>85</b>
<b>4.3.2 A desconstrução do agente político pelo partido .....</b>	<b>91</b>
4.3.2.1 Relação entre partido e manutenção do poder.....	92
4.3.2.2 Relação entre partido e corrupção .....	104
4.3.2.3 Relação entre partido e valores.....	113
<b>4.3.3 A desconstrução do agente político pelo seu governo/gestão.....</b>	<b>117</b>
4.3.3.1 Relação entre gestão e inflação .....	118
4.3.3.2 Relação entre gestão e credibilidade .....	130
4.3.3.3 Relação entre gestão e competência .....	131
4.3.3.4 Relação entre gestão e valores.....	136
<b>4.3.4 A desconstrução do agente político pelo candidato .....</b>	<b>138</b>
4.3.4.1 Relação entre candidata e gênero .....	138
4.3.4.2 Relação entre candidata e corrupção .....	143
4.3.4.3 Relação entre candidata e credibilidade .....	145
4.3.4.4 Relação entre candidata e valores.....	153
<b>FIM DA BATALHA, MAS NÃO DA GUERRA .....</b>	<b>165</b>
<b>REFERÊNCIAS .....</b>	<b>171</b>

## A IMINÊNCIA DO SOAR DA SIRENE

*“Em nome de quem matamos?  
Em nome de quem especulamos?  
Em nome de quem escravizamos?  
Pra alegria de quem?”  
(Em nome de quem? – Resgate)*

A propaganda política eleitoral pode ser comparada a uma espécie de trincheira; é o *front* do exército do sujeito-político, momento em que os candidatos podem utilizar um verdadeiro arsenal comunicativo para atacarem e se defenderem, sob a luz do espetáculo midiático. Neste ritual já legitimado e estabilizado (pelo menos por enquanto), é possível perceber práticas discursivas e sociais que se repetem desde a Antiguidade: ancoradas na vontade de se ter o representante ideal para conduzir o povo e proteger o território, juntamente com o almejo de ser esse representante, as eleições são constituídas pelo funcionamento de um poder duplo – o poder de escolher e o poder de governar. Essa realidade pode ser bem traduzida nas palavras de Charaudeau: “a política é um campo de batalha em que se trava uma guerra simbólica para estabelecer relações de dominação ou pactos de convenção” (CHARAUDEAU, 2006, p. 46).

Tal “guerra simbólica” provocada pelo campo político tem sido objeto de estudo nas mais diversas áreas do saber. E, a partir da segunda metade do século vinte, com o fortalecimento da instância midiática para mediar esse poder duplo (escolher e governar), a complexidade das relações simbólicas travadas no processo eleitoral foi intensificada, pois a interferência midiática, ao tratar todo tipo de informação como responsabilidade civil, permitiu certo desmantelamento na fronteira entre o espaço público e privado.

Sobre a relação entre mídia e eleições, é relevante citar o trabalho de Colling (2007). O estudioso faz um levantamento do estado da arte das pesquisas sobre mídia e as eleições presidenciais brasileiras desde a redemocratização até o ano de 2002. Após a sistematização dos dados, divide as pesquisas analisadas em dois grandes eixos interpretativos: as mudanças ocasionadas pela mídia no campo político em período eleitoral e a determinação da mídia quanto aos impactos sobre os eleitores e sobre o cenário da disputa eleitoral. A partir dessa estratificação, os estudos se ramificam, e os recortes temáticos permitem problematizações que vão desde a negativização total da interferência midiática no campo político (como despolarização da política e transformação de políticos em mercadorias) até a perspectiva mais otimista dessa relação (como maior acesso às informações e maior participação dos eleitores).

No campo das ciências políticas, Miguel e Birolli (2008; 2009); Birolli (2010) vêm desenvolvendo uma pesquisa que visa compreender a confluência entre gênero, mídia e representação política. Os estudiosos analisam a presença e atuação de mulheres no campo político e nos meios de comunicação de massa, no cenário brasileiro, a fim de entender as relações que se estabelecem entre essas esferas, mais especificamente, quanto à representação no campo político desse sujeito. Ao realizarem um levantamento quantitativo quanto à visibilidade de homens e de mulheres na mídia, constataram, a partir de uma parcela do corpus (material jornalístico), que os homens sobrepujam as mulheres no noticiário das revistas e dos telejornais. Quando os temas se referem ao campo da economia e da política, a diferença é ainda maior; conforme os autores, em noticiário político, são 8,2 para 1 nas revistas e 6,1 para 1 nos telejornais. Já quando se trata de cuidados com as crianças, consumo doméstico, trato com o corpo e a aparência, ou ainda “fofocas” ligadas a casamento ou romances (temas que o campo jornalístico enquadra na categoria “cidades”, “lições de vida” e “fait-divers<sup>1</sup>”), a recorrência<sup>2</sup> é maior entre as mulheres. Tais dados permitiram perceber que a maneira pela qual homens e mulheres tornam-se visíveis na mídia é diferenciada e assimétrica quanto aos campos da vida social e aos temas que perpassam esses campos, possibilitando o avanço nos estudos referentes à discussão sobre de que modo a reprodução de estereótipos constrange tanto a ação política das mulheres quanto a visibilidade desta ação no noticiário jornalístico.

Como efeito de pesquisas como a de Miguel e Birolli, as quais, ao tratar da presença diferenciada entre homens e mulheres na política e na mídia, problematizam os sentidos estabilizados no imaginário social<sup>3</sup> quanto à noção de público e privado, vale citar também o trabalho desenvolvido por Costa (2010), que problematizou como a mídia discursiviza a mulher política. A partir da análise de notícias sobre os sujeitos-políticos Marta Suplicy (em

---

<sup>1</sup> Termo que significa “fatos diversos”, corresponde ao gênero jornalístico que aborda assuntos apresentados como “inusitados” ou “curiosos”, como “o macaco que pegou a câmera de um fotógrafo e tirou um autorretrato sorrindo”. Disponível em <<https://www.ufrgs.br/vies/comunicacao/fait-divers-o-jornalismo-sobre-o-inusitado/>> Acesso em 13 jan. 2017.

<sup>2</sup> O artigo não apresentou a proporção numérica para essa informação.

<sup>3</sup> Importa destacar que a noção de imaginário social é concebida nesta pesquisa como o memorável, isto é, aquilo “que é da ordem do ‘todos sabem, todos lembram’” (INDURSKY, 2011, p. 87), o qual se dá por um jogo de repetição discursiva, aproximando-se, assim, da noção de memória coletiva de Davallon (1999). Ao citar Halbwachs, ele explica que a memória coletiva corresponde àquela que é viva na consciência do grupo, sendo reconstruída a partir de noções comuns aos diferentes membros da comunidade social. Optamos usar “imaginário social” em vez de “memória coletiva” para se referir ao sentido estabilizado, a fim de que esta última não seja confundida com memória discursiva. Quando o texto trouxe apenas o termo “imaginário”, estaremos nos referindo à noção de Formações Imaginárias (PÊCHEUX, 1997), isto é, os mecanismos imaginários que operam na relação entre os sujeitos e, concomitantemente, na forma como eles significam o mundo. Nas palavras de Orlandi (1994, p. 56) “a relação [do sujeito] com o mundo é constituída pela ideologia; a ideologia é vista como o imaginário que medeia a relação do sujeito com suas condições de existência”.

São Paulo), Luisianne Lins (em Fortaleza) e Gleisi Hoffman (em Curitiba), as quais tiveram circulação em mídia on-line durante a campanha das eleições municipais de 2008, a pesquisa contribuiu para constatar que a mulher política é discursivizada de modo diferente ao homem político. O discurso que se estabelece a respeito do sujeito-político mulher é sustentado por filiações a rede de memórias que produzem efeitos de sentido derrisórios, os quais estereotipam o sujeito do gênero feminino ao apagar desse sujeito sua identidade política.

Muitas pesquisas desenvolvidas no campo da Linguística (FINAMORE & CARVALHO, 2006; MORAIS, 2008; LIMA, 2010; FREITAS, 2013) também constataram a relação entre mulher e espaço privado como um elemento do pré-construído do cenário político brasileiro<sup>4</sup>. Pode-se considerar que se depreendem dessa problemática questões sobre a legitimidade da mulher enquanto sujeito-político. O trabalho desenvolvido por Marques (2013) reflete sobre como se deu os efeitos de legitimidade e de credibilidade de Dilma Rousseff em sua primeira campanha presidencial, ocorrida em 2010, levando em consideração que, conforme a pesquisadora, os discursos que circularam na mídia nesse período questionavam sua candidatura, predominantemente, pelo fato de ela ser mulher<sup>5</sup>, por sua candidatura ser indicação de Luiz Inácio Lula da Silva, por ela não ser popular e não possuir um mandato emanado do povo, “problemáticas” que reiteram os resultados das pesquisas elencadas aqui. Apesar de o cenário ser desfavorável à Dilma Rousseff devido a esses sentidos estabilizados, os quais precisavam ser desconstruídos/ressignificados, a pesquisa revelou que o modo como os temas, que poderiam significar negativamente para a campanha da petista, foram discursivizados produziu efeitos de sentidos positivos à sua candidatura, culminando em sua eleição como primeira mulher Presidente do Brasil.

No entanto, o resultado nas urnas não necessariamente significa que o pré-construído quanto à relação “mulher, espaço privado, legitimidade política” foi superado e deixou de

---

<sup>4</sup> Um caso exemplar do funcionamento desse pré-construído, além da reportagem da Revista Veja com Marcela Temer intitulada “Bela, recatada, e do lar”, foi o pronunciamento de Michel Temer em cerimônia do Dia Internacional da Mulher, no Palácio do Planalto. Segue excerto: “E hoje, como as mulheres participam em intensamente de todos os debates, eu vou até tomar a liberdade de dizer que na economia também, a mulher tem uma grande participação. Ninguém mais é capaz de indicar os desajustes, por exemplo, de preços em supermercados do que a mulher. Ninguém é capaz de melhor detectar as eventuais flutuações econômicas do que a mulher, pelo orçamento doméstico maior ou menor”(grifo nosso). Tais considerações do presidente estão disponíveis na íntegra em <<http://www2.planalto.gov.br/acompanhe-planalto/discursos/discurso-do-presidente-da-republica-michel-temer-durante-cerimonia-de-comemoracao-pelo-dia-internacional-da-mulher-brasilia-df>> Acesso em 9 mar. 2017.

<sup>5</sup> Quando houve o impeachment de Dilma Rousseff, o jornal inglês *The Guardian* considerou que o preconceito contra uma líder mulher, juntamente com uma direita que nunca aceitou totalmente a ascensão do PT, foram fatores significativos nessa queda: “Male prejudice against a female leader, and the grudges of a political right never wholly reconciled to the rise of Lula’s and Dilma’s Workers’ party (PT) certainly played their part”. A reportagem na íntegra está disponível em <<https://www.theguardian.com/commentisfree/2016/may/12/the-guardian-view-on-dilma-rousseffs-impeachment-the-political-system-should-be-on-trial-not-one-woman>>. Acesso em 29 abr. 2017.

funcionar. O que é possível afirmar é que esta condição abriu caminhos para que outros tipos de problemáticas fossem estudados quanto à relação conflituosa entre política, discurso, gênero e mídia, isto é, serviu de condições de produção para a emergência de outros funcionamentos discursivos, de outras significações. Merece destaque o trabalho desenvolvido por Nezo (2016), que analisou como se deu a *des*-estabilização de imagens de Dilma Rousseff como sujeito-político. Ao observar a formulação, circulação e funcionamento discursivo da *fotomontagem* no Facebook sobre Dilma, no período da campanha eleitoral para a presidência da República de 2014, foi possível afirmar que tais fotomontagens produziram efeitos de sentido de negativização não apenas da imagem da presidente e candidata à reeleição, Dilma Rousseff, mas também da imagem de Lula e de todo o governo PT, predominantemente por sentido de corrupção, arrogância, despreparo e mentira. A partir destas constatações, é possível afirmar que a maneira como a mídia discursiviza os sujeitos do campo político constitui os sentidos possíveis do cenário político brasileiro, e muitas vezes tais discursos são retomados por este campo (re)produzindo efeitos de sentido de evidência.

Nota-se que a relação conflituosa entre mídia e política parece não ter fim, e não se esgotam as possibilidades de estudos frente às metamorfoses desse imbricamento. E, se tirarmos, apenas por um momento, o foco do discurso político, ampliando o campo de visão para as práticas sociais como um todo (apesar de reconhecermos que esse “todo” é inapreensível), perceberemos que o conflito é indissociável à vida humana. Pelo conflito, irrompeu-se a Análise de Discurso: a discussão entre a transparência ou não da língua, da história e dos sujeitos. Foi também pelo campo político que essa disciplina encontrou condições para ser produzida e estabelecida: o enunciado *on a gagné* possibilitou perceber tanto a incompletude da língua quanto o idealismo utópico do bem comum para o qual a política se propõe a fazer (Quem ganhou? O que se ganhou?).

Diante da inevitabilidade da tensão nas práticas sociais, o campo político-eleitoral pode ser compreendido como uma arena ideológica em que há disputa pelo poder. Por essa razão, os discursos deste campo são determinados pelas relações de forças, o que permite afirmar que o funcionamento da política se dá sob a noção de que, para se obter o consenso, é necessário que se tenha a dissensão. Alia-se a isso a afirmação de Cazarin (2013), quando explica que há uma lógica paradoxal que rege a racionalidade da política: o desentendimento por essência. Um tanto quanto paradoxal (talvez maquiavélico), mas é inegável que o conflito configura-se como uma mola propulsora para o funcionamento do discurso político. E, quando se trata de discurso político eleitoral, tal característica fica ainda mais perceptível.

A disputa que se deu entre Dilma Rousseff, candidata pelo Partido dos Trabalhadores (PT) e Aécio Neves, candidato pelo Partido da Social Democracia Brasileira (PSDB), no segundo turno das eleições presidenciais de 2014, foi apresentada pela mídia como sendo a mais acirrada. A petista era candidata à reeleição e, caso vencesse, o PT somaria mais quatro aos doze anos como partido de situação. Já o peessedebista se apresentava como o candidato da mudança verdadeira, e aproveitava os reveses políticos, econômicos e sociais do país (como as manifestações de 2013 e a CPI da Petrobras) como oportunidade para responsabilizar e afunilar a culpa em sua adversária.

O resultado das urnas ficou marcado pela pequena diferença entre os presidenciais, noticiada como a menor desde a redemocratização: conforme dados disponibilizados pelo Tribunal Superior Eleitoral<sup>6</sup> (TSE), 51,64% dos votos válidos para a chapa composta por Dilma Rousseff e Michel Temer, contra 48,36% para a integrada por Aécio Neves e Aloysio Nunes Ferreira. Tal acontecimento possibilitou a circulação de enunciados que produziam o efeito de sentido de que o país estava dividido. Esse cenário reforçou a concepção estabilizada<sup>7</sup> sobre a polarização entre PT X PSDB, e estendeu-se à instância cidadã (“petralhas” X “coxinhas”), o que confirma o caráter conflituoso do campo político e a natureza controversa das eleições, principalmente no que se refere à noção de democracia.

Ao considerar o estabilizado do termo (democracia sendo compreendida como uma forma de governo que se propõe a realizar o desejo da maioria, visando o consenso entre ideias opostas), é possível sugerir que o conflito não é extinto, mas gerenciado. E, partindo do pressuposto de que o processo eleitoral representa uma das formas do funcionamento de um regime democrático, o conflito (ou a falta de consenso) pode irromper a qualquer momento. No entanto, essa dissensão não deve ser compreendida de forma negativizada; pelo contrário, é por meio dela que funcionam “as condições ideológicas da reprodução/ transformação das relações de produção” (PÊCHEUX, 2014a).

A partir dessa inquietação, observar os enunciados da propaganda política eleitoral de Aécio Neves, candidato opositor que disputou o segundo turno com Dilma Rousseff, permite investigar quais são as regularidades de um discurso intrinsecamente crítico do governo vigente, isto é, um discurso produzido pelo lugar de oposição sobre o governo de situação. Isto porque, neste caso, a propaganda política eleitoral de Aécio Neves corresponde a um

---

<sup>6</sup>Disponível em <<http://www.tse.jus.br/imprensa/noticias-tse/2014/Dezembro/plenario-do-tse-proclama-resultado-definitivo-do-segundo-turno-da-eleicao-presidencial>>. Acesso em: 17 jan. 2016.

<sup>7</sup>Não é objetivo desta pesquisa discorrer discursivamente sobre como se deu esse efeito de polarização entre os partidos PT e PSDB; sua menção é para registrar que a disputa presidencial entre estes dois partidos no segundo turno se estende desde as eleições de 1994.

discurso formulado pela/na instância adversária e, por estar despojada do poder, enuncia de um lugar de oposição.

Apesar de o embate ser inerente no campo político, implicando em ataques entre os candidatos e, muitas vezes, entre os eleitores, é relevante investigar quais funcionamentos discursivos foram mais recorrentes durante o período que constitui o recorte analítico, os quais funcionaram nesse processo de desconstrução. Compreender como se dá esse processo colabora com as pesquisas acerca das características irrevogáveis do discurso político. Neste aspecto, a pesquisa é um recorte da contribuição dos estudos que já vem sendo realizados pelo Grupo de Estudos Políticos e Midiáticos – GEPOMI (CNPq/UEM) sobre o discurso político brasileiro. Desse modo, ao analisar esse processo discursivo, foi possível historicizar o discurso político-eleitoral brasileiro, na medida em que permitiu que as análises entrassem em relação com o cenário político atual, uma vez que os efeitos da campanha eleitoral de 2014 ainda ressoam no Brasil, que hoje se confronta com os resultados que submergem do subterrâneo político nacional.

Uma vez que a instância adversária é constitutiva do discurso político, o objetivo geral que delimita a análise do corpus é compreender como se dá o processo discursivo de desconstrução de Dilma Rousseff como adversária política pela propaganda político-eleitoral de Aécio Neves. As materialidades escolhidas para corporificar o objeto de análise são as peças televisivas do Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral (HGPE) de Aécio Neves, do segundo turno das eleições presidenciais de 2014. O material de análise foi coletado a partir da transcrição iniciada pela pesquisa<sup>8</sup> intitulada “Efeitos de sentido de mudança/continuidade no discurso político de Aécio Neves nas eleições presidenciais de 2014” e pelo acesso ao arquivo digital disponibilizado pelo banco de dados do GEPOMI – Grupo de Estudos Políticos e Midiáticos (CNPq – UEM). O critério para a delimitação do corpus deu-se pelo fato de o HGPE veiculado na televisão continuar apresentando alto índice de audiência<sup>9</sup>: conforme Alves (2016, p.3), a “utilização intensiva da televisão como principal recurso eleitoral é uma das principais variáveis do processo de modernização das campanhas eleitorais, fenômeno político característico das sociedades midiáticas”. E, tendo em vista que a mídia constitui papel fundamental na construção de processos simbólicos, reiterando seu poder de representação, analisar os HGPE/TV corrobora para interpretar como as práticas

---

<sup>8</sup>Projeto de Iniciação Científica nº 8058/2015, orientado por Passetti, como parte das pesquisas do Gepomi, cujos resultados podem ser visualizados no site [www.sgp.uem.br](http://www.sgp.uem.br).

<sup>9</sup>Alves (2016) explica, a partir de outros autores do campo da comunicação, que o cidadão, na sociedade midiática, ao se tornar eleitor, converte-se também em audiência.

discursivas político-midiáticas funcionam na contemporaneidade para reprodução e transformação das práticas sociais.

Como objetivos específicos, buscou-se analisar os funcionamentos discursivos através dos quais essa desconstrução se estabeleceu, elencando as formas de desconstrução que funcionaram nesse processo, e investigar, pelo batimento descrição e interpretação, o entrelaçamento dos tipos de desconstrução, os quais possibilitaram a produção de efeitos de sentido de negativização de Dilma Rousseff, corroborando para sua desconstrução enquanto sujeito-político.

A pesquisa tem a Análise de Discurso francesa de filiação pecheutiana como fundamentação teórica e analítica, mas também concilia contribuições de teóricos da comunicação pelo fato de o material de análise corresponder ao gênero discursivo propaganda, o que aponta para as suas condições de produção, isto é, em sua constituição há especificidades do campo midiático as quais determinam a sua formulação.

Norteadada pela noção da tensão constitutiva dos enunciados que compõe o campo político, essa pesquisa utiliza como “mote” palavras que se referem ao ambiente de guerra. Essa linha conceitual permite mobilizar a noção de conflito, a qual é constitutiva tanto nos pressupostos teórico-analíticos da AD (luta pelo sentido) quanto no discurso político, objeto de investigação desta pesquisa (luta pelo poder).

Os títulos das seções e subseções tentam sintetizar a ideia central do que será exposto. Apesar de se reconhecer que em Análise de Discurso evitam-se reduções e simplificações, justamente por isto assemelhar-se a um funcionamento ideológico (o efeito de evidência), o fato de o material de análise corresponder à propaganda política eleitoral – envolvendo, portanto, o campo publicitário – possibilita que a tessitura do texto se dê por meio de “jogos de linguagem”, como alusão a determinadas circunstâncias de enunciação, referências a personagens de filmes e citações de músicas, por exemplo. Esses títulos funcionam pela lógica da publicidade (mensagens curtas, simples, diretas, que acionam a memória e significam por meio de estereótipos, pelo “lugar comum”), ao passo que a pesquisa teórico-analítica se fundamenta nos pressupostos densos e desestabilizantes da AD, os quais permitem rupturas e reflexões daquilo que se apresenta como evidência pela “transparência” da língua. Dito de outro modo, enquanto o discurso político eleitoral regido pela lógica do campo publicitário simplifica a linguagem para estimular (no sentido behaviorista mesmo) a ação mais imediata possível (ação com o sentido de compra/voto), os pressupostos da AD propõe o oposto: problematizar as evidências (im) postas pelas práticas sociais por meio das

práticas linguísticas, e instigar à reflexão antes da ação (ação com o sentido de atribuição de sentido).

Sendo assim, a tessitura do texto desta pesquisa propõe uma espécie de duelo entre a linguagem transparente/objetiva e a linguagem opaca/ fragmentada; talvez, mais uma metáfora deste eterno conflito da linguagem.

## 1 ARENA TEÓRICA DA ANÁLISE DE DISCURSO

*“Tudo bem, até pode ser que os dragões sejam moinhos de vento”.  
(Dom Quixote – Engenheiros do Hawaii)*

*“Ora, que a Análise de Discurso é uma teoria crítica da linguagem todo mundo sabe”!*

Este enunciado vai funcionar pela metalinguagem, configurando-se como “um caso exemplar<sup>10</sup>”, a fim de que as principais noções que marcam o campo teórico da Análise de Discurso de linha francesa sejam apresentadas.

### 1.1 DEMARCAÇÕES DA ANÁLISE DE DISCURSO: DISSENSÕES E RETERRITORIZAÇÃO

A Análise de Discurso (de agora em diante AD) emergiu em meados da década de 60, momento em que muitas questões das ciências humanas e sociais já haviam sido levantadas pela Linguística, Psicanálise e Marxismo. Tal perspectiva teórica está imbricada com essas três regiões do saber, mas propõe um deslocamento ao defender a opacidade da língua, o sujeito cindido e o materialismo histórico como determinante das formações sociais, o que se configurou como uma ruptura com o século XIX.

Para Michel Pêcheux, a articulação das noções de língua, de sujeito e de história, propostas, respectivamente, pela Linguística, Psicanálise e Marxismo, eram necessárias para interpretar os fenômenos sociais à luz da AD, campo teórico que o filósofo propunha. Tais domínios disciplinares traziam contribuições que, ao serem mobilizadas, permitiam uma análise que tinha o discurso – “efeito de sentidos” entre interlocutores (PÊCHEUX, 1997) – como objeto de estudo. Isso implica que a forma pela qual a AD se apresenta – “teoria crítica da linguagem” – deriva de suas condições de produção, uma vez que essa disciplina pretende “compreender os modos de determinação histórica dos processos de produção dos sentidos, na perspectiva de uma semântica de cunho materialista” (MARIANI, 1998, p. 23).

Nessa perspectiva, o discurso configura-se como o encontro entre a língua e a ideologia. E, para conceber o discurso tal como concebe a AD, Pêcheux faz um deslocamento

---

<sup>10</sup> Eni P. Orlandi, em “Análise de Discurso: princípios e procedimentos”, apresenta uma subseção intitulada “Um caso exemplar”, na qual faz uso da frase “*vote sem medo*” como um exercício analítico, para nortear o leitor sobre o funcionamento dos principais conceitos da Análise de Discurso francesa de filiação pecheutiana.

crítico (por isso, “teoria crítica da linguagem”) da noção que se tinha até então sobre a língua, o sujeito e a história, viabilizado pelas problematizações que cada campo de saber supracitado havia levantado.

Pelo viés do materialismo histórico derivado do marxismo, depreendeu-se, a partir da leitura de Althusser (1978), que a história corresponde a um processo sem sujeito. Esse raciocínio refletiu nos estudos de Pêcheux, o qual também refutava a “ideia de ‘o homem’ como antinatureza, transcendência, sujeito da história” (PÊCHEUX, 2014, p. 138). Tal forma de conceber a história implicava que havia “um real da história de tal forma que o homem faz história mas esta também não lhe é transparente” (ORLANDI, 2013, p. 19).

Ao traçar um itinerário cronológico das pesquisas de Pêcheux, Maldidier (2003) menciona as contribuições da obra de Althusser, intitulada *Ideologia e aparelhos ideológicos de Estado*, as quais foram decisivas para a pesquisa pecheutiana. Segundo a autora, o estudo

[...] trazia instrumentos intelectuais a todos os que trabalhavam sobre as práticas sociais: de um lado, os aparelhos ideológicos, observados na ótica da reprodução das condições de produção pela classe dominante burguesa, permitiam pensar a materialidade das ideologias tomadas no próprio funcionamento das instituições; de outro lado, Althusser, pelo viés de sua teoria da ‘interpelação’, propunha uma nova categoria: a de sujeito da ideologia. (MALDIDIER, 2003, p. 32-33)

A teoria da “interpelação” e a noção de “sujeito da ideologia” emergem do incômodo de Althusser ao perceber que a teoria marxista estava sendo lida sob as lentes da “filosofia da liberdade pequeno-burguesa” (ALTHUSSER, 1978, p. 24). Para refutar a concepção do existencialismo, isto é, a ideia do sujeito que é soberano e fonte de sentido, Althusser se baseia na noção de materialismo histórico oriunda de Marx, mas a partir de uma revisão daquilo que se apresentava como história na visão tradicional. Esse deslocamento consistia em fazer desaparecer a questão do “sujeito” da história (refutando a tese “é o homem que faz a história”), isto é, considerá-la como “um imenso sistema ‘natural-humano’ em movimento, cujo motor é a luta de classes<sup>11</sup>” (ALTHUSSER, 1978, p. 28).

Althusser problematizava a relação entre marxismo e humanismo, propondo o anti-humanismo teórico – concepção considerada por alguns críticos<sup>12</sup> como marxismo místico –, asseverando que o humanismo tinha raízes na ideologia jurdicista da epistemologia burguesa. Ao considerar a história como “um processo; e um processo sem sujeito” (ALTHUSSER,

<sup>11</sup> Pensamento citado posteriormente por Pêcheux em *Semântica e Discurso*, 2014, p. 138

<sup>12</sup> Em *Resposta a John Lewis*, Althusser apresenta uma réplica às críticas recebidas.

1978, p. 28), a ideologia passa a ser concebida como o sujeito da história, depreendendo disso a tese “a ideologia interpela indivíduos em sujeitos”.

Ao considerar que não era o homem que fazia a história, mas as massas, Althusser coloca em “primeiro plano a luta de classes” (ibidem, p. 26). E, segundo o filósofo,

A luta de classes não é o efeito derivado da existência das classes, que existiriam *antes* (de direito e de fato) de sua luta: a luta de classes é a forma histórica da *contradição* (interna a um modo de produção) que *divide* as classes em classes. (ALTHUSSER, 1978, p. 27)

Dito de outra forma, não é porque existem as classes que, como consequência, há luta entre elas, mas é a própria luta de classes – “forma histórica da contradição” – que faz essa divisão. Ressalta-se que a noção de contradição aqui abordada não é dicotômica, isto é, não é pensada como duas forças em oposição em um mesmo espaço, uma contra a outra, mas acontece numa relação de forças que se dá de maneira assimétrica no interdiscurso, o “todo complexo com dominante” (PÊCHEUX, 2014a, p. 149).

Corroborando com essa perspectiva de que o real da história é a contradição, Pêcheux faz uso da expressão “condições ideológicas da reprodução/transformação das relações de produção” na tentativa de “esclarecer os fundamentos de uma teoria materialista do discurso” (PÊCHEUX, 2014a, p.129). Ao utilizar o termo “reprodução/transformação”, o filósofo ressalta “o caráter intrinsecamente contraditório de *todo modo de produção que se baseia numa divisão em classes*” (PÊCHEUX, 2014a, p.130), explicando que a reprodução e a transformação não são forças opostas, mas que a luta de classes atravessa o modo de produção. Ressalta ainda que, na área da ideologia, as lutas de classe passam pelo que Althusser (1974) denominou de Aparelhos Ideológicos de Estado (AIE), sendo estes o lugar de reprodução e, contraditoriamente, de transformação das relações de produção.

A perspectiva pecheutiana a respeito dos modos de produção depreendeu-se da problemática levantada por ele em um trabalho anterior (assinado com o pseudônimo Thomas Herbert) sobre a necessidade de se pensar em uma teoria geral das ideologias, pois, “se toda ciência é ciência de uma ideologia, a ‘ciência das ideologias’ não pode escapar a essa lei” (HERBERT, 1995, p.67). Isso porque, para Pêcheux, a noção de ideologia não se restringia a uma “interpretação economicista dos mecanismos ideológicos”, pois “a simplificação de uma posição econômico-determinista não permitiria compreender as contradições no sistema” (DRESCH, 2003, s.p). Enquanto a ideologia era percebida como Ideologia, isto é, como reprodução dos modos de produção, Pêcheux afirmava que “não há dominação sem

resistência” (PÊCHEUX, 2014a, p. 281). A partir disto, nota-se que o deslocamento da noção de ideologia se dá pelo fato de Pêcheux considerar uma concepção de ideologia capaz de sofrer lapsos, isto é, há um aspecto de falha que pode existir “no ritual da interpelação ideológica” (MARIANI, 1998, p. 25).

Tal percepção possibilitou compreender que, ao ritual da interpelação ideológica, associa-se a noção de sujeito clivado, a qual foi possível pelas contribuições da Psicanálise com a descoberta do inconsciente. Logo, o processo de interpelação não se restringia à ideologia (um sujeito totalmente assujeitado), mas também era atravessado pelo inconsciente. Desse modo, a tese althusseriana acrescida da noção do inconsciente sugere que esse processo de interpelação é suscetível à ruptura; se o sujeito não é uno, mas constituído por atos falhos, então há possibilidade de resistência<sup>13</sup> nesse ritual.

Sobre essa questão de sujeito cindido, Pêcheux (1997; 2014) explica que há dois tipos de esquecimentos que afetam o sujeito. No esquecimento nº 1, o sujeito esquece esse processo de interpelação, isto é, que todo indivíduo é “sempre-já-sujeito” (PÊCHEUX, 2014a), apontando para a evidência do sujeito, para a ilusão constitutiva do efeito sujeito, para o sonho adâmico (MALDIDIER 2003; ORLANDI, 2013). Já o esquecimento nº 2 corresponde aos processos de enunciação do sujeito, se caracterizando como um funcionamento do tipo pré-consciente/consciente (PÊCHEUX, 1997). Nas palavras de Maldidier (2003, p. 42), este esquecimento configura-se como sendo “a zona em que o sujeito enunciador se move, em que ele constitui seu enunciado, colocando as fronteiras entre o ‘dito’ e o rejeitado, o ‘não-dito’”.

Se a ideologia “não funciona como um sistema fechado, mas cheio de furos” (PÊCHEUX apud MALDIDIER, 2003), e o sujeito é atravessado pelo inconsciente, sendo suscetível a lapsos, logo, a língua, por ser um constructo social, também é constituída por esse caráter falho. Assim, o deslocamento crítico do campo da linguística deu-se pela percepção da não transparência da língua, isto é, o sentido para a AD não está na ordem da língua, nem é

---

<sup>13</sup> Pêcheux (2014, p. 301), ao escrever sua retificação acerca de questões sobre as bases epistemológicas da AD, se refere ao ato falho e ao lapso como falhas no ritual, descrevendo a resistência como “formas de aparição fugidias de alguma coisa ‘de uma outra ordem’, vitórias ínfimas que, no tempo de um relâmpago, colocam em xeque a ideologia dominante tirando partido de seu desequilíbrio”. Mariani (1998, p. 26) descreve a resistência, em termos discursivos, como sendo “a possibilidade de, ao se dizer outras palavras no lugar daquelas prováveis ou previsíveis, deslocar sentidos já esperados”. Importa anexar nesta nota de rodapé parte da nota de rodapé acrescida pelo próprio Pêcheux, para exemplificar a resistência. Para elucidar a impossibilidade do assujeitamento perfeito, no interior do processo de trabalho imposto pelo modo de produção capitalista, o filósofo francês cita parte da narrativa de um militante, o qual, ao falar sobre o trabalho em série, declara “E se a gente se dissesse que nada tem muita importância, que basta se habituar a fazer os mesmos gestos de uma forma sempre idêntica, aspirando somente à perfeição plácida da máquina? Tentação da morte. Mas a vida se revolta e resiste. [...] Esse desajeito, esse deslocamento supérfluo, essa aceleração súbita, essa solda fracassada, essa mão que retoma a vida que se liga. Tudo o que, em cada um dos homens da cadeia, urra silenciosamente: eu não sou uma máquina!” (PÊCHEUX, 2014a, p. 307)

projeto do autor. Uma vez que o discurso é a relação que se estabelece entre a língua e a ideologia, e, conforme Orlandi (2001), não há discurso sem sujeito e não há sujeito sem ideologia, é possível compreender que os sujeitos, porque são clivados, e se constituem como tal por diferentes processos de interpelação ideológica, atribuem sentidos ao mesmo referente de modo distinto ou ainda, podem atribuir sentidos de modo semelhante a referentes diferentes. O que determina essa relação é o lugar discursivo em que o sujeito se inscreve.

A articulação entre cada região de conhecimento não permite que se reduza a AD, enquanto domínio de saber, na fórmula<sup>14</sup> *Marxismo + Psicanálise + Linguística = Discurso*, dada à complexidade dessa relação, fato mencionado por Pêcheux quando a denominou como Tríplice Aliança que gerou “um verdadeiro bate-boca teórico e político” (PÊCHEUX, 2014a, p. 269). Apesar dos constantes questionamentos acerca dessa articulação e do deslocamento de algumas noções de cada região de conhecimento supracitado, preserva-se o quadro epistemológico que situa o campo teórico da AD. Para Pêcheux e Fuchs (1997, p. 163-164), essa disciplina articula o Materialismo Histórico (a teoria das ideologias, isto é, das formações sociais e de suas transformações), a Linguística (mecanismos sintáticos e processos de enunciação) e a teoria do discurso (como teoria da determinação histórica dos processos semânticos), todas elas atravessadas e articuladas por uma teoria da subjetividade de natureza psicanalítica. A partir desses pressupostos, vislumbra-se a relação problemática das ciências sociais com o político, uma vez que estas supõem a transparência da linguagem, enquanto que, para a AD, tanto a linguagem quanto o sujeito são opacos, fato que determina os sentidos produzidos.

A construção “*Ora, que a Análise de Discurso é uma teoria crítica da linguagem todo mundo sabe*”, para esse movimento teórico inicial, permite mobilizar noções sobre ideologia, sujeito e linguagem, pois funciona como exemplo do processo de materialização de uma determinada ideologia interpelando o indivíduo em sujeito, apontando para o sujeito cindido, que, por ser afetado pelo esquecimento nº1 e nº 2, pode produzir tal afirmação na ilusão de que os sentidos desses dizeres são evidentes e definidos.

---

<sup>14</sup> A expressão “fórmula” faz uma referência lúdica à primeira fase da AD, conhecida como Análise Automática do Discurso, em que predominava uma lógica de domínio quantitativo, derivada dos estudos a respeito da língua que predominavam da época (HENRY, 1997). Posteriormente, Pêcheux reconheceu as limitações dessa perspectiva mais objetiva, observando que “os efeitos de sentido que constituem o conteúdo do texto são negligenciados” (PÊCHEUX, 1997, p. 64). O objetivo dessa escolha, então, é mostrar ao leitor que a Análise de Discurso francesa assemelha-se a uma areia movediça, é um lugar teórico de constantes reformulações e reterritorialização, por estar no entremeio das ciências humanas e sociais (MARIANI, 1998), não se restringindo a conceitos estanques.

## 1.2 FORMAÇÕES DISCURSIVAS E SENTIDO: EFEITOS DE EVIDÊNCIA EM COMBATE

Das rupturas com os campos das ciências humanas e sociais, a que diz respeito à noção de sujeito é a que permite maiores desdobramentos, por derivar-se dela outras noções da AD (como as que compõem essa seção), além de reiterar os demais deslocamentos propostos pela escola francesa (relação sujeito-história e relação sujeito-língua).

A descoberta do inconsciente pela psicanálise foi um dos motivos que enfraqueceu a maneira positivista-estruturalista de se pensar (produção do conhecimento), uma vez que o homem não é mais o centro – o ponto de partida – para a explicação das coisas. Conforme Henry (1997), o hábito de fazer da natureza humana um princípio explicativo

[...] foi herdado da teologia cristã (a qual colocava Deus atrás da natureza ou do espírito humano – assim como atrás de cada coisa, mas em uma posição privilegiada, de eleição – como princípio explicativo último de tudo que é concernente ao homem) e da filosofia clássica, que elaborou sobre esta base sua concepção do sujeito *humano* (sob diversas denominações como, por exemplo, a *Razão*) (HENRY, 1997, p. 27-28).

Esse deslocamento de sujeito centrado para sujeito cindido, devido ao fato de ele ser atravessado pelo inconsciente, pode ser associado ao que Althusser já criticava sobre a “liberdade pequeno-burguesa”, quando refutou a tese de John Lewis de que é o homem que faz a história (ALTHUSSER, 1978). Dito de outro modo, a descoberta de que o homem não é autônomo (desmantelando a ilusão do sujeito adâmico) reitera a crítica de Althusser em relação a essa produção de conhecimento sustentada pela ideia de transcendência e liberdade do homem.

Possenti, ao se referir aos postulados de Althusser de que o sujeito não é livre, nem constituinte, explica que “não há Sujeito, há sujeitos; não há sujeitos da história, há sujeitos na história” (2007, p. 387). A implicação disso é a existência de um sujeito que fala e é falado (sujeito da/na língua e sujeito do/no discurso), determinando aquilo que diz, mas, ao mesmo tempo, determinado pela exterioridade (sujeito *de* e sujeito *a*) (ORLANDI, 2001; POSSENTI, 2007). Nas palavras de Pêcheux, “o teatro da consciência [...] é observado dos bastidores” (PÊCHEUX, 2014a, p. 140).

Esse sujeito cindido, que acredita ser origem de seu dizer e atribui um sentido único e evidente aos seus enunciados, está, inevitavelmente, reproduzindo um discurso de uma determinada formação discursiva. Pêcheux assevera sobre essa questão, quando explica:

[...] o *sentido* de uma palavra, de uma expressão, de uma proposição, etc., não existe “em si mesmo” [...] *as palavras, expressões, proposições, etc., mudam de sentido segundo as posições sustentadas por aqueles que as empregam*, o que quer dizer que elas adquirem seu sentido em referência a essas posições, isto é, em referência às *formações ideológicas* [...] Chamaremos, então, *formação discursiva* aquilo que, numa formação ideológica dada, isto é, a partir de uma posição dada numa conjuntura dada, determinada pelo estado da luta de classes, determina *o que pode e deve ser dito* [...]. (PÊCHEUX, 2014a, p. 146 - 147)

Depreende-se dessa afirmação a concepção de que o sentido é da ordem das formações discursivas, porque elas materializam as formações ideológicas, as quais são da ordem da história. É válido ressaltar que a noção de história concebida pela AD não se restringe à cronologia, mas está atrelada a processos simbólicos, os quais são materializados pela linguagem, constroem sentidos e apontam para relação de forças – a historicidade.

Afirmar que o sentido é da ordem das formações discursivas (doravante FD) requer algumas considerações acerca de como essa concepção foi sendo delineada ao longo das pesquisas no campo da AD. Em um primeiro momento, as formações discursivas foram compreendidas como homogêneas, e a produção do sentido iniciava a partir “das *relações de parafraseagem* que as diferentes expressões, palavras e enunciados mantêm [mantinham] entre si no interior de uma *matriz de sentido* que se organiza[va] no âmbito de uma *Formação Discursiva*” (INDURSKY, 2011, p. 68).

Pêcheux (2014), ao considerar que o sentido se constitui em cada FD, explica que até mesmo palavras literalmente diferentes podem ter o mesmo sentido em uma mesma FD. Essa possibilidade de várias formas de um mesmo dizer permite uma série de substituições, paráfrases, sinónímias, as quais funcionam para um mesmo direcionamento ideológico, isto é, compõem a matriz de sentido de uma determinada FD. Como “a matriz de sentidos se institui através do processo de repetibilidade, ela também coloca os limites dessa repetição, pois a matriz de sentido estabelece o que pode e deve ser dito no interior de uma FD” (INDURSKY, 2011, p. 68).

No entanto, Pêcheux (1997) já alertava sobre o fato de a língua não ser artificial e, por essa razão, não haver língua sem deslize. Tal condição possibilitou, em um momento posterior, a percepção de que a repetição pode levar ao deslize, à ressignificação, quebrando o regime de regularização dos sentidos, o que permitiu que se vislumbrasse o caráter heterogêneo das formações discursivas:

Já não é mais suficiente pretender encontrar o sentido comportadamente circunscrito ao interior de uma matriz de sentido. Faz-se necessário perceber que os sentidos, pelo trabalho que se instaura sobre a Forma-Sujeito<sup>15</sup>, podem atravessar as fronteiras da FD onde se encontram, e deslizarem para outra FD, inscrevendo-se, por conseguinte, em outra matriz de sentido. [...] Percebe-se, pois, que o fechamento das FDs não é rígido e suas fronteiras são porosas, permitindo migração de saberes (INDURSKY, 2011, p. 71).

Depreende-se desta percepção a noção de paráfrase, que corresponde à estabilidade, “o retorno aos mesmos espaços do dizer” (ORLANDI, 2013, p. 36), e a de efeito metafórico, o qual tem a ver com deslizamento de sentidos, aos “possíveis ‘outros’” (ibidem, p. 79).

O caráter heterogêneo das FDs também pode ser percebido pelo viés da história. A tese “o motor da história é a luta de classes” (ALTHUSSER, 1978; PÊCHEUX, 2014a) aponta para a noção de contradição constitutiva da história. Althusser (1978, p. 27), ao asseverar sobre o fato de a história ser um processo sem sujeito, retoma a tese marxista-leninista para explicar “o primado da contradição sobre os contrários”, fazendo referência à noção de que é a luta de classes que possibilita a divisão em classes. Esta condição aponta para o aspecto heterogêneo das FDs: da mesma forma que não preexistiam classes homogêneas que, uma vez dispostas frente a frente, fez-se desencadear a luta entre elas, assim são com as FDs: há uma contradição constituinte em seu interior, possibilitando deslizes.

Outro fator que explica essa heterogeneidade constitutiva das FDs é que seu funcionamento se dá pela reprodução/transformação oriundas de enunciados realizados pelos sujeitos. No processo de interpelação pela ideologia, o sujeito descentrado pode assumir lugares discursivos diferentes dentro de uma mesma FD. Essa diversidade de posições-sujeito é o que Pêcheux chama de tomadas de posição (PÊCHEUX, 2014a, p. 199), explicando que existem três modalidades de desdobramento desse processo de interpelação: a identificação, a contraidentificação e a desidentificação.

A primeira tomada de posição diz respeito à identificação plena por parte do sujeito do discurso em relação à FD que o afeta (chamada de “bom sujeito”). Corresponde àquele conjunto de formulações que mantém uma relação de repetibilidade e, por estarem inscritos

---

<sup>15</sup> A noção de “forma-sujeito” foi proposta primeiramente por Althusser, em “Resposta a John Lewis”, para explicar sobre a forma de existência histórica dos indivíduos, os quais só podem ser sujeitos, isto é, agente de uma determinada prática, se se revestirem na “forma de sujeito”. É possível depreender dessa noção a tese “o indivíduo é interpelado em sujeito pela ideologia”. Importa esclarecer que a forma-sujeito aponta para o sujeito universal (Sujeito), que corresponde ao “sujeito de direito”, exemplificado por Pêcheux pela estrutura que se estabelece no futuro do subjuntivo “aquele que causar um dano...” juntamente com a norma identificadora, e para o sujeito de um discurso (sujeito), isto é, o sujeito que, por se identificar com o Sujeito (a FD que o constitui) (re)produz o discurso filiado a essa FD.

na mesma família parafrástica e pertencerem à mesma matriz de sentidos, produzem os mesmos efeitos de sentido.

A segunda caracteriza-se por ser o sujeito que se identifica com restrições aos saberes da FD da qual faz parte (chamado de “mau sujeito”), ou seja, diz respeito ao movimento de contraidentificação em relação a esses saberes, mas sem apagá-los. Conforme Indursky (2011, p. 80), “o sentido do enunciado fundador necessita soar ali, apesar de ausente, para que seu deslocamento seja entendido”. Nesta tomada de posição, há certo distanciamento em relação aos sentidos pré-construídos, possibilitando a instauração de novos sentidos. Esta condição corresponde ao efeito metafórico, o qual “se institui entre os saberes enunciados a partir de diferentes posições-sujeito inscritas na mesma FD” (ibidem, p. 80).

E a terceira tomada de posição tem a ver com o sujeito cujo discurso se distancia totalmente da forma-sujeito da FD com a qual estabelece relação. Há uma ruptura por parte do sujeito (de seu discurso) em relação ao discurso desta FD, indicando sua identificação com a forma-sujeito de outra FD, a qual estabelece com a primeira uma relação bastante tensa. O deslizamento não permite considerar que há uma regularização dos sentidos, pois há uma ressignificação do sentido da FD em questão, indicando a não inscrição do sujeito nesta FD. Vale destacar que “tanto em casos de contraidentificação quanto em casos de desidentificação, a relação dentro da rede de memória ou entre redes de memória se faz indispensável” (INDURSKY, 2011, p. 83).

Desse modo, a existência de várias posições-sujeito em uma determinada FD possibilita certa multiplicidade de formulações, a qual pode manter o mesmo dizer sedimentado e também pode produzir novos sentidos. E, quando os sentidos lhe escapam, ocorre uma ruptura, uma desidentificação. Esse movimento discursivo que se dá no interior das FDs, por meio da relação que o sujeito faz entre a língua e a ideologia, indica como a língua significa para (e a partir) (de) esse sujeito. É por essa razão que o sentido, para a AD, é compreendido como sendo “determinado pelas posições ideológicas que estão em jogo no processo sócio histórico” (PÊCHEUX, 2014a, p. 146).

Assim, o imbricamento do sujeito cindido sendo interpelado por uma ideologia que constitui uma determinada FD, a qual é heterogênea por natureza, possibilita a multiplicidade de sentidos das palavras/enunciados/textos. Nas palavras de Orlandi, “dizemos as mesmas palavras, mas elas podem significar diferente. As palavras remetem a discursos que derivam seus sentidos das formações discursivas, regiões do interdiscurso que, por sua vez, representam no discurso as formações ideológicas” (ORLANDI, 2013, p. 80).

Retoma-se a formulação “*Ora, que a Análise de Discurso é uma teoria crítica da linguagem, todo mundo sabe*” para avançar no procedimento teórico-analítico por meio das noções apresentadas nessa seção. Pela superfície linguística deste exemplo, é possível perceber um sujeito reproduzindo “o que pode e deve ser dito” sobre seu objeto de estudo (Análise de Discurso), cujo enunciado está inserido em uma determinada FD (campo de saber voltado aos estudos do texto e do discurso). O sentido depreendido dessa proposição se apresenta como evidente (“*todo mundo sabe*”), apontando para a afirmação “é a ideologia que fornece as evidências pelas quais ‘todo mundo sabe’” (PÊCHEUX, 2014a, p. 146).

### 1.3 CONDIÇÕES DE PRODUÇÃO, MEMÓRIA DISCURSIVA E INTERDISCURSO: O CENÁRIO DE UM CAMPO DE BATALHA

Além da concepção de discurso como relação entre língua e ideologia, de sentido por meio da identificação do sujeito com a forma-sujeito de cada FD, o qual é passível de deslize, e da determinação da historicidade nessas práticas de reprodução/transformação que acontecem nas formações sociais, há ainda três noções discursivas que compõem o terreno epistemológico da AD: as condições de produção, a memória discursiva e o interdiscurso.

Nas palavras de Orlandi (2013), as condições de produção correspondem aos sujeitos, à situação e à memória, podendo ser compreendidas em sentido estrito (contexto imediato, circunstâncias da enunciação) e em sentido amplo (contexto sócio-histórico ideológico). Diante dessas definições, retoma-se o exemplo norteador para apresentação das principais noções da AD: ao iniciar o texto com a proposição “*Ora, que a Análise de Discurso é uma teoria crítica da linguagem todo mundo sabe*”, pressupõe-se que os leitores desta dissertação possuem conhecimento prévio acerca da análise de discurso. Conhecimento muito maior e aprofundado, se comparado ao da autora deste texto, levando em consideração que os primeiros a terem contato correspondem à banca de qualificação. O contexto imediato, então, seria a necessidade da construção de um capítulo teórico para constituir uma pesquisa de mestrado, da área de Linguística, com duração de 24 meses, em média, financiada pela Capes. Essas circunstâncias são constituintes dos enunciados aqui apresentados (e daqueles que estão por vir). Conforme apontou Pêcheux, as condições de produção são instituídas também pelos protagonistas do discurso. Isso aponta para o que o filósofo denominou de Formações Imaginárias:

[...] o que funciona nos processos discursivos é uma série de formações imaginárias que designam o lugar que A e B se atribuem cada um a *si* e ao *outro*, a imagem que eles fazem de seu próprio lugar e do lugar do outro. Se assim ocorre, existem nos mecanismos de qualquer formação social regras de projeção, que estabelecem as relações entre as situações (obviamente definíveis) e as posições (representações dessas situações) (PÊCHEUX, 1997, p. 82).

Dito de outra forma, “esse ‘dizer para alguém’ é uma prática social que funciona pelo imaginário: é o jogo de imagens constituído em torno dos lugares de onde se fala que precisa ser observado no processo histórico da produção de enunciados e de sentidos”. (MARIANI, 1998, p. 31).

Aplicando tal noção para este “caso exemplar”, por meio desse jogo de imagens entre discente e docentes, numa conjuntura dada, a proposição “*Ora, que a Análise de Discurso é uma teoria crítica da linguagem todo mundo sabe,*” corresponde a um enunciado possível, formulação que emergiu do interior do conjunto de discursos possíveis, a partir de um estado definido das condições de produção: o reconhecimento, por parte da autora, de apresentar para uma banca de qualificação (e, caso a incumbência logre êxito<sup>16</sup>, futura banca de defesa) as noções que tecem a espinha dorsal de uma disciplina que tem a desestabilização como impulso ontológico (nosso motor<sup>17</sup>).

Às condições de produção, associa-se a noção de “exterioridade-anterioridade”, isto é, o pré-construído, o qual “corresponde ao ‘sempre-já-aí’ da interpelação ideológica que fornece-impõe a ‘realidade’ e seu ‘sentido’ sob a forma da universalidade (o ‘mundo das coisas’)” (PÊCHEUX, 2014a, p. 151). Compreende-se por essa afirmação que tanto as condições de produção quanto o pré-construído estão intimamente ligados à construção dos sentidos, uma vez que apontam para o lugar do qual o sujeito enuncia (e a constituição do sujeito está imbricada à constituição do sentido) e para as implicações “já dadas” desse lugar.

Se os sentidos postos em funcionamento são determinados também pelas condições de produção e pelo pré-construído, para se pensar na relação que se estabelece entre essa exterioridade-anterioridade – algo fala antes, em outro lugar, independentemente (PÊCHEUX, 2014a, p.148) – e a formulação, é preciso considerar a noção de interdiscurso e de memória discursiva.

---

<sup>16</sup> Sim, logrou êxito!

<sup>17</sup> A análise de discurso de linha francesa com filiação pecheutiana tem sua origem ligada ao político. A partir disso, se Althusser (precursor) e Pêcheux (fundador) consideram que o motor da história é a luta de classes, a AD, por situar-se no entremeio das ciências sociais humanas, tem como motor a “des-organização”, o “des-controle”, a “di-fusão, a “con-fusão” (Orlandi 2008), pelo fato de seu desenvolvimento ser marcado por múltiplas rupturas (POSSENTI, 2007).

Pêcheux elucidada que o interdiscurso corresponde ao “‘todo complexo com dominante’ das formações discursivas”, acrescentando que ele “é submetido à lei de desigualdade-contradição-subordinação”, a qual caracteriza “o complexo das formações ideológicas” (PÊCHEUX, 2014a, p. 149). Esse todo complexo em suas relações de força não pode ser recuperado por um enunciado ou texto, mas apenas o que uma determinada FD permite que se retome<sup>18</sup>. Esta condição permite interpretar o interdiscurso como uma noção mais ampla e inapreensível, se comparada a de memória discursiva, e esta, por sua vez, como uma parte que se recupera daquele.

O interdiscurso mobilizado por um enunciado ou texto funciona como memória discursiva quando “face a um texto que surge como acontecimento a ler, vem restabelecer [...] os pré-construídos, elementos citados e relatados, discursos-transversos [...] de que sua leitura necessita: a condição do legível em relação ao próprio legível” (PÊCHEUX, 1999, p. 52). Ainda sobre a distinção entre interdiscurso e memória discursiva, Indursky, ao realizar uma reflexão sobre a noção de memória na AD, destaca que

A memória discursiva é regionalizada, circunscrita ao que pode ser dito em uma FD e, por essa razão, é *esburacada, lacunar*. Já o *interdiscurso* abarca a *memória discursiva referente ao complexo de todas as FD*. Ou seja, a memória que o interdiscurso compreende é uma memória ampla, totalizante e, por conseguinte, saturada (INDURSKY, 2011, p. 87-88).

Logo, é por meio do interdiscurso – que corresponde, segundo Courtine (2009), ao eixo da constituição – que se dá a formulação, denominado pelo estudioso de intradiscurso. Sobre essa questão, Pêcheux explica que

[...] o *interdiscurso enquanto discurso-transverso* atravessa e põe em conexão entre si os elementos discursivos constituídos pelo *interdiscurso enquanto pré-construído*, que fornece, por assim dizer, a matéria-prima na qual o sujeito se constitui como ‘sujeito falante’, com a formação discursiva que o assujeita. [...] a forma-sujeito (pela qual o ‘sujeito do discurso’ se identifica com a formação discursiva que o constitui) tende a absorver-esquecer o interdiscurso no intradiscurso, isto é, *ela simula o interdiscurso no intradiscurso*, de modo que o interdiscurso *aparece* como o puro ‘já-dito’do intra-discurso, no qual ele se articula por ‘co-referência” (PÊCHEUX, 2014a, p. 154).

Depreende-se disso o fato de que, da mesma forma em que o sujeito é afetado pelo esquecimento (consciente e inconsciente), há também um esquecimento histórico: a história

---

<sup>18</sup> Apesar de Pêcheux, a partir dessas elucidaciones, deixar a entender que há distinção entre interdiscurso e memória discursiva, Orlandi não delimita fronteiras entre essas noções, considerando-as como sinônimos.

(historicidade) é perpassada por uma relação entre o dito e o não-dito, determinando este mesmo processo à memória discursiva, a qual é constituída, além dos dizeres já enunciados, pelo não dizer, pelo apagamento, por uma relação entre memória e esquecimento. O não-dizer está relacionado à história e à ideologia. O sentido, então, também é constituído pelo silêncio.

A partir da concepção de que o silêncio é uma condição para significar, Orlandi (2007) traça distinções sobre as formas como ele se apresenta. Inicialmente, considera o silêncio fundador, descrevendo-o como sendo “aquele que existe nas palavras, que significa o não-dito, e que dá espaço de recuo significante, produzindo as condições para significar” (ORLANDI, 2007, p. 24). Há também a política do silêncio, que, segundo a autora, “se define pelo fato de que ao dizer algo apagamos necessariamente outros sentidos possíveis, mas indesejáveis, em uma situação discursiva dada” (ORLANDI, 2007, p. 73).

A política do silêncio subdivide-se em silêncio constitutivo e o silêncio local. O primeiro diz respeito à condição de que “para dizer é preciso não-dizer” (ibidem, p. 24) ou “se diz ‘x’ para não (deixar) dizer ‘y’ (ibidem, p. 73), indicando o não-dito necessariamente excluído. O silêncio constitutivo tem a ver com os limites das FDs porque ele determina os limites do dizer. Por exemplo, para dizer “ocupação”, é preciso não dizer “invasão”.

Já o silêncio local corresponde à interdição do dizer, sendo a censura um exemplo deste tipo de política de silêncio. A censura pode ser compreendida como “a interdição da inscrição do sujeito em formações discursivas determinadas” (ORLANDI, 2007, p. 76), e está voltada ao âmbito da circulação. Trata-se da relação do sujeito com o que pode ser dito (o dizível), mas por algum motivo decorrente do jogo de relações de força na sociedade em uma dada conjuntura não pode/não deve ser dito: “não se pode dizer aquilo que (se poderia dizer mas) foi proibido” (ORLANDI, 2007, p. 105). Ou, como em outro momento afirmou Orlandi, “quando se diz ‘x’, o não-dito ‘y’ permanece como uma relação de sentido que informa o dizer de ‘x’”. (ORLANDI, 2013, p.82).

Fazendo um paralelo com o caso exemplar deste capítulo, a expressão “*a análise de discurso é uma teoria crítica da linguagem*” pressupõe a existência de enunciados de FDs outras, que também são pertencentes ao domínio de saber da Linguística, mas que possuem como dominante no todo complexo uma forma-sujeito ligada ao logicismo ou ao sociologismo.<sup>19</sup>

---

<sup>19</sup> Em “A língua inatingível”, Pêcheux e Gadet problematizam a noção de língua como unívoca ou subjetiva (ismo) propostas pelo logicismo e sociologismo, respectivamente

Dessa relação entre sentido e silêncio, é possível mergulhar ainda mais, a fim de se perscrutar o oceano epistemológico da AD<sup>20</sup>: dela emerge (em termos teóricos) e submerge (em termos de funcionamento ideológico) a noção de silenciamento. Este não corresponde ao fôlego da significação, nem a relação de enunciados que podem ser ditos, regidos por uma determinada FD, mas à política do silêncio, à noção de pôr em silêncio.

Essas noções permitem avançar na compreensão do funcionamento dos processos discursivos. Foi visto que os sentidos não estão presos nas palavras (numa relação meramente representacional), mas são determinados pelos sujeitos, que, por serem atravessados pelo inconsciente, são “sujeitos” ao equívoco. Os sentidos também são determinados pelas FDs, as quais determinam a maneira de significar uma palavra, expressão, proposição, o que aponta para as formações ideológicas, que são da ordem da história (historicidade). O real existe independentemente do sujeito, mas lhe é inapreensível enquanto tal. Como ser simbólico condenado a interpretar, o homem representa, no jogo imaginário, esse real, a partir de sua constituição como sujeito de linguagem, que se dá sempre de um lugar sócio-histórico e ideológico. O interdiscurso é tecido constantemente pela relação entre memória e esquecimento, os quais são constituídos pelos processos simbólicos, que, por sua vez, perpassam o imaginário social. Esse processo se materializa por meio de práticas linguísticas, que se repetem, (re)produzindo e transformando sentidos.

Para exemplificar o funcionamento de um processo discursivo (discursividade), segue o excerto:

Excerto A: “Porque fracassou na condução da economia, inflação alta, crescimento baixo, fracassou na melhoria dos nossos indicadores sociais e nós estamos aí com essas denúncias de corrupção que assustam e trazem indignação a todos os brasileiros [...] Não pode ser esse vale-tudo em que a senhora transformou a campanha eleitoral. [...] Sabe qual a palavra, candidata, que eu mais tenho ouvido? É libertação” (Aécio Neves em HGPE/TV, exibido em 16/10/14).

Como um breve exercício analítico, toma-se como procedimento metodológico a noção de paráfrase e efeito metafórico (PÊCHEUX, 2014a) para a realização de um gesto interpretativo<sup>21</sup> do excerto A. O fragmento “*Porque fracassou na condução da economia, inflação alta, crescimento baixo, fracassou na melhoria dos nossos indicadores sociais*” possibilita construir uma família parafrástica em que constam enunciados como “o governo

<sup>20</sup> Paul Henry faz uma comparação das práticas linguísticas como sendo apenas a ponta do iceberg.

<sup>21</sup>Orlandi (2003) considera tanto a paráfrase como a metáfora como suportes analíticos de base, isto é, que se explicitam enquanto procedimentos de análise.

fracassou na economia e no desenvolvimento social”, “a gestão atual não possui competência, pois os resultados foram insatisfatórios”; ambos direcionam para uma tese: motivos pelos quais se deve mudar de governo.

Na sequência, tem-se “*nós estamos aí com essas denúncias de corrupção que assustam e trazem indignação a todos os brasileiros*”. Paráfrases possíveis a partir desse enunciado seria “o governo é corrupto”, “os brasileiros não podem confiar no governo”, “os brasileiros estão sendo injustiçados por um governo corrupto”, “um governo que é corrupto não pode ser bom”. Esses enunciados convergem para uma mesma tese: o atual governo não é digno de crédito

Pelo fragmento “*Não pode ser esse vale-tudo em que a senhora transformou a campanha eleitoral*”, é possível fazer paráfrases como “em uma campanha eleitoral existem regras”, “a campanha eleitoral precisa se estabelecer na ordem”, possibilitando o direcionamento para a tese “o candidato oponente não obedece às regras”.

Finalmente, o fragmento “*Sabe qual a palavra, candidata, que eu mais tenho ouvido? É libertação*” possibilita dizer “o governo atual aprisiona” “os brasileiros se sentem oprimidos”, “os cidadãos estão coagidos”.

A composição desses enunciados (tanto os que foram efetivamente formulados e circulados como os possíveis, por meio do jogo parafrástico) aponta para um discurso cujo efeito de sentido pode ser: o atual governo não possui credibilidade – pois é corrupto e não obedece às leis – nem deve continuar – pois os cidadãos não reconhecem como representante quem os assusta e causa indignação – sendo necessária uma intervenção imediata por meio da mudança.

O discurso depreendido do Excerto A parece funcionar retomando alguns sentidos dos discursos militares a respeito do que era tido como ordem e do que era a esquerda, conforme a FD da ditadura brasileira. A descrição realizada por Indursky (1997), quando faz referência à intervenção das Forças Armadas, ocorrida por meio do Golpe de Estado de 1964, pode servir de base para essa possibilidade de interpretação. Segundo a autora, as Forças Armadas, “pretextando salvar a pátria da corrupção, da desordem, do desmando e do comunismo, elaboraram a doutrina da segurança e do desenvolvimento nacionais” (INDURSKY, 1997, p. 15). Mariani (1998, p. 209), ao retomar os sentidos estabilizados produzidos pela memória discursiva que funciona para discursivizar negativamente os comunistas, explica que

Com o golpe de 64, e principalmente após a edição do AI-5, as denominações *esquerda/esquerdista* e *comunista* vão cedendo espaço, na

prática discursiva jornalística, a ênfase reiterada de algumas formas de designação sempre relacionadas ao comunismo/comunista: *subversivo*, *terrorista*, *inimigo*.

Indursky (2003), ao retomar do pré-construído a formulação “o comunismo é intrinsecamente perverso”, explica que tal enunciado funciona como um efeito de memória, o qual atravessa os tempos e possibilita uma rede de formulações marcada pelo repúdio ao comunismo por parte dos brasileiros. Acrescenta que o termo “comunismo” foi apagado desde a queda do muro de Berlim, mas o sentido estabilizado foi transferido para significar a esquerda política.

Apesar de as condições de produção do enunciado presente no HGPE/TV de AN serem diferentes daquelas que constituíram as formulações analisadas por Mariani (1998) e Indursky (2003), o sentido atribuído ao termo corrupção, desordem, assim como a necessidade de ruptura com a esquerda política, pareceram ser significados no HGPE/TV de Aécio Neves ancorados na memória que estabiliza a negativização da esquerda política. Dito de outra forma, pelo interdiscurso foi possível que o discurso cristão e o militar fosse retomado e ressignificado no discurso de Aécio Neves para atribuir sentidos negativos à Dilma Rousseff e seu partido.

Remetendo ao movimento pendular característico dos gestos interpretativos à luz da AD, retoma-se à formulação inicial “*Ora, que a Análise de Discurso é uma teoria crítica da linguagem todo mundo sabe*” para mobilizar as noções apresentadas até então: a memória discursiva – funcionando pelo denotador expletivo “*ora*” como “algo fala antes, em outro lugar, e independentemente” –, o sujeito interpelado por determinadas formações ideológicas – já que se identifica com a forma-sujeito de uma FD que permita a afirmação “*a Análise de Discurso é uma teoria crítica da linguagem*” – e, sobretudo, o efeito de evidência – que se dá pelo intradiscurso “*todo mundo sabe*”.

## 2 ARENA TEÓRICA DO DISCURSO POLÍTICO

*“Veja que uniforme lindo fizemos pra você!  
E lembre-se sempre que Deus está do lado de quem vai vencer”  
(A canção do senhor da guerra – Legião Urbana)*

### 2.1 CONSIDERAÇÕES INICIAIS SOBRE O CAMPO POLÍTICO

Tema que tem sido objeto de estudo de diversos domínios do saber, o “fenômeno” político configura-se como alvo de constantes discussões e muitas controvérsias. Conforme Charaudeau (2006), a estruturação desse campo se dá de modo complexo, devido aos múltiplos entrecruzamentos que existem entre os mais variados setores de atividade das práticas sociais.

A problemática em tentar delimitar o discurso político – por exemplo “aquele que é produzido no campo da política ou é a política funcionando enquanto discurso?” – de restringi-lo a determinados espaços sociais (o espaço político constituindo o interior do espaço público) ou ainda de compreendê-lo como modelos justapostos que coexistem, não elimina um ponto convergente entre os estudos sobre a questão política: não há ação/decisão no campo político sem a consideração da opinião, que, por sua vez, é determinada pelas mídias, apontando para uma relação em que todos afetam e são afetados pelos outros. Nas palavras de Charaudeau, “a opinião sob a influência das mídias, as mídias sob a influência da política e da opinião, o político sob influência das mídias e da opinião” (2006, p.25).

Outro aspecto do campo político é que o exercício da política se dá por meio de várias atividades de regulamentação social, devido a seu intuito de organizar a vida dos indivíduos em comunidade. Regular as relações de força, legislar, distribuir e repartir tarefas são os modos de regulação, explica Charaudeau. O autor acrescenta que existem setores de ação social que possuem relação estreita: o jurídico, o econômico, o midiático e o político. O primeiro possui o desafio de regulamentar os conflitos sociais, o segundo de regular o mercado, o terceiro de regulamentar a circulação da informação e o quarto de estabelecer regras para governança. Esses setores de ação social, “lugares de organização globalizante das relações de força” (CHARAUDEAU, 2006, p.28), funcionam de modo imbricado: a justiça depende do poder político para a execução das sentenças; o setor econômico também depende do político, como estímulo de consumo ou política de combate à inflação; a interação entre o setor da informação (mídias) e o político acontece de maneira contraditória, pois o primeiro

busca informação de âmbito político, mas, ao mesmo tempo, se distanciam desse setor por buscar credibilidade.

Essas considerações indicam que o espaço público é fragmentado em diferentes espaços que não respondem às mesmas finalidades, e o discurso político é produzido e circula nesse cenário heterogêneo. Assim, tendo em vista a multiplicidade de abordagens para se tratar do discurso político, juntamente com as implicações que esse campo acarreta, nesta pesquisa, o campo político será compreendido pelo entrelaçamento dos estudos de Cazarin (2013), Bourdieu (1998; 2012) Piovezani (2009), Rubim (2000) e Charaudeau (2006). Apesar da perspectiva pragmática deste último, o autor leva em consideração para a interpretação do campo em questão a linguagem fazendo sentido num contexto psicológico e social, o que implica na relação entre linguagem, ação, poder<sup>22</sup> e verdade. Tal posição teórica permite interrogar sobre a natureza e o funcionamento da “palavra política”<sup>23</sup>, pois “ela se inscreve em uma prática social, circula em certo espaço público e tem qualquer coisa que ver com as relações de poder que aí se instauram” (CHARAUDEAU, 2006, p. 16), podendo, então, ser mobilizada e conciliada como dispositivo teórico-analítico com os pressupostos da AD no que se refere ao funcionamento da prática política contemporânea.

## 2.2 PISANDO EM CAMPO MINADO: ACERCA DO DISCURSO POLÍTICO

Antes de traçar as características do discurso político propriamente dito, é necessário trazer algumas considerações a respeito da esfera na qual ele se constitui. Ao tentar delimitar o campo político, Charaudeau traça três pontos que devem ser levados em conta: a ação política, as instâncias e os valores. A ação política consiste em organizar a vida pessoal, tendo

---

<sup>22</sup> A noção de “poder” na Análise de Discurso é muito ampla, sendo necessário marcar a partir de qual posição teórica esta pesquisa se construiu. De modo bem superficial, pode-se dizer que na perspectiva pecheutiana, o poder aproxima-se da concepção de relação de forças assimétrica, enquanto na foucaultiana, o poder se estabelece numa relação entre saber e poder, apontando para uma “microfísica do poder”. Há ainda a concepção de poder pertencente à linha da Análise Crítica do Discurso, na qual a dominação se dá pela relação entre poder e ideologia. Em grosso modo, o que a difere da perspectiva pecheutiana em se tratando dessa relação entre poder e ideologia é a compreensão que se tem a respeito desse último termo (afetando, assim, a noção de poder): na ACD, a ideologia aproxima-se de um mascaramento, enquanto na AD pecheutiana, a ideologia funciona como um efeito de evidência. Apesar desses conflitos epistemológicos, as três linhas concordam que o funcionamento do poder é materializado nas práticas linguísticas, sendo possível afirmar que, para a Análise (Crítica) de(do) Discurso, a disputa pelo poder está intrincada à disputa pelos sentidos.

<sup>23</sup> Em um primeiro momento, Charaudeau opta pelo termo “palavra política” para se referir ao seu objeto de estudo (discurso político), devido à problematização que levanta no início de seu livro sobre essa temática. O autor pontua se o discurso político corresponde ao discurso produzido no campo político, ou se seria um discurso que determina a ação política, ou ainda se seria o oposto, isto é, a ação política como base que determina o discurso implantado.

em vista a obtenção do bem comum. As instâncias políticas correspondem às partes interessadas nessa ação. E por meio dos valores – as ideias que são defendidas no espaço de discussão – é que essa ação é realizada. Para o autor, a interação entre esses aspectos apontam para as relações de força que constituem o campo político e são determinantes para a questão da legitimidade política e do poder.

Coaduna com esse raciocínio as discussões trazidas por Piovezani (2009), quando cita Le Barte, para afirmar que o discurso político é sustentado por um conjunto de crenças que são pressupostas como constituintes de seu funcionamento e que lhe atribuem legitimidade:

O discurso político contribui para legitimar a ordem política, amarrando os fios de uma intriga de quatro tempos, cuja trama pode ser enunciada da seguinte maneira: 1) A realidade social é transparente; 2) A autoridade política é legítima; 3) Ela controla os fenômenos sociais; 4) A soma dos cidadãos constitui uma comunidade (LE BART, 1998 apud PIOVEZANI, p. 132).

No entanto, o entrecruzamento dessas proposições, segundo Le Bart, revela o indizível (o interdito) no discurso político: “eu não sei de nada; não tenho nenhum direito de governar; não posso fazer nada por vocês; vocês são apenas uma soma de indivíduos diferentes” (ibidem, p. 132). A partir dessa afirmação, Piovezani reflete sobre a possibilidade de que o avesso primeiro do discurso político seja a confissão da impotência política devido à complexidade do mundo. Essa problemática reitera o que Charaudeau (2006) afirma sobre o funcionamento da ação política: a instância política age em função do possível, enquanto que a instância cidadã a elegeu para realizar o desejável. A não revelação da impotência política aproxima-se também da comparação que Charaudeau faz sobre o discurso político: “o discurso político é, por excelência, o lugar de um jogo de máscaras” (2006, p.9).

Ainda sobre os elementos que constituem a esfera política, Charaudeau afirma, partindo do pressuposto de que linguagem e ação são constitutivas da troca social, que há uma constante relação de forças entre os sujeitos, pois aquele que fala exerce autoridade sobre o sujeito-alvo. Isso se dá devido à existência de um princípio de alteridade, princípio de influência e princípio de regulação, os quais são fundadores do ato de linguagem. O princípio de alteridade concerne à lógica de que não há consciência de si sem a existência do outro. O princípio de influência diz respeito ao pensamento, ao dizer e à ação de um determinado indivíduo que assim o fez segundo a intenção daquele que pretende trazê-lo para si. E o princípio de regulação refere-se ao gerenciamento da relação que deve ser exercida caso esse outro tenha seu próprio projeto de influência.

É possível mobilizar esse princípio de agir sobre o outro pela linguagem deslocando a noção de sujeito de intenção (que se dá no princípio de influência) para sujeito cindido e, como desdobramento, conciliar os saberes a respeito da heterogeneidade constitutiva das FDs. Esse deslocamento pode ser apreendido da constatação do próprio autor; para ele, linguagem e ação funcionam em uma relação de interdependência não simétrica. Essa característica permite interpretar, à luz da AD, que o imbricamento entre linguagem e ação atravessa a relação entre ação política, instância política, instância cidadã e valores, sendo o princípio de regulação e o princípio de alteridade aproximados da noção de FDs no que se refere à resistência e ao que pode ser dito em uma conjuntura dada, juntamente com a noção do Outro como constitutivo do mesmo, respectivamente<sup>24</sup>. Depreende-se daí também a noção de luta pelo sentido, a qual aponta para as relações de forças constitutivas do discurso político, conforme alerta Orlandi: “os sentidos, para a análise de discurso, erram, no duplo sentido, porque não representam modelarmente e porque se movimentam, circulam. Em uma palavra: desorganizam. E também a desordem é constitutiva da identidade do sujeito e do sentido”. (ORLANDI, 2008, p. 26)

Outra maneira de mobilizar os estudos a respeito do campo político oriundos de outros domínios de saber para uma concepção discursiva pode ser encontrada nas pesquisas de Cazarin. Ao discorrer sobre a AD e sua interface com o político, Cazarin (2013, p. 177) associa o ponto de vista de Arendt (“os homens são iguais, mas diferentes”) com o de Rancière (“a desigualdade só é possível pela igualdade”), deslocando-os para a compreensão de FD e posição-sujeito, no que se refere à noção de divergência e diferença. Enquanto a primeira configura-se como um lugar de constante tensão no interior de um determinado domínio de saber, ficando difícil traçar fronteiras entre as FDs que o constitui, a segunda noção corresponde à diversidade de pontos de vistas que convivem em uma mesma posição-sujeito. Tanto a divergência quanto a diferença apontam para o caráter heterogêneo das FDs, que, neste caso, determina as relações de forças, constitutivas das trocas sociais.

Estendendo a compreensão que se tem por ação política e sua relação com a linguagem, Charaudeau considera que a “concepção ideal” (ratificando a colocação de Le Bart sobre o funcionamento político sustentado pela pressuposição) consistiria em uma ação que visasse organizar a vida social, tendo em vista a obtenção do bem comum. Para isso, seria necessário que se tivesse uma decisão coletiva, supondo “a existência de um espaço de

---

<sup>24</sup> As contribuições dos teóricos de linha pragmática se dão pelo raciocínio do funcionamento em que as relações entre linguagem e ação política se estabelecem. Apesar de alguns termos não serem muito adequados para a AD pecheutiana (como influência, intenção, persuasão, alteridade), por pressuporem lugares teóricos diferentes, não se perderá de vista os fundamentos epistemológicos que norteiam uma análise semântica de base materialista.

discussão onde se elabore esse projeto comum” (CHARAUDEAU, 2006, p.18). Acrescenta que exemplos desse funcionamento de ação política em que há um espaço de discussão são encontrados nas eleições (modo de acesso à representação do poder), na existência de partidos, sindicatos, mídias (objetivos a definir numa organização da ação política), e modalidades de controle, as quais acontecem no interior das diversas instituições e no exterior por movimentos reivindicativos. A partir disso, nota-se que, para ocorrer ação, deve haver espaço de discussão.

Dando sequência a esse raciocínio, Charaudeau explica sobre a concepção de poder político, que resulta do debate de ideias (campo do espaço público), e do fazer político (campo do espaço político), sendo que esses campos se legitimam reciprocamente e “[...] se definem segundo relações de força que exigem processos de regulação, que se desenvolvem segundo um jogo de dominação que lhe é próprio” (CHARAUDEAU, 2006, p. 23). Assim, no debate de ideias, o que está em jogo é a conquista de uma legitimidade por meio da construção de opiniões (luta discursiva). No fazer político, o desafio é o exercício de uma autoridade mediante uma dominação feita de regulamentação e sanção (exercer o poder de agir). Essa concepção permite a Charaudeau considerar o poder político como um jogo de máscaras da ação pelo discurso.

Avançando sobre a relação entre discurso e ação que se dá nas práticas sociais, Charaudeau (2006) traça uma distinção dos lugares em que o discurso político é produzido: a instância política (lugar de governança), a instância cidadã (lugar de opinião) e a instância midiática (lugar de mediação). Ressalta que a instância política é constituída por seu duplo antagonista – a instância adversária, sendo que ambas funcionam de maneira semelhante, isto é, devem propor à instância cidadã um projeto de sociedade ideal, tornarem-se fidedignas e convencê-la da legitimidade da posição que ocupa.

A seção a seguir trata especificamente sobre esta característica contraditória da instância política (a instância adversária como constitutiva).

### 2.3 QUANDO A BANDEIRA BRANCA NÃO PODE FLAMULAR: O ADVERSÁRIO COMO CONSTITUTIVO DA INSTÂNCIA POLÍTICA

*“Não adianta nem tentar me esquecer.  
Durante muito tempo em sua vida eu vou viver.  
Detalhes tão pequenos de nós dois.  
São coisas muito grandes pra esquecer.  
E a toda hora vão estar presentes, você vai ver”.*  
(Detalhes - Roberto Carlos)

“Dançar conforme a música<sup>25</sup>”. Estabilizada na memória para se referir às ações determinadas pela conveniência do momento, essa expressão é muito recorrente ao explicar os acordos e alianças políticas entre partidos e seus respectivos representantes, e também para metaforizar as constantes contradições das falas desses sujeitos, como estas:

O governador de Minas Gerais, Aécio Neves (PSDB), elogiou nesta sexta-feira (6), após reunião com o presidente Luiz Inácio Lula da Silva, uma possível candidatura da ministra da Casa Civil, Dilma Rousseff, à Presidência da República e voltou a defender prévias no PSDB para escolher o candidato tucano a 2010. Segundo o tucano, “se for candidata, a ministra Dilma Rousseff é garantia de uma campanha de altíssimo nível” (Portal de notícias G1, 2009).<sup>26</sup>

Não é verdade, candidata, eleve o nível desse debate. Os brasileiros estão aqui para saber o que nós vamos fazer para o nosso futuro (Aécio Neves, em debate eleitoral inserido em HGPE/TV, 2014).<sup>27</sup>

Esse tipo de contradição – “contradição lógica” –, além de ser recorrente nas falas de sujeitos políticos devido à conveniência do momento (da necessidade de se “fazer política”), também está presente no funcionamento do discurso político eleitoral: a vitória de um

<sup>25</sup> Mônica Zoppi-Fontana cita, como epígrafe de uma das seções de seu livro *Cidadãos Modernos*, o refrão da música “Entre tapas e beijos...”, de Leandro e Leonardo, para aludir à dinâmica conflituosa entre duas FDs opostas (Iluminista/Elitista e Pactista/ Igualitária), que funcionaram no discurso de Raúl Alfonsín durante seu governo (1983 a 1989). A autora explica que a presença permanente dessas FDs, como interdiscurso de seu corpus, permite a irrupção de equívocos (ZOPPI-FONTANA, 1997). Também com essa intenção (correndo o risco de sofrer equívocos, tanto teóricos quanto pelo inconsciente) que o fragmento da música “Detalhes”, de Roberto Carlos, foi inserido: exemplificar que o funcionamento da dupla determinação do discurso político (instância política e instância adversária) possibilita a ruptura do ritual enunciativo.

<sup>26</sup> Disponível em: <<http://g1.globo.com/Noticias/Politica/0,,MUL990713-5601,00-AECIO+NEVES+ELOGIA+POSSIVEL+CANDIDATURA+DE+DILMA+A+PRESIDENCIA.html>> Acesso em 13 dez. 2016

<sup>27</sup> Disponível em <<https://www.youtube.com/watch?v=84-uzAJu2BI>> Acesso em 13 dez. 2016

candidato implica na derrota de seu adversário. Tal contradição permite concluir que é próprio do discurso político eleitoral o ato de desqualificar o adversário.

Entretanto, merece destaque outro tipo de contradição que também compõe os discursos políticos, a qual se difere da noção lógica. Trata-se da contradição dialética, que está na base da teoria materialista do discurso. Conforme citado anteriormente, há na instância política uma característica contraditória: juntamente com ela coexiste a instância adversária, o “seu duplo antagonista” (CHARAUDEAU, 2006, p.55). Essa também se encontra no lugar de governança, mas por estar despojada do poder (e conseqüentemente, na oposição) produz um discurso de crítica ao poder vigente. As implicações desse tipo de contradição serão elucidadas no próximo item.

### **2.3.1 O processo de interincompreensão**

É possível associar à noção de contradição aquilo que Maingueneau (2008a) chama de interincompreensão. Partindo do princípio de que as diferentes tomadas de posição de um sujeito em uma determinada FD apontam para o caráter heterogêneo de toda FD (PÊCHEUX, 1997), Maingueneau explica o processo de interincompreensão que se dá em determinados discursos, decorrido da “própria condição de possibilidade das diversas posições enunciativas.” (MAINGUENEAU, 2008a, p. 99). A sistematização realizada pelo autor corrobora para a compreensão do funcionamento “do que pode e deve ser dito” de uma determinada FD: ao separar por semas positivos (reivindicados) e negativos (rejeitados) e considerar que “o discurso não pode haver-se com o Outro como tal, mas somente como simulacro que dele constrói” (ibidem, p.100), o autor convencionou chamar de “discurso-agente” aquele que está no lugar de tradutor e de “discurso-paciente” aquele que é traduzido, sendo a atividade de tradução exercida em proveito do “discurso-agente”.

Uma vez que o desentendimento é recíproco e fundante em todo e qualquer discurso, independentemente de seu campo (seja o político, o religioso ou quanto ao gênero, por exemplo), a necessidade constante de constituição e preservação de sua identidade no espaço discursivo permite esse processo de “tradução” do Outro. Depreende-se disso o fato de que a noção de interincompreensão está intimamente ligada à concepção que a AD tem quanto ao sentido, como bem explica Indursky (1997). Ao retomar sobre a problemática dessa noção na linguística, cita Frege, Culioli e Maingueneau para refletir sobre questões como sinal, sentido, referência e relação de indicação dos léxicos, e destaca o deslocamento realizado pela AD dos pressupostos estruturalistas da linguística:

Essa concepção do sentido linguístico de Culioli aproxima-se fortemente da concepção de sentido da AD. No entanto, se faz necessário salientar que, em AD, o sentido, além de linguístico, é social e, por conseguinte, o centro organizador do domínio nocional, além de semântico, também é ideológico, selecionando certos efeitos de sentido relacionados a um termo e excluindo outros, de modo que um mesmo termo pode ocorrer em domínios nocionais ideologicamente diferentes, produzindo efeitos de sentido divergentes, instaurando a *interincompreensão*, que consiste em usar a mesma língua, partilhar o mesmo tema, mas não o mesmo sentido (INDURSKY, 1997, p. 26).

A partir dessas considerações a respeito de contradição constitutiva de discursos que se constituem na relação polêmica um com o outro, que os leva a se relacionarem de forma necessária, mas ao mesmo tempo, não poderem se compreender, ou seja, a se traduzirem a partir de suas regras próprias de constituição discursiva, pelo processo que vimos acima como de interincompreensão e considerando também a fluidez dos sentidos dos termos, a depender das coerções de cada FD, é possível mobilizá-las em direção ao objeto de investigação desta pesquisa e constatar que o “simulacro do Outro” tem a ver com a forma como o sujeito-político faz referência ao seu adversário/ discurso adversário.

Um breve exemplo do funcionamento desse processo<sup>28</sup>: o caso de corrupção na Petrobras foi recorrente na campanha eleitoral presidencial de 2014, tanto no HGPE/TV da candidata Dilma Rousseff (HGPE/TV/DR) como no do candidato Aécio Neves (HGPE/TV/AN). No entanto, o sentido atribuído foi diferente, como é mostrado abaixo:

**Dilma Rousseff:** Todos sabem que tenho tolerância zero com a corrupção e deixei isso bem claro ao criar as condições para investigar todo e qualquer delito e mal feito e para levar a julgamento todos os corruptos e os corruptores. Nem sempre antes foi assim no Brasil, muito pelo contrário, aqui se costumava varrer a corrupção para baixo do tapete. O principal envolvido nas denúncias, que hoje faz acusações para diminuir a sua pena, foi demitido da Petrobras por mim e foi preso no meu governo (HGPE/TV/DR – 10/10/14).

**Aécio Neves:** A cada debate, em que nos encontramos, há uma denúncia nova em relação à Petrobras, por exemplo, talvez, o retrato mais visível do descompromisso desse governo com a profissionalização, com resultados e é isso que precisa mudar no Brasil (HGPE/TV/AN – 10/10/14).

---

<sup>28</sup> Sabe-se que, em AD, não se deve reduzir os efeitos de sentido de um determinado termo a partir da análise de apenas um enunciado, pelo fato de eles serem constituídos pelos jogos parafrásticos e efeitos metafóricos de um conjunto de enunciados. O que se objetivou com este exemplo foi demonstrar parte do funcionamento do fenômeno denominado por Maingueneau (2008a) de interincompreensão, no que se refere à tradução do Outro.

Percebe-se que os efeitos de sentido<sup>29</sup> relacionados ao termo Petrobras neste enunciado da campanha de Dilma Rousseff indicaram justiça, imparcialidade quanto à investigação, ao passo que os efeitos de sentido do mesmo termo, mas em enunciado circunscrito na campanha de Aécio Neves, indicaram incompetência e corrupção na gestão de todo o país. Tais enunciados exprimem que “cada um entende os enunciados do Outro na sua própria língua, embora no interior do mesmo idioma” (MAINGUENEAU, 2008a, p. 100).

No enunciado “*Nem sempre antes foi assim no Brasil, muito pelo contrário, aqui se costumava varrer a corrupção para baixo do tapete*” nota-se uma memória discursiva que faz ecoar sentidos como “antes do PT, não se investigavam os casos de corrupção<sup>30</sup>”, ou ainda “o PSDB arquivava os casos de corrupção quando estava no poder”. A partir dessa formulação, o partido de Aécio Neves é significado pela projeção estabelecida por pelo sujeito Dilma Rousseff, isto é, o presidenciável tucano torna-se referente e é falado por um sujeito o qual ocupa um lugar discursivo filiado à FD petista.

O processo de interincompreensão também se estabelece no excerto extraído do HGPE/TV de Aécio Neves: pelo enunciado “*a cada debate, em que nos encontramos, há uma denúncia nova em relação à Petrobras*” a memória discursiva que funciona é aquela que produz como efeito de sentido a relação entre PT e corrupção como algo intrínseco e indissolúvel. Tal enunciado é sustentado por uma rede de formulações que torna possível esse dizer parecer evidente. O imaginário projetado, que se sustenta no pré-construído de que o PT seria um partido inevitavelmente corrupto permite que a representação de Dilma Rousseff e de seu partido seja falada da FD peessedebista, portanto, uma imagem a partir do olhar de seu adversário.

Sendo assim, o processo de desconstrução do adversário funciona por esse jogo de imagens e de simulacros, sendo sustentado pelo efeito da contradição: no processo de

<sup>29</sup> Há uma distinção tênue entre “sentido” e “efeito de sentido”. Ao refletir sobre essas concepções, Possenti (2002) pondera que, na AD, o sentido é compreendido como um efeito, por ser resultado da interação entre interlocutores em uma atividade enunciativa, em condições de produção sócio históricas específicas, não tendo, portanto, um caráter imanente. Nesse sentido (!), o sentido pode derivar para outro e depende da enunciação, o que possibilita concluir que “o (efeito de) sentido nunca é o sentido de uma palavra, mas de uma família de palavras que estão em relação metafórica” (POSSENTI, 2002, p.180).

<sup>30</sup> Um exemplo que pode representar essa memória foi a manifestação ocorrida em 28 de novembro de 2013, denominada “Farinhaço”, a qual exigia da Assembleia Legislativa de Minas Gerais que se apurasse o fato de ter sido encontrado 445 quilos de cocaína no helicóptero da família Perrella (Zezé Perrella é senador e seu filho Gustavo Perrella, que na época era deputado estadual e, atualmente, ocupa o cargo de Secretário Nacional de Futebol e Defesa dos Direitos do Torcedor). O helicóptero ficou conhecido como Helicoca e tal acontecimento permitiu que se irrompesse muitas sátiras, dentre elas uma marchinha de carnaval, que trazia enunciados como “*Deixaram o Pó Royal cair no chão em pleno baile de carnaval [...] O pó rela no pé, o pé rela no pó. Esse pó é de quem tô pensando? Ah! É sim! Não espalha que vai ser melhor*”. Atenta-se para o som produzido pelo encaixe dos fonemas no enunciado “o pé rela no pó” (o Perrella no pó) e em “Ah! É sim!” (Aecim), levando em consideração o sotaque mineiro e a memória de como era chamado o presidenciável no estado nos primeiros anos de sua carreira política.

tradução do Outro há o estabelecimento de lugares para si e para o adversário, ou seja, há a construção daquele que se encontra na posição de tradutor e, concomitantemente, há a desconstrução daquele que é traduzido.

### **2.3.2 A construção do *ethos* para o sujeito-político candidato e de *antiethos* para o seu adversário**

Uma das formas de desconstrução do adversário político se dá pela construção de *antiethos* para ele. Dessa forma, faz-se necessário desenvolver o conceito de *ethos* discursivo.

Na antiguidade, o *ethos* referia-se ao modo de se mostrar ao público, aos traços de caráter do enunciador, tendo como objetivo trazer boa impressão, não havendo a preocupação se o que foi mostrado era verdade. Com os novos estudos sobre o *ethos*, Maingueneau (2008b) promove um deslocamento dessa visão retórica, propondo compreender a noção de *ethos* sob viés discursivo, considerando três aspectos: a) o discursivo, isto é, que se constitui através do discurso; b) o interativo, que aponta para um processo fundamentalmente interativo entre orador e destinatário; c) o aspecto híbrido (sócio-discursivo), ou seja, o *ethos* corresponde a um comportamento social, o qual só faz sentido em uma situação de comunicação precisa, em uma dada conjuntura sócio-histórica.

Dessa forma, o autor descreve o *ethos*, ou a imagem que o sujeito dá de si, como um dos elementos do sistema semântico global de uma dada formação discursiva. Isso implica que a construção do *ethos* não depende apenas da vontade do sujeito enunciador, mas das coerções que a sua formação discursiva lhe impõe, permitindo determinados *éthé*, interditando outros.

No caso do discurso político contemporâneo, a questão da imagem do candidato (uma espécie de produto à venda) é fundamental no processo de identificação do eleitorado e da conquista do seu voto. Para tratar sobre a importância da construção da imagem de si de um sujeito-político, Charaudeau (2006) explica sobre o atravessamento da instância midiática nesse processo, isto é, a maneira como a mídia noticia sobre o âmbito político afeta a construção do *ethos* do sujeito-político. Acrescenta que “as mídias compreenderam bem que o mundo político tem necessidade de dramaturgia, e que essa dramaturgia consiste, para uma grande parte, em uma guerra de imagens para conquistar imaginários sociais” (CHARAUDEAU, 2006, p. 85). Assim, o político vê-se obrigado a construir um personagem (figura de si), fazendo com que a construção de seu *ethos* tenha características próprias.

Para o estudioso, “não existe um ato de linguagem que não passe pela construção de uma imagem de si [...] o sujeito que fala não escapa à questão do *ethos*” (ibidem, p. 86). Porém, de acordo com o autor, a eficácia dessas imagens quase nunca é previsível. Isso porque, apesar de seu caráter geral, essas imagens são intercambiáveis, pelo fato de corresponderem a um determinado momento histórico, de uma personalidade e de um povo.

Outro fator sobre essa questão é que a imagem do governante corresponde (supostamente) à expectativa dos governados. O autor estende a compreensão dessa relação explicando que entre os governantes existe um desejo de aderir a uma demanda, a qual existe de maneira implícita entre os governados. Nessa relação entre instância política e instância cidadã, Charaudeau descreve como que se dá a força simbólica responsável por unir essas instâncias. Nas palavras do autor:

É preciso que se produza o reencontro entre o olhar que a instância cidadã lança sobre a instância política [...] Mas para que este encontro se realize é preciso algo em comum, existente nos valores que, ao se configurarem de determinada maneira, adquirem uma força simbólica e fazem a fusão das duas instâncias. Isso se realiza em um jogo de ajuste de olhares, um jogo de reflexos entre as duas instâncias e uma instância terceira que desempenha o papel de figura ideal de referência (CHARAUDEAU, 2006, p. 87).

Charaudeau salienta que o *ethos* político é como um espelho, no qual se refletem os desejos uns dos outros; ele precisa mergulhar no imaginário popular que é mais partilhado, funcionando como uma espécie de contrato de reconhecimento implícito.

Alia-se a essa condição a necessidade de construção de anti*ethos* para o adversário. De acordo com Arcine,

O sujeito-político, para se destacar mais que seu adversário, ser mais votado e, conseqüentemente, obter vitória nas urnas, precisa não só construir uma imagem de si que inspire confiança, admiração, que partilhe dos mesmos ideais do eleitor, mas também desqualificar o adversário, mostrando quais efeitos negativos a vitória deste implicaria para o eleitor (ARCINE, 2012, p.66).

Essa desconstrução da imagem do adversário corresponde ao anti*ethos*, isto é, está ligada a uma figura que representa o seu oposto, funcionando como um “antiespelho”<sup>31</sup>. Assim, a construção do anti*ethos* se dá de forma simultânea à própria construção do *ethos*,

---

<sup>31</sup> Encontramos esse termo na 3ª parte do livro *O contexto da obra literária*, de Dominique Maingueneau, na seção intitulada “cenário da enunciação”. Conforme Maingueneau (1995, p.127), “a obra às vezes legitima sua cenografia evocando cenas que lhes servem de contraste, o que em Pragmática para o discurso literário chamamos de antiespelhos”.

como estratégia de crítica indireta e de maior valorização do seu próprio *ethos*. Dito de outro modo, quando este diz “sou X” ou “não sou Y”, de forma positiva ou negativa, a comparação com o adversário é sempre inseparável.

Segundo Charaudeau, o *ethos* está relacionado ao cruzamento de olhares: “[...] o *ethos*, enquanto imagem que se liga àquele que fala, não é uma propriedade exclusiva dele; ele é antes de tudo a imagem de que se transveste o interlocutor a partir daquilo que diz”. (CHARAUDEAU, 2006, p. 115). Dito de outro modo, a noção de *ethos* implica um jogo de imagens: o olhar do outro sobre aquele que fala e, ao mesmo tempo, a imagem projetada daquele que fala sobre a maneira como ele pensa que o outro o vê. Para Arcine (2012), esse jogo de imagens remonta Pêcheux (1997), que já arriscava pensar nessa complexidade do jogo imaginário do discurso em seu processo, sugerindo que o que funciona nos processos discursivos corresponde a uma série de formações imaginárias, as quais designam o lugar que o enunciador e o destinatário se atribuem cada um a si e ao outro, a imagem que eles se fazem de seu próprio lugar e do lugar do outro, no qual esses lugares se encontram representados, presentes e transformados.

Diante do exposto, é possível considerar que o discurso político eleitoral, em um contexto de segundo turno, representa um cenário em que se trava o confronto entre duas FDs antagônicas. Nesta relação conflituosa, o sujeito-político e sua FD são constantemente desconstruídos, mas, ao mesmo tempo, se constroem pela desconstrução de seu opositor e da FD a qual está filiado.

#### 2.4 A TRINCHEIRA DA GOVERNANÇA: LEGITIMIDADE E CREDIBILIDADE EM JOGO

O funcionamento do processo de identificação que se dá na tomada de posição dos sujeitos, o qual determina um efeito de evidência para aqueles que são interpelados, é semelhante ao do reconhecimento quanto à legitimidade política. Bourdieu<sup>32</sup> (1998), ao tratar do poder simbólico da linguagem, assevera que as palavras fazem parte da construção das coisas sociais; a linguagem possui uma eficácia simbólica na construção da realidade. Todavia, essa autoridade conferida à linguagem vem de fora – é delegada – e seu uso depende

---

<sup>32</sup> Embora o referido autor pertença à perspectiva estruturalista, suas contribuições sobre tal noção auxiliam nas discussões sobre legitimidade política.

da relação entre a posição social do locutor, as propriedades do discurso e as propriedades da instituição que autoriza o locutor (o porta-voz<sup>33</sup>) a pronunciar tal discurso.

Em consonância com Austin, ele trata sobre o discurso de autoridade, explicando que

a especificidade do discurso de autoridade [...] reside no fato de que não basta que ele seja *compreendido* [...], é preciso que ele seja *reconhecido* enquanto tal para que possa exercer seu efeito próprio. Tal *reconhecimento* (fazendo-se ou não acompanhar pela compreensão) somente tem lugar como se fora algo evidente sob determinadas condições, as mesmas que definem o uso legítimo [...] (BOURDIEU, 1998, p.91).

Desse modo, pode-se associar o discurso de autoridade com a legitimidade política pelo fato de funcionar de maneira semelhante: a legitimidade é atribuída, possui um efeito de evidência, precisa de um uso, de uma situação e de formas que são reconhecidas como legítimas para um sujeito-político. Do mesmo modo que “a linguagem de autoridade governa sob a condição de contar com a colaboração daqueles a quem governa” (BOURDIEU, 1998, p.91), a legitimidade política necessita da cumplicidade e do reconhecimento por parte da instância cidadã/ eleitores.

Sobre a relação que se estabelece entre aquele que governa e seus governados, cujo funcionamento se dá pelo poder simbólico da linguagem, é pertinente retomar as contribuições de Charaudeau (2006). De acordo com este autor, a ação política implica a instância política e a instância cidadã. Enquanto a primeira é delegada e assume a realização da ação política, a segunda está na origem da escolha dos representantes do poder, indicando que a instância política deve sempre assegurar-se se possui o consentimento da instância cidadã.

Essas instâncias apontam para a existência do poder administrativo, que corresponde às regras da ação política, e do poder comunicativo, o qual busca dominação legítima, seja para ter acesso ou para manter o poder. Isso porque a instância política, por estar no poder por uma escolha cidadã e não por uma força autoritária, sempre está sob a ameaça de uma sanção física, institucional ou simbólica, que pode ser traduzida como golpe de Estado, derrubada do governo e descrédito, respectivamente. Assim, o espaço de discussão – que determina os

---

<sup>33</sup> Apesar de autores como Bourdieu e Charaudeau não possuírem uma postura teórica necessariamente discursiva, acreditamos que as citações apresentadas que mencionam o termo “porta-voz” explicam bem o funcionamento do discurso político pelas construções simbólicas estabilizadas. Para as análises, entretanto, consideraremos a perspectiva adotada pelos autores da linha de AD francesa, como PÉCHEUX (1990), ZOPPI-FONTANA (1997) e INDURSKY (1995).

valores – precisa responder a um espaço de persuasão, isto é, a instância política tenta fazer a instância cidadã aderir a sua ação, por meio de argumentos da razão e da paixão.

Cabe, neste momento, ampliar a noção de “valores” concebida nesta pesquisa. Charaudeau (2006) cita Arendt para explicar que os valores supõem um “como fazer” para satisfazer o desejo de todos, de viver em comunidade, em situação de igualdade entre os indivíduos. O princípio de decisão estaria fundamentado nesses valores, e o responsável pela ação política se confunde com a coletividade, apontando para a característica abstrata das entidades (Estado, República, Nação). Nas palavras do autor, “os valores se agrupam sob a figura de um terceiro, de um outro, como um ideal em que todos são, ao mesmo tempo, responsáveis e desapossados” (CHARAUDEAU, 2006, p. 20).

Ainda a respeito do reconhecimento, é possível conciliar os estudos de Lagazzi (2007) sobre o aspecto político na linguística, quando salienta que na relação entre legitimidade e instituição – dentro de uma perspectiva materialista – é importante compreender “os processos de identificação do sujeito, nos quais o reconhecimento produzido pela ideologia é um efeito fundante” (LAGAZZI, 2007, p.12). As contribuições desse texto permitem mobilizar o princípio que existe na relação entre legitimidade e instituição. Enquanto a autora discute a linguística como instituição, nesta dissertação, é o discurso político eleitoral (o qual aponta para o Estado) que funciona como instituição a ser/ manter legitimada/ a legitimidade. O reconhecimento apontado por Lagazzi, portanto, tem a ver com o processo simbólico, indicando que há um jogo de representações, as quais são constituídas por linguagem, que, como dito anteriormente, possuem a eficácia simbólica na construção da realidade.

Esse consentimento aponta para a noção de legitimidade; nas palavras de Charaudeau, “o mecanismo pelo qual se é legitimado é o reconhecimento de um sujeito por outros sujeitos, realizado em nome de um valor que é aceito por todos” (2006, p. 65). Esse autor corrobora com a noção do poder do simbólico, quando pontua que o imaginário, o mito, os símbolos que compõem os discursos ecoam aspectos que dizem respeito à crença das pessoas, impulsionando-as para a adesão a esses discursos. Isso acontece porque “na democracia, o poder do político advém de uma delegação e esta tem um caráter sagrado [...] é o povo que sagra o político e o faz servidor do bem comum” (CHARAUDEAU, 2006, p.78).

Segundo o autor, alia-se à concepção de “delegação de caráter sagrado” o papel que o político assume de porta-voz de um Terceiro, o qual é um deus social, um ideal social, estabelecendo um pacto de aliança entre a voz do Eu, a voz do Tu-todos e a voz deste Terceiro. A fusão dessas três vozes aponta para um corpo social abstrato, que seria o Nós. Sobre essa questão, aproxima-se o discurso político do discurso religioso, pelo fato de ambos

apontarem para a existência de uma entidade sagrada, transcendental, o que retroalimenta a noção de um “terceiro ausente”, o qual inspira confiança, admiração, apontando para uma construção simbólica de chefe ideal, a qual constitui o imaginário da instância cidadã.

Charaudeau diferencia a noção de legitimidade da de credibilidade: a primeira corresponde a um “direito do sujeito de dizer ou de fazer” e a segunda determina uma “capacidade do sujeito de dizer ou de fazer” (2006, p. 67, grifo nosso). A implicação desta diferença (direito e capacidade), segundo o estudioso, é que questionar a legitimidade problematiza se a pessoa tem o direito ou não, se for considerado que a legitimidade é que “dá direito a exercer um poder específico” (ibidem, p.65). Já em relação à credibilidade, questiona-se a própria pessoa, “uma vez que ela não apresenta provas de seu poder de dizer ou de fazer” (ibidem, p 67). Assim, a credibilidade “repousa sobre um *poder-fazer*, e mostrar-se crível é mostrar ou apresentar a prova de que se tem esse poder” (ibidem, p.119), implicando que o candidato deva ser dotado de sinceridade, performance e eficácia . E a legitimidade diz respeito ao “o reconhecimento de um sujeito por outros sujeitos, realizado em nome de um valor que é aceito por todos” (CHARAUDEAU, 2006, p.65), sendo, portanto, o resultado de uma atribuição<sup>34</sup>.

A partir dessas caracterizações do discurso político, as quais apontam para o funcionamento do efeito de legitimidade e do efeito de credibilidade, retoma-se a noção de jogo de máscaras como constitutiva do discurso político. Para Charaudeau, o discurso político sempre constrói uma espécie de dramaturgia, ou seja, há uma espécie de encenação que se aproxima dos contos populares, no que se refere ao funcionamento: situação inicial que descreve o mal, a determinação de sua causa e sua reparação através da intervenção de um herói. Tal encenação será explicada detalhadamente no capítulo 3, que trata do HGPE/TV, pois esse mecanismo é reforçado pela lógica na qual opera o funcionamento propagandístico-midiático.

---

<sup>34</sup> O entrelaçamento que se dá entre a noção de legitimidade e de credibilidade pode ser percebido nas considerações de Bourdieu naquilo que ele denomina como capital político: “o capital político é uma forma de capital simbólico, *crédito* firmado na *crença* e no *reconhecimento* ou, mais precisamente, nas inúmeras operações de crédito pelas quais os agentes conferem a uma pessoa – ou a um objeto – os próprios poderes que eles lhes reconhecem” (BOURDIEU, 2012, p. 187 -188).

## 2.5 ORA ALIADOS, ORA INIMIGOS: A RELAÇÃO CONFLITUOSA ENTRE POLÍTICA E MÍDIA

O liame entre o campo político e o campo midiático parece se dar em “uma relação de nunca acabar”<sup>35</sup>. Enquanto o primeiro necessita propagar informações para tornar público tudo aquilo que é de interesse da *polis*, o segundo é o meio através do qual essa ação é realizada. Rubim (2000) discute sobre o entrelaçamento entre política e comunicação, mencionando Arendt e Bobbio para lembrar a noção de dignidade da política, a qual é constituinte do imaginário que se tem dessa instância (conforme mencionado anteriormente, as crenças pressupostas a respeito do discurso político, a concepção ideal da ação política).

Essa relação ontológica traz tantos desdobramentos significativos que logo nos primeiros estudos e teorias a respeito da comunicação de massa já era abordada sua relação com o campo político. O teórico explica que o fato de a contemporaneidade ser perpassada por uma “revolução” das comunicações e, concomitantemente, por uma “crise” da política, possibilita o questionamento de certas práticas sociais, que podem ser observadas pelo

[...] desinvestimento pessoal e social<sup>36</sup> na atuação coletiva como alicerce das decisões públicas, na indiferença, na fragilidade aparentemente inerente à representatividade, no esgotamento das energias utópicas, na emergência de novas modalidades e atores políticos, ainda não plenamente conformados (RUBIM, 2000, p. 8).

Outro aspecto dessa relação entre comunicação e política é abordado por Charaudeau, ao afirmar que a ação política depende da midiática da opinião. Este fato aponta para o desmantelamento da fronteira entre o público e o privado, o qual se dá a partir da segunda metade do século vinte, com a ascensão das mídias audiovisuais de massa. Assevera que essa sociedade midiática vai se apoderando do espaço privado – vida doméstica, vida cotidiana,

<sup>35</sup> Referência ao livro organizado por Ferreira e Indursky – “Michel Pêcheux e a Análise do Discurso: uma relação de nunca acabar” –, o qual objetiva trazer reflexões acerca do discurso enquanto objeto de investigação, tendo em vista seu caráter instigante ao “escapar” incessantemente do analista, em um processo “sem início nem fim”.

<sup>36</sup> Não será problematizada aqui sobre intervenção da instância cidadã por meio do ambiente on-line (redes sociais em geral) no funcionamento dos discursos políticos. Isso porque o proposto para essa dissertação é analisar o HGPE que foi veiculado em rede televisiva. Isso não significa dizer que não reconhecemos o imbricamento que se dá entre essas materialidades distintas (tanto em níveis da pragmática da comunicação publicitária quanto em níveis discursivos). É um recorte que foi dado para viabilizar a pesquisa. Também não temos a pretensão de questionar sobre a validade dessa intervenção, problematizando se ela deriva-se de uma consciência política ou é decorrente de outras razões, possibilitadas pela contemporaneidade. Discussões como essas foram realizadas pelo Gepomi, e abriram caminho para pesquisas que abrangem mais pontualmente este aspecto, as quais podem ser encontradas na tese de Silveira (2015) e na dissertação de Barbosa (2016), disponíveis em [http://www.ple.uem.br/defesas/def\\_juliana\\_da\\_silveira.htm](http://www.ple.uem.br/defesas/def_juliana_da_silveira.htm) e [http://www.ple.uem.br/defesas/def\\_flavia\\_cristina\\_silva\\_barbosa.htm](http://www.ple.uem.br/defesas/def_flavia_cristina_silva_barbosa.htm) respectivamente.

vida dos sentimentos – concluindo que “tudo o que diz respeito ao privado é tratado sob a ótica da responsabilidade civil” (CHARAUDEAU, 2006, p. 27).

É possível depreender um mecanismo próximo à prestação de serviços entre a instância política e a instância midiática da afirmação de Charaudeau (2006) ao falar sobre o discurso político funcionando como um contrato de comunicação, devido ao imbricamento que existe entre a ação e enunciação. Segundo este autor, a instância midiática tem o papel de exibição – que se dá pela sua busca por credibilidade –, e de espetáculo – que se dá pela sua busca por cooptação. Enquanto a primeira busca “capturar o que está escondido sob as declarações dos políticos, a denunciar as malversações, a interpelar e mesmo a acusar os poderes públicos para justificar seu lugar na construção da opinião pública” a segunda “leva a dramatizar a narrativa dos acontecimentos para ganhar a fidelidade de seu público” (CHARAUDEAU, 2006, p. 63). O autor acrescenta que

O dispositivo do contrato de comunicação política é, de certa forma, uma máquina de forjar discursos de legitimação que constroem imagens de *lealdade* (para a instância política), que reforçam a legitimidade da posição de poder; de *protesto* (para a instância cidadã), que justificam a legitimidade do ato de tomar a palavra; de *denúncia* (para a instância midiática), que mascaram a lógica comercial pela lógica democrática, legitimando esta em detrimento daquela (CHARAUDEAU, 2006, p. 64).

Assim, a disputa entre a instância midiática e a instância política pela credibilidade faz de seu “contrato de comunicação” uma espécie de batalha, na qual a linha de frente é opaca, não possuindo fronteiras bem delimitadas.

Piovezani (2003), ao discutir sobre a relação conflituosa entre mídia e política, traz reflexões de alguns estudiosos do campo das ciências humanas, para fazer um levantamento das principais características da chamada pós-modernidade<sup>37</sup>, as quais determinaram as “fronteiras mitigadas” entre a política midiaticizada e a mídia politizada. Explica, por meio de autores como Harvey (2012) e Chauí (1992), que a transformação no modelo de produção (possibilitando a produção multiplicada de bens, o que direcionaria à “acumulação flexível” e, conseqüentemente, à satisfação) e a brevidade do tempo de giro na produção (envolvendo acelerações paralelas na troca e no consumo) implicaram, no termo de Harvey, na

---

<sup>37</sup> Sem a pretensão de discorrer profundamente e/ou epistemologicamente a respeito da designação mais adequada desse período contemporâneo, o autor se atenta em elencar as características da pós-modernidade que explicam o fenômeno *política midiaticizada / mídia politizada*. Assim, nesta pesquisa, optou-se pelo termo “pós-modernidade”, por ser o mesmo utilizado pelo autor citado.

“compressão espaço-temporal”. As consequências desse cenário sócio-histórico não homogêneo podem ser resumidas pelas próprias palavras do autor:

Volatividade e efemeridade nos serviços, nas idéias e nos desejos, e instantaneidade e descartabilidade das mercadorias são duas tendências do refinamento do capitalismo nos tempos pós-modernos. Em detrimento da ética, aflora a estética capitalizada, a era é a da imagem, do parecer e do aparecer (PIOVEZANI, 2003, p. 51).

O espaço político não ficou isento dessas mudanças, isto é, também foi perpassado pela “condição pós-moderna”: a política “espetacularizou-se”. A midiaticização da política fez com que as campanhas, candidatos, políticos e mandatos passassem a ser significados através de uma lógica capitalista. Kehl, ao se referir à sociedade do espetáculo, explica que a inevitável associação entre a televisão e a lógica de acumulação de capital (que se dá principalmente na publicidade) desenvolveu “um espaço de visibilidade paralelo ao da arena política” (KEHL, 2004, p. 155). Acrescenta que os eventos representados pela linguagem da televisão devem ser traduzidos na linguagem desse meio de comunicação, obedecendo às mesmas leis da publicidade, do entretenimento, independentemente de sua complexidade.

Percebe-se que o entrelaçamento entre pós-modernidade e sociedade do espetáculo se dá de maneira intrínseca e determina as relações entre mídia e política. Esta condição permitiu a Kehl afirmar que na relação entre visibilidade e a sociedade do espetáculo, a qual é regida pelo aspecto de “novidade permanente” (o mesmo que determina o discurso publicitário), funciona o conceito marxista do fetiche da mercadoria. Todavia, ao discorrer a respeito das perplexidades contemporâneas na relação entre ética e política, juntamente com sua implicação a respeito da esfera pública e privada, Chauí (1992) explica que a concepção pós-moderna a respeito do fetichismo da mercadoria considera que não há véu para ser arrancado da superfície social, mas a valorização da intimidade “pode corrigir a opacidade trazida pela sociedade de massa” (CHAUÍ, 1992, p. 385).

Para esta pesquisa, independentemente se a propaganda política eleitoral funciona sobre a engrenagem do fetichismo da mercadoria ou se ela é abastecida pela inquietação oriunda da necessidade de trazer transparência e pessoalidade nas relações sociais, importa o que converge do ponto de vista de cada uma dessas autoras: a transformação das imagens em mercadorias. Para Kehl, “na sociedade do espetáculo toda imagem, mesmo a imagem jornalística, mesmo a informação mais essencial para a sociedade, tem o caráter de

mercadoria, e todo acontecimento se reduz à dimensão do *aparecimento*” (KEHL, 2004, p. 156). E, conforme Chauí,

A peculiaridade pós-moderna – o gosto pelas imagens – se estabelece com a transformação das imagens em mercadorias. [...] Na política, as imagens tornam-se muito sofisticadas e complexas porque precisam garantir, simultaneamente, estabilidade e permanência ao poder [...] A competição pública não se faz entre partidos, ideologias ou candidatos, mas entre imagens que disputam valores como “credibilidade”, “confiabilidade”, “respeitabilidade”, “inovação”, “prestígio”. Essas são as novas virtudes do novo bom governante. (CHAUÍ, 1992, p. 386)

Vale ressaltar que política e espetáculo sempre tiveram relações simbióticas, o que não elimina as especificidades da espetacularização da política pós-moderna. Sobre essa questão, Piovezani (2003) cita Achache para explicar que há uma propriedade imaginária intrínseca à política: a conquista ou o exercício do poder tem em sua constituição uma dimensão imaginária, indicando que não foram a mídia e a publicidade as responsáveis por trazer as imagens e o espetáculo para o campo político; elas sempre existiram. Nesse sentido, “a política é uma questão tanto de imagens e representação quanto de ética e de relações de forças” (ACHACHE, 1990, p. 146 apud PIOVEZANI, 2003, p. 52).

Em paralelo à espetacularização da política está a politização da mídia. Se a espetacularização da política corresponde a certa “passagem do espaço público à condição de marketing” (CHAUÍ, 1992, p. 386), o enfraquecimento do Estado enquanto provedor da sociedade civil abriu um caminho inverso, isto é, permitiu certo deslocamento de estratégias midiático-publicitárias do mercado para o campo político. Nas palavras de Piovezani, “o encolhimento do raio de ação estatal teria estabelecido, em contrapartida, a ampliação da política/moral para o espaço privado/ético” (PIOVEZANI, 2003, p. 57). Assim, a mídia passou a ocupar um lugar de porta-voz no campo da política (RUBIM, 2000; PIOVEZANI, 2003; CHARAUDEAU, 2006), sendo responsável por desvendar os jogos da instância política, sob o pretexto da informação imparcial, tudo em prol da coletividade.

Gregolin (2003), ao citar Piovezani, faz referência à relação de mão dupla entre mídia e política para explicar que, na “estranha equação” midiática da política e politização da mídia, “instaura-se a política como teatro: de um lado, no palco, a mídia atuando no sentido de ‘revelar’ os jogos da política; de outro, na platéia, a passividade<sup>38</sup> espectadora do (e)leitor

---

<sup>38</sup> A passividade aqui não é entendida como uma alienação plena e sim no sentido da unilateralidade da comunicação televisiva – a interação não é instantânea como acontece em plataforma virtual, por exemplo. Vale destacar que o excerto citado foi escrito na década anterior, o que não invalida sua veracidade, mas não abrange

imerso na imensa rotatividade das mensagens que lhes são dirigidas pelos meios de comunicação” (GREGOLIN, 2003, p. 14).

Outro desdobramento da relação entre mídia e política é o marketing político eleitoral. Almeida (2004) reflete sobre a polêmica que existe quanto à utilização das ferramentas do marketing pelo campo político, a qual está fundamentada na problemática de que tal utilização poderia ou não se configurar como um risco para a política e para a democracia, no sentido em que poderia ocorrer uma espécie de despolíticação da política. Traz, em um primeiro momento, as reflexões de Cid Pacheco<sup>39</sup>, estudioso que percebe essa midiatização da política alicerçada em uma lógica capitalista como inevitável, mas com valor positivo. Pela perspectiva de Pacheco, Almeida explica que “da mesma forma que o *marketing* foi uma necessidade para os mercados complexos da sociedade de consumo de massas, tornou-se necessário para a atuação política em eleitorados massivos, como os das atuais democracias liberais.” (ALMEIDA, 2004, p. 311). Ainda citando este estudioso, expõe a máxima “voto é *marketing*, o resto é política” para especificar que, em se tratando de eleições, o início e o fim convergem no eleitor, e, desse modo, o campo eleitoral se assemelha ao mercado, no qual o candidato seria o produto e a eleição uma venda.

Mais adiante, no entanto, Almeida problematiza essa afirmação; ao retomar casos como a campanha presidencial do Brasil em 1989, e as eleições argentinas em 91, ressalta que a ação política foi fundamental em ambos os casos para a vitória de Collor e Menem, respectivamente, considerando que

[...] sem a construção dos cenários “políticos”, da organização “política”, do programa *político*, dos recursos materiais levantados para viabilizar um objetivo “político”, e da aliança “política” (que viabiliza o enraizamento político, recursos materiais e espaços privilegiados na mídia, ou que altera a legislação eleitoral para favorecer determinados candidatos), o “*marketing* eleitoral” dificilmente trará resultados políticos vitoriosos. Mais razoável seria dizer: voto é política mais *marketing* (ALMEIDA, 2004, p. 332).

A partir dessa constatação, o autor reforça que não se pode reduzir o *marketing* político como sendo uma simples transposição do *marketing* empresarial, até porque este último faz uso de termos oriundos da política e da guerra, além de conhecimentos que já eram aplicados na ação política. Pondera, assim, que as técnicas do marketing político não são

---

a possibilidade de interação da plateia, pelo fato das redes sociais não constituírem uma realidade tão característica daquele momento.

<sup>39</sup> Referência extraída do texto Marketing eleitoral: a política apolítica, disponível em Comunicação e política, n.s., vol.1, ago-nov, 1994.

necessariamente despolitizantes ou plenamente fundamentadas na lógica do mercado, mas sim “uma estratégia geral, onde a comunicação está inserida e sob a direção da estratégia política geral” (ALMEIDA, 2004, p. 340).

Nota-se, por meio das considerações desses estudiosos, que não há um consenso pleno no fenômeno “mídiatização da política” e “politização da mídia”, não podendo este ser enquadrado numa lógica dualista (demonização ou exaltação dessa relação). Mas existe concordância no que se refere ao imbricamento entre a instância midiática e a instância política e à inevitabilidade dessa relação nas práticas políticas contemporâneas.

Diante desta condição, não se pode deixar de citar as contribuições de Pêcheux (2011) acerca das bases da história política da propaganda. O filósofo apresenta, em um primeiro momento, três teses de Serguei Tchakhotin a respeito da propaganda política, as quais estão fundamentadas em princípios da biopsicologia – “a ideia de que o homem é um ‘animal influenciável’” –, para, posteriormente, desestabilizar tal concepção à luz de uma perspectiva com bases alicerçadas na história.

Os contrapontos levantados por Pêcheux levam em consideração “as formas históricas de assujeitamento do indivíduo, que se desenvolveram com o próprio capitalismo” (PÊCHEUX, 2011, p. 80), o que implica na impossibilidade de afirmar indubitavelmente que a propaganda “engaja o destino de milhões de homens e mulheres que, segundo a estratégia de uma ‘campanha de propaganda’ farão balançar este ou aquele lado, tomarão este ou aquele caminho, seguirão esta ou aquela direção” (ibidem, p. 79), como se fazia crer a perspectiva tchakhotiniana.

Para elucidar a respeito de uma perspectiva materialista sobre a propaganda, Pêcheux retoma as duas vias dos modos de produção do capitalismo: a via dita americana, fundada na ideologia jurídica do contrato livre e igual; e a via dita prussiana, que nasceria do interior das estruturas da sociedade feudal. O autor acrescenta que

A história dos séculos XIX e XX condensa assim admiravelmente essa luta interna entre as duas vias do capitalismo e recapitula ao mesmo tempo as diversas condições da luta do movimento operário face ao desenvolvimento capitalista, com as divisões estratégicas desta luta, isto é, simplificando enormemente a linha *parlamentarista*, que responde no terreno número 1, e a linha *militar* (em suas diferentes formas anarquistas, putchquistas, insurrecionais, etc) que toma apoio no terreno número 2. É neste duplo espaço que se desenvolveu a política do movimento operário europeu, com diferentes acentos, dependendo das condições concretas impostas a cada formação social em função da relação via 1/ via 2 que a especifica. E é nesse duplo espaço que se formaram concretamente as *condições de exercício das propagandas políticas* [...] (PÊCHEUX, 2011, p. 82).

Depreende-se desta condição que o exercício da propaganda política não produz um efeito de sentido unívoco pelo fato de ser concebida neste lugar de tensão e contradição. A possibilidade de múltiplas interpretações que se dão na propaganda – materialidade constituída por “imagens e palavras, sentimentos, ideias e gestos” (PÊCHEUX, 2011, p. 74) – implica, conforme atesta o autor, que “a luta de classes não é simétrica e que a contra-identificação estratégica ao adversário é um engano” (ibidem, p. 91).

Assim, pode-se considerar que o HGPE/TV é determinado por essas condições e, pelo fato de este gênero discursivo constituir o material de análise, serão descritas nos próximos capítulo suas principais características.

### 3 ARENA TEÓRICA DA PROPAGANDA POLÍTICA ELEITORAL

*“Bichos da Inglaterra e da Irlanda  
Daqui, dali, de acolá  
Escutai a alvissareira  
Novidade que virá”.*  
(Canção dos Bichos da Inglaterra)<sup>40</sup>

*“Junta esse país inteiro  
Todo o povo brasileiro  
Do Oiapoque ao Chuí [...]  
Junta esse país inteiro  
Vem, meu povo brasileiro.  
Vem mudar essa nação”.*  
(Jingle em HGPE/TV de Aécio Neves)

#### 3.1 “RESPEITÁVEL PÚBLICO, O ESPETÁCULO VAI COMEÇAR!”: BREVE INTRODUÇÃO ACERCA DA PROPAGANDA POLÍTICA ELEITORAL

Dentre o arsenal do discurso político, a propaganda política eleitoral, mais especificamente a que compõe o Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral, pode ser considerada “um lugar privilegiado para a observação da ‘espetacularização’ da política” (PIOVEZANI, 2009, p. 155). Embora a política do “pão e circo” afasta-se cronologicamente da contemporaneidade, alguns resquícios dessa prática ecoam de forma repaginada – a disputa não se dá mais entre os gladiadores e as feras, mas entre sujeitos-políticos, e a arena é substituída pelas telas. Se antes tal mecanismo funcionava como uma distração para o povo, que vivia sob o jugo de um regime imperialista, agora este espetáculo legitimado é apresentado para o cidadão como uma garantia da democracia.

Sabe-se que as eleições são um momento crucial para a política contemporânea, visto que é um “[...] rito hoje quase natural (izado) da política [...] um momento e um procedimento – ritualizado, periódico e legitimado – de escolha e investidura de dirigentes (representativos) para exercício de poder(es) na sociedade” (RUBIM, 2000, p. 91). As eleições contribuem para a visibilidade social da política, tornando-se um momento esperado socialmente. O momento eleitoral muitas vezes é traduzido como “festa e/ou solenidade, como cerimônia que, tendo um grau de excepcionalidade, requer ser vivido diferente da vida ordinária” (ibidem, p. 95)<sup>41</sup>.

<sup>40</sup> Extraído do livro *A revolução dos bichos*, de George Orwell.

<sup>41</sup> Devido à ampliação da mídia e de seus processos de comunicação na relação com o digital, viabilizou-se a percepção do quanto somos sujeitos políticos(zados). Assim, é possível considerar que, dada a essa nova conjuntura social, a faceta de solenidade/excepcionalidade do período eleitoral está cedendo espaço a um aspecto cada vez mais ordinário, isto é, do cotidiano. E, ao considerarmos o discurso político eleitoral como uma espécie

O resultado das eleições implica em consequências tanto para os candidatos e seus partidos, quanto para os cidadãos “comuns” e à mídia, isto é, afeta todas as instâncias que envolvem o campo político, o que aponta para uma atmosfera de tensão e efervescência social. Rubim acrescenta que essa escolha dos ocupantes dos lugares de poder não é garantia permanente do poder de governar; a governabilidade, numa conjectura democrática, deve ser compreendida como uma constante disputa entre os ocupantes do governo e sua oposição.

As eleições também apontam para a representação. Conforme este autor, a ideia de representação está intimamente ligada com o ato eleitoral viabilizando-se mutuamente. A isso associa-se a lógica capitalista que existe nos discursos políticos contemporâneos, mais precisamente, na propaganda política eleitoral. Pelo fato de o voto ser um instrumento do qual o cidadão faz uso para o exercício da cidadania (pensando em um regime democrático), o ato de votar assemelha-se ao ato de compra, pois o cidadão está delegando parte do poder a seu representante político, isto é, ele escolhe alguém com quem se identifica, que o representa, efetivando o voto. Conforme explica Nunes,

Na democracia do público, os representantes políticos são vistos como atores que, através do uso da televisão e do *marketing* político, tomam a iniciativa de propor um princípio que interesse ao eleitor, que tem o “poder de dar o veredicto final”. Tudo isso direciona o eleitor para um voto, antes de mais nada, na “pessoa” do candidato, justificado pelos apelos emocionais da sua imagem de político, trabalhada na campanha midiática personificada (NUNES, 2004, p.355).

A autora ressalta, ao discorrer sobre a televisão como um espaço privilegiado de disputa pela política, que o discurso político passou a obedecer a exigências e requisitos da linguagem da tela, destacando que este transformou-se em *slogans*. Cita ainda a pesquisa realizada por Figueiredo e Aldé (1997)<sup>42</sup>, na qual são elencadas as estratégias de comunicação, os formatos e técnicas de produção, a construção do discurso, apelos, objetivos das mensagens, as características pessoais, o “clima” geral do comercial e os temas levantados pelas campanhas como propostas metodológicas para o estudo das campanhas eleitorais.

Apesar de não ser esta a perspectiva metodológica adotada nesta dissertação, é possível perceber que a lógica regente da composição de uma propaganda política eleitoral

---

de formação discursiva (a FDPE, conforme será explanado posteriormente), tal concepção pode ser ratificada, tendo em vista a faceta estabilizada/homogênea das FDs. Ainda assim, preservaram-se as considerações desse autor pelo fato da concepção de “festa/solenidade” nesse contexto estar articulada com a noção de espetacularização político-midiática.

<sup>42</sup> FIGUEIREDO, Marcus; ALDÉ, Alessandra; DIAS, Heloísa; JORGE, V. L. Estratégias de persuasão eleitoral: uma proposta metodológica para o estudo da propaganda eleitoral. **Opinião Pública**, Campinas, CESOP/UNICAMP, v. 4, n. 3, p. 109-120, 1997.

assemelha-se a da comercial, tanto que a metodologia proposta pelos estudiosos da comunicação é muito próxima das que se aplicam na elaboração das propagandas de um produto ou serviço privado, o que coaduna com a constatação de Rubim (2000, p. 96): “toda e qualquer eleição adquire esse caráter de disputa comunicacional”. Na esteira desse raciocínio está a afirmação de Nunes (2004), que, ao discorrer sobre a espetacularização das campanhas eleitorais, explica sobre a simbiose entre política e estética publicitária, podendo ser comprovada pelo aumento de edições de manuais de *marketing* político, em que há regras gerais e relato de experiências de sucesso (*cases*) na guerra publicitária da política.

Nesse contexto, pontua-se que a abordagem adotada nesta pesquisa considera o discurso político eleitoral funcionando sob uma lógica muito próxima da noção de formação discursiva, no que se refere à existência de coerções regendo o que pode e deve ser dito numa dada conjuntura (campo político, no período das eleições presidenciais), as quais também são determinadas por uma dada formação ideológica. Passeti (2011), ao perceber a necessidade de se repensar a noção de *ethos* do sujeito-político, numa perspectiva mais ampla, que levasse em consideração o modo como se dá o processo de constituição, formulação e circulação do discurso, já apontava para a possibilidade de se conceber o discurso político eleitoral como uma FD: a Formação Discursiva Política Eleitoral (FDPE).

Como toda formação discursiva, a FDPE, tem um caráter homogêneo ou regular em relação às determinações de sua forma-sujeito. Desse modo, mesmo que “qualquer FD (seja) constitutivamente heterogênea por ter suas fronteiras móveis ao interdiscurso, se abrindo para saberes de outras FDs, com os quais pode manter diversos tipos de relações, [isso não significa] que uma parte dela não contenha um núcleo semântico relativamente estável que lhe garanta um efeito de identidade e de unidade” (PASSETTI, 2011, p.1-2), mesmo que ainda não se tenha feito uma descrição mais densa de seu sistema semântico global, conforme postula Maingueneau (2008b).

O discurso político eleitoral no formato do HGPE/TV é constituído, devido ao seu suporte, que imbrica diferentes materialidades significantes<sup>43</sup>, por elementos de aspecto

---

<sup>43</sup> É importante destacar a postura teórica adotada quando consideramos o HGPE/TV como uma imbricação de diferentes materialidades significantes. Ao adotarmos o termo “materialidade significativa” concordamos com Lagazzi (2011, p. 401) que ele dá conta de reafirmar a perspectiva materialista e o trabalho simbólico sobre o significativo, sendo a materialidade compreendida como “*o modo significativa pelo qual o sentido se formula*”. Reconhecemos que as materialidades que compõem o HGPE/TV (imagem, fala, musicalidade) relacionam-se pela contradição, isto é, funcionam “uma no entremeio da outra” (LAGAZZI, 2011, p. 402). Pelo fato de a imbricação material se dar “pela incompletude constitutiva da linguagem, em suas diferentes formas materiais” (LAGAZZI, 2009, p.68), é necessário que seja considerada a cadeia significativa, lugar em que o analista perscruta os elementos significantes, em uma relação de movimento. E, para isso, a noção discursiva de recorte viabiliza chegar ao funcionamento discursivo, o que nos permite compreender como se estabelecem as relações significativas entre elementos significantes. Este dispositivo-teórico analítico discursivo concede as “condições

audiovisual, o que aponta para um caráter multifacetado quanto à possibilidade de produção de sentidos. Além disso, sua composição é tecida por vários gêneros e subgêneros (reportagem, videoclipe, entrevista, testemunhal), o que reforça sua natureza heterogênea.

Passetti, ao considerar o *ethos* e *antiethos* como parte integrante do sistema semântico global (MAINGUENEAU, 2008b) da FDPE, acrescenta que

No caso da FDPE sempre haverá um Discurso Outro em relação polêmica o qual precisará ser silenciado ou traduzido por seu próprio sistema semântico global. Isso não significa que vão “existir apenas dois mundos em um só” nas práticas interdiscursivas tão diversificadas da contemporaneidade, mas que o analista de discurso precisa chegar a esses dois mundos contraditoriamente constitutivos para compreender o funcionamento identitário dessa FD, enquanto regida por uma dada forma-sujeito, que produz determinados efeitos de identificação (PASSETTI, 2011, p. 2).

As contribuições de Maingueneau (2008b) possibilitam certa delimitação dos elementos discursivos que compõem a FDPE no gênero propaganda. O autor traz a concepção de “cena englobante” e “cena genérica”, noções que são muito pertinentes para a compreensão e interpretação do objeto de investigação desta pesquisa. De acordo com Maingueneau (2008b, p. 115-116), a “cena englobante é aquela que corresponde ao tipo de discurso, a seu estatuto pragmático”, e a cena genérica “faz intervirem propriedades em dois níveis: no nível do gênero e no nível do subgênero, especificados em função da cena englobante”, ou seja, implicam um contexto específico ou determinadas condições de enunciação. Mobilizando essas noções para este estudo, o discurso político eleitoral pode ser compreendido como a cena englobante, ao passo que o HGPE/TV, enquanto espaço de veiculação da propaganda política, está para a cena genérica.

Conforme Maingueneau (2008b, p. 116), estas duas cenas (englobante e genérica) “definem em conjunto o espaço estável no interior do qual o enunciado ganha sentido”, e compõem o que o autor denomina de quadro cênico (MAINGUENEAU, 2002). Já a cenografia “é, ao mesmo tempo, *origem e produto do discurso*; ela legitima um enunciado que, retroativamente, deve legitimá-la e estabelecer que essa cenografia de onde se origina a palavra é precisamente a cenografia requerida para contar uma história, para denunciar uma injustiça”. (MAINGUENEAU, 2008b, p. 118). Nesse sentido, o testemunho de sujeitos ordinários (cidadão comum), o apoio de sujeitos famosos, locução em off, apresentadores,

dramatização (personagens representando uma história) são cenografias que compõem o HGPE/TV.

Assim, a propaganda política do HGPE/TV será compreendida com base na concepção de gênero discursivo de Maingueneau (2008b), compondo uma “cena de enunciação”, a qual se desdobra em cena englobante, cena genérica, cenografia. Dito de outro modo, a propaganda política do HGPE/TV, como bem expuseram Passetti & Arcine (2014, p.101), pode ser descrito como um

[...] gênero constituído, de caráter dialogal, em que todos os participantes ocupam papéis pré-estabelecidos que permanecem estáveis durante todo o programa eleitoral, ou seja, o sujeito-político no HGPE/TV fala do lugar discursivo de sujeito candidato a um cargo político e este papel social é assentido pelo telespectador/eleitor que lhe assegura a legitimidade necessária para que seu discurso seja crível.

Por essa concepção, é possível afirmar que o HGPE/TV se adequa às especificidades televisivas a fim de apresentar os candidatos da disputa eleitoral. É possível considerar ainda que o gênero propagandístico televisivo “tem no candidato a ‘mercadoria’ principal a ser divulgada, logo, sua imagem é fundamentalmente construída como positiva” (PASSETTI; MESTI, 2011, p. 186). Além disso, pelo fato do HGPE/TV tratar-se de um gênero filiado ao discurso político, traz consigo algumas características próprias dessa tipologia discursiva, como a presença do ataque aos adversários.

Após traçar algumas considerações a respeito da propaganda política e sua relação com o período de eleições, esta pesquisa avança na descrição das principais características da propaganda política eleitoral.

### 3.2 “INTERROMPEMOS NOSSA PROGRAMAÇÃO NORMAL PARA TRANSMITIR O HORÁRIO ELEITORAL GRATUITO OBRIGATÓRIO DE PROPAGANDA ELEITORAL”: A LUTA PELA AUDIÊNCIA

**Aécio Neves:** “Minha amiga, meu amigo. Eu vou interromper, nesse momento, a nossa campanha eleitoral para me dirigir com o coração aberto a cada brasileiro, a cada brasileira de todas as regiões do país.” (HGPE/TV de AN - 22/10/14).

A interrupção da interrupção. Esse excerto, extraído de uma das propagandas eleitorais da campanha presidencial de 2014, é uma possível testificação do “efeito de intromissão” causado pelo HGPE. Albuquerque (2004, p.470) menciona esse efeito, elucidando que este tipo de discurso político se aproxima da “programação normal”, na tentativa de “atenuar o estranhamento dos telespectadores com relação à intromissão da lógica da propaganda política na televisão”. Isso porque a mídia televisiva substituiu o espaço público pelo virtual do espetáculo (BUCCI, 2004; KEHL, 2004) e esse fenômeno pode ser considerado como uma “espécie de *ficção totalitária* que articula jornalismo, entretenimento e publicidade numa mesma seqüência ininterrupta de imagens” (KEHL, 2004, p. 156). Assim, considerando esta condição em que o HGPE/TV está circunscrito, esse efeito de intromissão precisa ser o menos inconveniente possível, já que o espaço dedicado à propaganda política (a qual é obrigatória) acaba concorrendo à atenção dos telespectadores com a programação normal (como a própria designação do HGPE/TV o diz).

Desse modo, não é difícil de afirmar que a espetacularização está mais próxima do HGPE que o aspecto político-público – ou, como se referiu Piovezani (2003, p. 57) ao campo político, “a *res publica*” –, o qual deveria ser o “propósito primeiro”. Conforme o exemplo, foi preciso pausar todo o espetáculo para tentar resgatar a “seriedade” que se pressupunha em uma campanha. O efeito de sentido desse enunciado funcionou como se pedisse licença por interromper o “entretenimento” da disputa eleitoral para lembrar o “principal propósito” de um HGPE. Percebe-se que o cenário em que se dá discurso político contemporâneo, principalmente em época de eleições, permite certa extensão da lógica da disputa, isto é, a rivalidade pode se dar tanto pelas propostas políticas antagônicas entre si quanto pelo partido dos candidatos, aproximando-se ao espetáculo e entretenimento típicos de uma disputa entre times de futebol, por exemplo.

A respeito dessa lógica de disputa que é inerente ao campo político, Charaudeau (2006, p. 46) compara a política como um campo de batalha onde se trava uma guerra simbólica e, por conta disso, considera que, “a exemplo do discurso publicitário – e talvez também do midiático –, o discurso político mostra mais sua encenação que a compreensão de seu propósito: os valores de *ethos* e de *pathos* terminam por assumir o lugar de valores de verdade”. Essa característica de encenação presente no discurso político, e, conseqüentemente, na propaganda política eleitoral, é determinada, segundo o estudioso francês, pela interdependência que se estabelece entre linguagem e ação. Para ele, os discursos se constroem na intersecção entre um campo de enunciação (lugar dos mecanismos de encenação da linguagem) e um campo de ação (lugar de trocas simbólicas organizado

segundo relações de forças). Esse enlace pode ser compreendido como um “contrato de comunicação”. Daí se explica a heterogeneidade (pela perspectiva da variedade de significações que dela podem advir) e a estabilidade (do ponto de vista das possibilidades de comportamentos enunciativos de que o sujeito-político dispõe) do discurso político. Desloca-se essa afirmação sob os pressupostos da AD, ao considerar o discurso político funcionando como uma formação discursiva dada, que é constituída pela estabilidade (o que pode e deve ser dito) e heterogeneidade (devido às tomadas de posição do sujeito, que, por sua vez, apontam para os “comportamentos” enunciativos possíveis dos quais o sujeito dispõe).

Piovezani (2009) também faz uso do termo “contrato de comunicação” para se referir à segmentação do público de um discurso político, considerando ser esta uma tendência marcante no discurso político contemporâneo. Conforme este autor,

Em vez de uma recepção mais ou menos aleatória, o discurso político parece tentar cada vez mais imputar uma identidade aos seus interlocutores fundamentada em uma pertença ideológica ou talvez, antes, na inscrição a determinados grupos, ou seja, procura-se estabelecer uma espécie de contrato de comunicação que define a posição política e social a partir da qual o discurso deve ser recebido (PIOVEZANI, 2009, p. 138).

Devido à heterogeneidade do “público-alvo”, o discurso político (e mais nitidamente a propaganda política eleitoral) alterna entre o convite à população para que esqueçam suas diferenças em prol do “bem comum” (ou “para construir um futuro melhor para todos<sup>44</sup>”) e o direcionamento a um público mais específico, como aposentados, jovens, “homens e mulheres de bem<sup>45</sup>”, etc. Atenta-se para esse último termo, o qual aponta para outra característica deste funcionamento de instauração e consolidação da identidade coletiva construída pelo discurso político: a evocação a um “outro”. Por meio da desinência “de bem”, é possível inferir que há um “eles que lá estão”, que contrapõe ao “nós, que aqui convivemos”, sendo necessário aguçar a rivalidade com o concorrente, o ataque ao inimigo (PIOVEZANI, 2009).

Tanto Almeida (2004) quanto Piovezani (2009) concordam que o HGPE não é independente ou isolado das outras ações políticas, mas fruto de um trabalho prévio e constante de *marketing* político, propaganda de si e de disputa com o outro. Conforme assevera Almeida,

É este acúmulo prévio que vai dar as condições para reforçar a credibilidade do candidato e do seu programa de governo e tornar positiva a emoção

<sup>44</sup> Excerto extraído do HGPE/TV de AN, exibido em 21 de outubro de 2014.

<sup>45</sup> Excerto extraído do HGPE/TV de AN, exibido em 12 de outubro de 2014.

transmitida (assim como, em contrapartida, trabalhar no sentido de quebrar a credibilidade do candidato e do programa adversários) (ALMEIDA, 2004, p. 339).

Em termos discursivos, é possível comparar todo esse trabalho prévio a um fio discursivo na rede de memória sobre o candidato e seu partido, uma vez que “a memória é não-linear, lacunar, mas seu efeito é apresentar sentidos que se querem unívocos e estabilizados no fio do discurso” (MARIANI, 1998, p. 42). Nessa perspectiva, o HGPE funciona como uma síntese de todas as virtudes de um determinado candidato, as quais, por já terem sido enunciadas em outros momentos, soam aos ouvidos dos eleitores como algo “estranhamente familiar”.

Piovezani também considera que o HGPE é um lugar privilegiado para estudar a espetacularização da política. Pontua que a espetacularização da política não está reduzida a que se pratica na televisão, mas destaca que tal meio de comunicação permitiu que esse fenômeno fosse potencializado. Acrescenta que a televisão, por meio do HGPE, “parece ser o principal instrumento de contato entre os candidatos e os eleitores” (PIOVEZANI, 2009, p. 155). Corrobora com essa perspectiva a afirmação de Charaudeau (2006), quando afirma que a imagem do político e suas frases de efeito são mais levadas em conta na hora do voto do que o programa político propriamente dito.

Albuquerque (2004), ao descrever o estilo comunicativo do HGPE, considera que as mensagens são relativamente autônomas e se apresentam com uma linguagem semelhante a do telejornalismo ou a de novelas, por exemplo, o que se configura como um dos recursos utilizados para manter o telespectador sempre atento. Isso porque há no interdiscurso, como pré-construído, que assuntos referentes ao campo políticos são chatos<sup>46</sup>, o que representa uma ameaça à audiência e, conseqüentemente, à possibilidade de voto.

Serão elencadas a seguir as estratégias mais recorrentes utilizadas nas propagandas políticas que compõem o HGPE.

---

<sup>46</sup> O eixo da formulação (intradiscurso) desse discurso pode ser percebido pelo enunciado proferido pelo candidato Aécio Neves, em HGPE/TV: “Eu sei que esse é um assunto muito técnico, até meio chato, mas é muito importante nós sabermos que é fundamental a inflação estar sob controle”. Este trecho pode ser encontrado pelo endereço <https://www.youtube.com/watch?v=nFBBuIFJTCo>

### 3.3 O ARSENAL DA PROPAGANDA POLÍTICA ELEITORAL - ESTRATAGEMAS DO HGPE

Tendo em vista as condições de produção em que o Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral (HGPE) é produzido, considerando também o suporte<sup>47</sup> de sua circulação, retoma-se algumas discussões realizadas até aqui para destacar os principais fatores que corroboram na constituição dos elementos que compõem esse formato de discurso político, juntamente com seu funcionamento discursivo.

Foi visto que o discurso político é gestado pelo conflito. Essa condição aponta para a contradição constitutiva de todos os discursos – “o primado da contradição sobre os contrários” (ALTHUSSER, 1978). Disso depende-se seu caráter contraditório, explicado tanto pelo viés pragmático, a partir da noção de “duplo antagonista” da instância política (CHARAUDEAU, 2006), quanto pelo viés discursivo, por meio do funcionamento da interincompreensão, uma vez que “não há dissociação entre o fato de enunciar em conformidade com as regras de sua própria formação discursiva e de “não compreender” o sentido dos enunciados do Outro; são duas facetas do mesmo fenômeno” (MAINGUENEAU, 2008a, p.99). Todavia, essa contradição constitutiva é apagada e o que emerge da propaganda política eleitoral, sob o efeito de unicidade e homogeneidade, é a “venda” de um candidato ideal. Tudo isso sendo determinado pela conjuntura sócio-histórica e ideológica da contemporaneidade.

Assim, os conjuntos de mensagens que compõem uma propaganda política eleitoral, no formato de HGPE cumprem funções variadas e serão descritas a seguir. O termo “estratagema” será compreendido aqui como funcionamento discursivo.

#### 3.3.1 “Ao infinito... e além!”<sup>48</sup>: **estratagema da lógica herói x vilão**

*“O Aécio tem caráter, é bom administrador, levou o estado de Minas às alturas” (HGPE/TV/AN - 18/10/16)*

Uma das estratégias recorrente em HGPE diz respeito à organização de sujeitos e instituições em “taxionomias binárias e disjuntivas (legítimo/ilegítimo, verdadeiro/falso, moderno/arcaico, progressista/conservador...) que, em última instância, recobrem a cisão

<sup>47</sup> São considerados nesta pesquisa o HGPE em mídia televisiva.

<sup>48</sup> Grito de guerra de Buzz Ligthyear, um dos bonecos super-herói do filme Toy Story

bem/mal” (PIOVEZANI, 2009, p. 133). Esse funcionamento discursivo produz o efeito de simplificação da complexidade do campo político, porque, conforme este autor, classifica as palavras, as pessoas e os grupos, explicando o mundo.

As constatações de Charaudeau (2006) seguem a lógica desse funcionamento. Ao destacar a encenação como uma das características do discurso político, o estudioso afirma que a fórmula narrativa dos discursos políticos se aproxima aos dos contos populares: há uma situação inicial, em que é descrito o mal, depois se explica a determinação da causa deste mal, para que então irrompa a necessidade da reparação deste mal através da intervenção de um herói. Pelas próprias palavras de Charaudeau

O discurso político, que procura obter a adesão do público a um projeto, ou a uma ação, ou a dissuadi-lo de seguir o projeto adverso, insiste mais particularmente na *desordem social* da qual o cidadão é vítima, na *origem do mal* que se encarna em um adversário ou um inimigo, e na *solução salvadora* encarnada pelo político que sustenta o discurso (CHARAUDEAU, 2006, p.91).

De acordo com Charaudeau, a “desordem social”, a “origem do mal” e a “solução salvadora” compõem o que ele denomina de “triângulo da dramaturgia política”. E, pelo fato de esta pesquisa analisar a desconstrução do adversário político através do HGPE de um candidato pertencente ao partido da oposição, esse funcionamento é inevitável na composição de sua campanha.

As maneiras de desconstruir o adversário seguem diferentes funcionamentos discursivos, mas convergem e são sustentadas por esse “triângulo da dramaturgia política”, isto é, pela estigmatização da origem do mal. Rejeitar as ideias e ações do adversário, denominando-as como ameaça, manipular ironia, projetar sombras de manipulação da parte do adversário são exemplos apontados pelo autor, os quais funcionam discursivamente como desqualificação do adversário. Todavia, a argumentação complexa ou muito sutil pode não ser compreendida pela grande massa. Por essa razão, costuma-se atacar o próprio sujeito-político enquanto pessoa (*ad hominem*) não o conteúdo de suas ideias, propostas. A desqualificação do adversário, para Charaudeau, pode surtir efeitos de rebote àquele que desqualifica, podendo ser favorável ou desfavorável à sua imagem.

É possível mobilizar algumas questões sobre *ethos*, trazidas por Charaudeau (2006), para elucidar o funcionamento discursivo que se dá na construção simbólica de um sujeito-político “herói”. Conforme o estudioso francês, o *ethos* político “é resultado de uma alquimia complexa feita de traços pessoais de caráter, de corporalidade, de comportamentos, de

declarações verbais, tudo relacionado às expectativas vagas dos cidadãos, por meio de imaginários que atribuem valores positivos e negativos a essas maneiras de ser” (ibidem, p. 137). Acrescenta que a construção do *ethos* se faz em uma relação triangular entre si, o outro e um terceiro ausente (imagem ideal de referência), sendo que no discurso político as figuras do *ethos* são voltadas, ao mesmo tempo, para si mesmo, para o cidadão e para os valores de referência. “O *ethos* é voltado ao mesmo tempo para si e para o outro. É uma construção de si para que o outro siga, identifique-se a este ser que supostamente é representado por um outro si-mesmo idealizado” (ibidem, p. 153). Dentre as categorias citadas pelo autor, merece destaque o que ele denomina de *ethos* de chefe e *ethos* de inteligência, pelo fato de eles terem sido mais recorrentes no processo de desconstrução do adversário político, isto é, ao construir, pelo dito, um *ethos* de chefe e de inteligência ao candidato AN, seu HGPE/TV produzia um *antiethos*, pelo não dito, à candidata DR.

O *ethos* de chefe, segundo Charaudeau, é mais direcionado ao cidadão. Nesse tipo de *ethos*, as figuras costumam ser ambivalentes; a honestidade, por exemplo, é voltada para o sujeito-político (ser moral, correto e sincero) e para o cidadão, isto é, essa honestidade deve ser retribuída ao cidadão. Nessa relação de dependência, Charaudeau destaca a figura de guia, de soberano e de comandante.

Para a pesquisa, merece destaque a figura de guia; conforme o estudioso, as variantes dessa figura são o guia-pastor, o guia-profeta e o guia-soberano. O guia-pastor é aquele que reúne o rebanho, “um condutor de homens que sabe se fazer seguir”. (CHARAUDEAU, 2006, p. 154). O guia-profeta corresponde à figura daquele que é, ao mesmo tempo, fiador do passado e é voltado para o destino dos homens. E o guia soberano está atrelado às questões de legitimidade, imaginário e valores, muitas vezes, apresentando-se como a própria encarnação desses valores. Essas variantes funcionam, como denomina Charaudeau, na figura de um guia supremo:

A figura do guia-supremo é uma necessidade para a permanência de um grupo social. É como se, consciente de sua incapacidade de se determinar e de ver qual é seu destino, o grupo tivesse a necessidade de ressuscitar a existência de um ser superior capaz de guiá-lo em meio aos acasos do tempo, à fortuna da vida e às peripécias do mundo (CHARAUDEAU, 2006, p. 154).

Já no que diz respeito ao *ethos* de inteligência, conforme Charaudeau, quando se trata do político, “a inteligência é percebida não em função da maneira como ele age e fala durante os acontecimentos políticos, mas também pelo que se pode apreender de seu comportamento

da vida privada” (p. 145). A partir desse *ethos*, deriva-se duas figuras: a de homem de bem (honnête homme cultive) e a astúcia (malícia).

Quanto à noção “homem de bem”, é possível considerar que funciona no imaginário o sentido “um homem culto não pode ser senão um homem de bem” (CHARAUDEAU, 2006, p. 145). Geralmente, associa-se essa figura ao político que herdou de sua origem social grande capital cultural (nos HGPEs costumam aparecer como um prospecto de currículo do candidato).

Sobre essa última, Charaudeau considera ser necessária pelo fato de a vida política ser uma confrontação perpétua entre forças antagônicas, sendo, às vezes, uma verdadeira guerra, “sobretudo em período eleitoral, quando parece que todos os golpes são permitidos” (2006, p. 146). Acrescenta à necessidade do político ter malícia o fato de as mídias na vida moderna ter adquirido grande importância, juntamente com seu funcionamento de jogar com falsas informações ou com notícias exageradamente dramáticas. Por essa razão, declara que “o político deve prever uma utilização deformada de suas próprias declarações e fabricar frases ambíguas que sejam diversamente interpretadas” (2006, p. 147). A malícia pode ser interpretada de forma negativa, sendo chamada de “duplicidade” ou de forma positiva, sendo interpretada como “habilidade”. Charaudeau cita ainda O Príncipe, de Maquiavel’ (“um príncipe não precisa possuir todas as qualidades citadas, basta que aparente possuí-las”), para explicar que o político pode ser astuto e digno de fé ao mesmo tempo, dando-lhe valor do poderoso.

Quanto a esse aspecto da astúcia na política funcionando na produção de sentidos quanto ao imaginário social de herói, ou ainda, de vilão, é relevante citar a noção de mentira como arte, proposta por Swift (2006). Logo de início, o autor traz breves reflexões acerca da inclinação da alma humana à mentira<sup>49</sup>, apresentando-a como tendência natural, latente da alma. Swift, ao discorrer sobre o que denominou de “arte da mentira política”, considerando-a um “Tratado bastante curioso” (p. 33), traça as principais regras e dicas, as quais deveriam “servir de modelo para a educação de um hábil príncipe” (SWIFT, 2006, p. 34).

Uma delas, que coaduna com o exposto desta seção, diz respeito às falsidades salutares (ou falsidades úteis), que podem ser fabricadas pelos “barulhos, rumores, notícias,

---

<sup>49</sup> Ressalta-se que o tom como o autor apresenta suas considerações sobre o exercício da política é irônico. As citações deste autor, circunscritas nesta pesquisa, devem ser compreendidas “pelo avesso”. Em termos discursivos, é como se o livro fosse escrito pelo viés do silenciamento, da censura, abrindo um espaço para dizer o que não se poderia dizer. Assim, suas contribuições ajudam a compreender o funcionamento ideológico dos discursos do campo político.

panfletos difamatórios que atacam a reputação daqueles que estão no poder e que possuem a autoridade em mãos” (SWIFT, 2006, p. 39). Acrescenta que há três tipos de mentira:

A mentira de adição dá a um grande personagem mais reputação que de fato lhe pertença; e isso para colocá-lo em estado de servir a alguma boa finalidade ou a alguma intenção que se tem. A mentira de maldizer, de depreciação, de calúnia ou a mentira difamatória é aquela pela qual se despoja um grande homem da reputação que adquiriu de direito, de medo que este (não) sirva ao detrimento do público. Enfim, a mentira de translação é aquela que transfere o mérito da boa ação de um homem a um outro homem, que se vê com qualidades superiores, e de um mérito acima do que se lhe oferece; ou pelo qual se exclui o desmérito de uma má ação àquele que a cometeu para transferi-lo a um homem que mereça ainda menos (SWIFT, 2006, p. 40).

Dessa tipologia, depreende-se uma lógica que reforça o funcionamento discursivo “herói *versus* vilão”, a qual aponta para questões quanto às falácias existentes no discurso político. A título de exemplificação: logo no início do segundo turno, a chapa do Partido Socialista Brasileiro (PSB) se posicionou a favor da candidatura de AN, possibilitando a irrupção de enunciados como este:

**AN:** Sou a partir deste instante, desta histórica manifestação do Partido Socialista Brasileiro, o candidato das mudanças verdadeiras. Isso, do ponto de vista pessoal, honrado e, por que não dizer, emocionado neste instante, porque passo a ter a responsabilidade de, no limite das minhas forças, levar pelo Brasil inteiro o legado de Eduardo Campos. (HGPE/TV, 09/10/14)

A maneira como tal apoio foi discursivizado pelo HGPE/TV de AN funcionou pela “mentira da translação”, isto é, o discurso se sustenta em dizeres falaciosos, pois o sujeito-político AN toma para si (não enquanto sujeito empírico, mas como discursivo) atributos de seu concorrente, produzindo sentidos que remetem à noção de *ethos* de chefe, pela figura de guia-profeta. O discurso se sustenta em um sofisma quando o sujeito-político AN se apresenta como tendo a responsabilidade de levar o legado daquele que, meses atrás, precisava desconstruir.

Assim, o estratagema da lógica herói *versus* vilão funciona, muitas vezes, por simulacros, por falácias, mas pelo fato de produzirem uma narrativa simples que reforça o imaginário social, reproduz os modos de produção das práticas discursivas do campo político, no que diz respeito à luta pelo poder.

### 3.3.2 “A vida imita o vídeo”: estratégia do engajamento

Segundo Rubim (2000, p. 96), o período das eleições demanda um forte investimento em comunicação por parte dos sujeitos-políticos, pois “[...] trata-se de comunicar idéias e propostas, convencer, argumentar, emocionar; enfim, de mobilizar mentes e corações em uma disputa, normatizada em ambiente público [...]”. Essa condição possibilita que os cidadãos/eleitores sejam convidados a participar da campanha, como prova de seu engajamento político em prol da cidadania.

Uma das formas de estimular o engajamento de um eleitor à campanha de um determinado candidato é simular uma espécie de contrato de comunicação nessa relação, tal como foi descrito em tópico anterior. Albuquerque (2004) denomina de “metacampanha” o recurso utilizado no HGPE que intenta desempenhar o papel de prestar contas, informando a respeito da campanha ou dos procedimentos eleitorais. A apresentação aos eleitores do andamento da campanha eleitoral, segundo a interpretação do próprio partido enunciador, é um exemplo desse tipo de funcionamento. Segundo o autor, essa estratégia contribui para minimizar os efeitos derivados da concentração da cobertura noticiosa daqueles candidatos que estão em vantagem nas pesquisas de opinião.

Outra forma de metacampanha descrita pelo autor e que pode funcionar como um contrato de comunicação é a dramaticidade como elemento de persuasão e engajamento: cenas de comício e carreatas, comentários sobre pesquisas de opinião pública, apelos para o comparecimento a eventos e a pedagogia do voto configuram-se como formas de incentivo ao sentimento de participação dos eleitores na campanha.

Albuquerque trata também sobre as adequações das emissões dos partidos ao formato de programas de televisão, denominando-as de “mensagens auxiliares”. Conforme o estudioso, os tipos mais recorrentes são o clipe e a vinheta. O primeiro possui imagens articuladas com o tema musical, tendo como principais funções a divulgação do *jingle* e a apresentação da identidade audiovisual da campanha, ambas direcionadas para a construção da identidade estética do candidato e seu respectivo partido. A vinheta geralmente desempenha o papel de demarcar as fronteiras dos programas, como seu início e término, ou entre as seções temáticas que compõem cada programa.

Percebe-se que o estratégia do engajamento não é uma ação isolada, pontual, mas se dá no processo comunicativo da propaganda política eleitoral. Há um imaginário social funcionando na relação entre engajamento e propaganda política. Sant’Anna, Junior e Garcia (2014), ao traçarem um panorama histórico do uso da propaganda pelo campo político,

explicam que, desde 1791, a ideologia<sup>50</sup> já vinha aliando-se aos exércitos para conduzir as guerras, sendo a propaganda uma estratégia auxiliar:

Visa-se criar internamente a coesão e o entusiasmo e instaurar no campo inimigo a desordem e o medo. Ao abolir, cada vez mais, a distinção entre frente e retaguarda, a guerra total oferece à propaganda, como campo de ação, não só os exércitos, mas as populações civis, pois, visando-as, atinge-se mais seguramente os exércitos, consegue-se mesmo sublevar essas populações, suscitando o aparecimento de novos tipos de soldados, homens, mulheres, crianças, na retaguarda do inimigo, espiões, sabotadores ou guerrilheiros (SANT'ANNA, JUNIOR & GARCIA, 2014, p. 336-337).

Mais adiante, os autores elencam os principais tipos de funcionamento na propaganda política, considerando-os como uma espécie de “leis”. Dentre elas, cabe citar o que denominam de “lei da unanimidade e de contágio”:

As massas modernas, deprimidas e incrédulas no tocante a si mesmas, são espontaneamente atraídas por aqueles que parecem possuir o segredo de uma felicidade que delas se afasta e aparentam poder estancar a sua sede de heroísmo; por tipos, por iniciados, donos do futuro. Quando o exemplo humano é coletivo, a irradiação é maior. As religiões políticas do mundo moderno suscitaram suas ordens e seus conventos a exemplo da Igreja Católica, agrupamentos de elites, escolas de quadros, campos de juventude.... Não há melhor agente de propaganda que uma comunidade de homens vivendo os mesmos princípios em um ambiente de fraternidade (SANT'ANNA, JÚNIOR & GARCIA, 2014, p.351).

Pelo exposto, é possível aproximar o estratagema do engajamento à noção de identificação, na tomada de posição de um determinado sujeito. Os efeitos de sentido (re) produzidos pelos enunciados de engajamento (geralmente atrelado às imagens de “crianças brincando de roda, jovens praticando esporte, ceifeiros que cantam” (ibidem, p. 351) constituem a determinação das práticas sociais e discursivas sobre o sentido de viver em harmonia com a sociedade, já que existe no pré-construído dos saberes da sociologia, por exemplo, que a pressão do grupo determina a opinião individual (conflito entre o coletivo e o provado).

Mobilizando as elucidações desses autores para a noção de engajamento abordada nesta pesquisa, é possível considerar que este estratagema se configura como um pré-construído, que funciona produzindo efeitos de sentido de patriotismo e de democracia.

---

<sup>50</sup> Os autores não explicitam a partir de qual posição teórica utilizam o termo ideologia. No entanto, pela leitura do material, pressupõe-se que seja o efeito de mascaramento das relações de dominação e de poder.

### 3.3.3 “Você conhece. Você confia”<sup>51</sup>: estratagemas do testemunhal

*“Quem conhece o Aécio, confia. Eu conheço há dez anos e confio bastante”  
(Junior Afroreggae em HGPE/TV de AN)*

Não é rara a presença de artistas em propaganda política eleitoral no Brasil. Excetuando as eleições de 1994, em que a Lei nº 8.713 de 30 de setembro de 1993 determinava ao HGPE a presença apenas dos candidatos e de seus respectivos vices, proibindo a de outras pessoas, dentre outras restrições (ALBUQUERQUE, 2004), o apoio dos “grandes nomes” da dramaturgia, da música e, por que não, do futebol, são tão indispensáveis à composição do HGPE quanto as propostas de governo do presidencial.

A estratégia do testemunhal também costuma funcionar muito bem com “pessoas comuns”; em entrevistas “aleatórias”, compostas por uma cenografia “comum” (feiras, comércios de ruas, igrejas, praças), as testemunhas dão seu “livre” depoimento a respeito da ineficiência do governo atual (isto quando o HGPE pertence ao candidato da oposição, o que é o caso do recorte desta pesquisa), exaltando as virtudes do presidencial da instância adversária. O testemunho dos familiares do candidato, protagonista da “novela eleitoral”, é muito bem-vindo para atribuir valor tanto ao próprio sujeito-político (“cidadão de bem”) quanto à marca da campanha eleitoral.

No campo da comunicação, a estratégia do testemunhal refere-se ao apoio ou depoimento a respeito de um produto/serviço. Segundo a definição apresentada pelo Código Brasileiro de Auto-regulamentação Publicitária – CONAR<sup>52</sup>, o testemunhal é “o depoimento, endosso ou atestado através do qual pessoa ou entidade diferente do Anunciante exprime opinião, ou reflete observação e experiência própria a respeito de um produto”. Por meio da opinião por parte dos consumidores, a imagem de uma determinada marca é reforçada, conferindo-lhe credibilidade. A utilização de celebridades, que podem funcionar também

<sup>51</sup> Este enunciado foi utilizado como slogan pela marca Volkswagen por mais de 10 anos (1998 – 2000), e, posteriormente, por outros setores mercadológicos, dos mais diversos ramos, desde a instalação de alarmes em estabelecimentos até a venda de toldos e persianas, o que permite produzir efeitos de sentido bem próximos do funcionamento uma máxima. A circulação “original” desse enunciado pela Volkswagen pode ser encontrada no endereço eletrônico <<http://www.vwbr.com.br/ImprensaVW/Release.aspx?id=62968491-4a5f-4254-9fc0-4490b2ba0c8e>>. Acesso em 08 dez. 2016. . Já exemplos de outras circunstâncias de enunciação em que tal enunciado está circunscrito estão disponíveis em <<http://www.b9.com.br/24486/advertising/voce-conhece-voce-confia/>>. Acesso em 08 dez. 2016. Em nosso material de análise, encontramos enunciados que, pelo efeito metafórico, permitem chegar ao slogan citado, como “Quanto mais pessoas conhecem Aécio, mais pessoas confiam em Aécio Presidente. ”; “Aécio eu conheço, eu confio. ”; “Quem conhece Aécio muda com Aécio”.

<sup>52</sup> Anexo Q – Testemunhais, atestados, endossos. Disponível em <http://www.conar.org.br/codigo/codigo.php>

como garoto (a)-propaganda, atribuem força de comunicação, contribuindo para a persuasão e adesão à marca.

Mobilizando esses conceitos para a perspectiva discursiva, o papel da testemunha pode ser compreendido como um lugar em que coexistem diferentes posições-sujeito possíveis, determinada por uma dada FD, as quais são afetadas pelo lugar que o sujeito ocupa na estrutura de uma formação social. Grigoletto (2005), ao discutir acerca dos desdobramentos da categoria sujeito, propõe uma distinção entre lugar social, lugar discursivo e posição-sujeito, distinção pertinente para o movimento analítico em relação ao funcionamento do papel da testemunha, pelo viés discursivo. Para a autora,

[...] o sujeito do discurso, ao mesmo tempo em que ele é interpelado/assujeitado ideologicamente pela formação social, ele se inscreve/ocupa um dos lugares sociais que lhe foi determinado. É o espaço do empírico. Na passagem para [...] o espaço discursivo, o lugar social que o sujeito ocupa numa determinada formação social e ideológica, que está afetada pelas relações de poder, vai determinar o seu lugar discursivo, através do movimento da forma-sujeito e da própria formação discursiva com a qual o sujeito se identifica (GRIGOLETTO, 2005, p. 5).

Grigoletto avança na descrição dessa distinção, explicando que o lugar discursivo é efeito do lugar social articulado com a estrutura da língua, que é materializada no intradiscurso. Mas essa relação não é unilateral; segundo a autora, o lugar social é construído pela prática discursiva, isto é, pelo efeito do lugar discursivo. Essa percepção indica que existe um duplo efeito de determinação “O lugar social é efeito da prática discursiva, mas, ao mesmo tempo, o lugar discursivo também é efeito da prática social” (ibidem, p.7). Desse modo, o lugar discursivo está no entremeio do lugar social, da forma-sujeito e da posição-sujeito e pode abrigar em seu interior diferentes e até contraditórias posições de sujeito. Acrescenta ainda que

O sujeito do discurso, ao se inscrever em um determinado lugar discursivo, vai se relacionar tanto com a forma-sujeito histórica e os saberes que ela abriga quanto com a posição-sujeito. Assim, a relação do sujeito enunciativo com o sujeito de saber e, conseqüentemente, com a posição-sujeito é deslocada para as relações de identificação/determinação do lugar discursivo tanto com a forma-sujeito histórica (ordem da constituição/do interdiscurso), quanto com a posição-sujeito (ordem da formulação/do intradiscurso) (GRIGOLETTO, 2005, p. 7).

Essas distinções de Grigoletto são pertinentes para elucidar como a estratégia do testemunhal será analisada no corpus. A partir dessa reflexão, é possível depreender a noção de que o sujeito do/ao discurso testemunhal fala de um lugar discursivo, o qual é determinado pelo lugar social de uma dada formação social. Ao mesmo tempo, é atravessado pela articulação entre forma-sujeito e posições-sujeito de uma determinada FD. Este sujeito será chamado aqui de sujeito discursivo-testemunha, pelo fato de essa nomenclatura indicar o entrelaçamento do lugar social, do lugar discursivo e da posição-sujeito afetando o sujeito de/a um discurso testemunhal.

Segue abaixo um breve exemplo, a fim de apresentar essa diferenciação e contribuir para o movimento analítico:

**Neymar Jr:** Estamos em um momento político importante e sei que cada voto vai decidir o futuro do nosso país. Não podemos ter votos nulos ou brancos neste momento. Cada voto será importante para a mudança do Brasil, para um país ainda melhor para os nossos filhos. Um país que mude para alcançar os nossos sonhos. Geralmente, a opinião pública trata o apoio de uma personalidade como oportunismo ou, a falta dele, como alienação. Não podemos ter medo de nos posicionar, é um direito nosso e democrático escolher um candidato. Dia 26, teremos duas opções, dois candidatos. Simples assim. Eu vou apoiar o candidato Aécio Neves, porque me identifico muito com as propostas que ele tem para o Brasil. (HGPE/TV/ AN – 24/10/14).

Considera-se que Neymar Jr (sujeito empírico) ocupa, em um primeiro momento, o lugar social de jogador de futebol. Na passagem do espaço empírico para o discursivo, Neymar Jr ocupa o lugar discursivo de testemunha. Os sentidos de prestígio e de status, acionados pela memória e que funcionam neste lugar social, refletem no processo de significação da formulação de Neymar Jr, conferindo credibilidade ao enunciado. Aliado a isso está o atravessamento da articulação entre a forma-sujeito da FD em questão (a FD peessedebista, que teria, neste caso, como forma-sujeito a identificação plena à AN como presidente da República) e a posição-sujeito (depreendida pela justificativa apresentada pelo sujeito discursivo-testemunha). O enunciado “Eu vou apoiar o candidato Aécio Neves, porque me identifico muito com as propostas que ele tem para o Brasil” representa, nessa relação, uma tomada de posição de identificação, que funciona pela incorporação ao discurso político (discurso-outro), e está materializada no enunciado “é um direito nosso e democrático escolher um candidato”.

Quando a estratégia de testemunhal faz uso de uma celebridade, o lugar social prevalece na determinação dos efeitos de sentido: a identificação se dá mais no âmbito da emoção do que da razão, pois, a identificação e adesão ao artista por parte da instância cidadã é transferida ao candidato do qual essa personalidade é testemunha. Ao observar a justificativa apresentada pelo sujeito discursivo-testemunha Neymar Jr, nota-se que o enunciado possui furos: com quais propostas “exatamente” ele se identifica?

Outra questão que deve ser levada em conta é a aproximação existente entre a estratégia do testemunhal (do campo da comunicação, que tem bases epistemológicas voltadas ao sujeito empírico/psicológico) e o lugar que o sujeito discursivo-testemunha ocupa (do campo da AD, que tem bases epistemológicas voltadas à determinação histórica atrelada a uma teoria da subjetividade de natureza psicanalítica) se dá no sentido de funcionamento discursivo: ambos buscam produzir o efeito de verdade. Assim, enquanto os saberes do campo da comunicação atrelam a estratégia do testemunhal à credibilidade, os pressupostos da AD consideram que a formação social está relacionada com as diferentes formações ideológicas, implicando a existência de relações de forças que disputam qual sentido (efeito de verdade) vai sobressair.

Assim, é à medida que as emoções correspondem a representações sociais (julgamentos, opiniões e apreciações) que podem desencadear sensações ou comportamentos, sendo utilizadas na tentativa de seduzir, ameaçar, aterrorizar, atrair o interlocutor / auditório. Com essa afirmação, Charaudeau (2006) define que um determinado discurso pode produzir um efeito emocional no interlocutor conforme a combinação de três fatores: a natureza do universo da crença ao qual o discurso remete; a encenação discursiva que pode parecer dramática, humorística, neutra; o posicionamento do interlocutor em relação aos universos de crença convocados, juntamente com o estado de espírito que esse interlocutor se encontra.

#### 4 A ARENA, PROPRIAMENTE DITA: ANÁLISE DA DESCONSTRUÇÃO DE DILMA ROUSSEFF PELO HGPE/TV DE AÉCIO NEVES

*“Xadrez é um jogo de guerra. Ou de política. [...] Não existe lugar para ética no tabuleiro. Há uma única pergunta: ‘Que movimento fazer para derrotar o adversário?’ Isso é verdadeiro para o jogo de xadrez, o jogo econômico e o jogo político”.*  
(Rubem Alves)

##### 4.1 “TUDO SE RESUME A UMA BRIGA DE TORCIDAS”? – BREVES CONSIDERAÇÕES ACERCA DAS CONDIÇÕES DE PRODUÇÃO DO SEGUNDO TURNO DAS ELEIÇÕES PRESIDENCIAIS DE 2014 NO BRASIL

Sabe-se que o cerne de uma análise sob os pressupostos da AD é levar em conta o batimento que se dá entre descrição e interpretação, articulando sobre essa tensão estrutura e acontecimento. A partir dessa perspectiva, os recortes discursivos analisados consideram as condições sócio-histórico ideológicas em que foram produzidos. Entretanto, antes de dar início às análises, é importante retomar algumas questões já discutidas para avançar na descrição do panorama em que a disputa eleitoral se travou.

Conforme discutido no capítulo três, as eleições podem ser consideradas um rito naturalizado, um momento esperado pela sociedade, muitas vezes traduzido como uma espécie de festa (RUBIM, 2000). E não é difícil aproximar o imaginário social dessa festa com o do futebol; não apenas no Brasil<sup>53</sup>, o esporte já funcionou como instrumento político, rememorando à política do pão e circo. Sem a pretensão de problematizar essa relação<sup>54</sup>, mas aproveitando-se da pertinência que a analogia entre política e futebol viabiliza quanto aos aspectos já tratados aqui, como a espetacularização da política, é possível perceber as eleições

---

<sup>53</sup> Ao discorrer sobre a relação entre política e futebol, Figols (2016) explica que muitos países nos períodos ditatoriais, como Espanha, Itália, Alemanha, Argentina e Brasil, viram no futebol uma oportunidade para conter as massas. O texto encontra-se no endereço eletrônico <<http://www.ludopedio.com.br/arquivancada/futebol-e-politica-os-fascistas-querem-a-bola/>> e deriva-se de sua pesquisa de mestrado: FIGOLS, Victor de Leonardo. **FC Barcelona: Entre o Global e o Regional (1988- 1999)**. Guarulhos, 2016. 135 f. Dissertação (Mestrado). Escola de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Programa de Pós-Graduação em História. Universidade Federal de São Paulo. Guarulhos, SP: 2016. Disponível em <[http://www.ludopedio.com.br/v2/content/uploads/Figols\\_M\\_-\\_FC\\_Barcelona.pdf](http://www.ludopedio.com.br/v2/content/uploads/Figols_M_-_FC_Barcelona.pdf)> Acesso em 8 jan. 2017.

<sup>54</sup> Na dissertação “A bola e o chumbo: futebol e política nos anos de chumbo da ditadura militar brasileira”, Chaim (2014) se propõe a explicar como a ditadura militar brasileira se aproximou do esporte para se promover politicamente. O trabalho na íntegra está disponível no endereço: <<http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/8/8131/tde-02042014-095412/pt-br.php>> Acesso em 8 jan. 2014.

presidenciais de 2014 como um momento muito esperado tanto pelos presidenciais, que disputavam o “título”, quanto para os eleitores/torcedores. Transcorrido pouco mais de um ano das manifestações de rua de 2013 (marcada pelo acontecimento discursivo “#vempraru”), as eleições presidenciais poderiam representar “o momento para se fazer valer à pena todo o esforço e toda a luta dos cidadãos engajados por um país melhor”<sup>55</sup> (não foi à toa que o slogan utilizado pelo Tribunal Superior Eleitoral foi “#vempraurna”<sup>56</sup>).

Nesse cenário, onze presidenciais, cada qual filiado a um partido<sup>57</sup>, disputavam o pleito no primeiro turno: Aécio Neves (PSDB), Dilma<sup>58</sup> (PT), Eduardo Jorge (PV), Eymael (PSDC), Levy Fidelix (PRTB), Luciana Genro (PSOL), Marina Silva (PSB), Mauro Iasi (PCB), Pastor Everaldo (PSC), Rui Costa Pimenta (PCO), Zé Maria (PSTU). Em um primeiro momento, a informação “cada qual filiado a um partido” pode ter aparência de evidência, uma vez que esta é uma das regras do jogo. No entanto, no decorrer da disputa eleitoral, o pertencimento a um determinado partido ou outro foi constitutivo no processo de desconstrução do adversário político, como será exposto nas análises. Para exemplificar que da mera informação “candidato e seu partido” é possível depreender efeitos de sentido que legitimam um candidato, ou talvez silenciamento, seguem dois enunciados, os quais constituem o corpus e que apontam para essa percepção:

**AN:** *Eu não sei por que lhe incomoda tanto eu dizer aqui que no DNA do Bolsa Família está sim o PSDB. A história não muda, candidata.* (HGPE, 15/10/14, recorte de debate político).

**AN:** *Eu deixo de ser um candidato de uma coligação, ou mesmo um partido político, para ser hoje um representante de um grande movimento de transformação que precisa ocorrer no Brasil.* (HGPE, 18/10/14, recorte de comício)

<sup>55</sup> Esta frase, propositalmente falaciosa, aponta para o funcionamento da norma identificadora no processo de interpelação ideológica dos sujeitos. Falaciosa porque, devido ao aspecto simbólico que constitui o imaginário social e o caráter heterogêneo dos sujeitos e dos discursos, há possibilidade de eleitores de candidatos distintos (filiações ideológicas distintas) reproduzirem exatamente essa mesma frase, mas com “objetivos” diferentes (sentidos diferentes sobre o que seja um país melhor, por exemplo). É por meio dessa “falha” que se concretiza o processo de interpelação em uma conjuntura de eleição, o qual funciona pela norma identificadora “aquele que deseja exercer plenamente sua cidadania, assim como o fez nas manifestações, deve votar”. Assim, o que está sendo posto são os sentidos de “exercício de cidadania”, o qual se configurou como um dos efeitos de sentido depreendidos das manifestações de rua de 2013.

<sup>56</sup> Disponível em <<http://www.tse.jus.br/eleicoes/eleicoes-anteriores/eleicoes-2014/eleicoes-2014>> Acesso em 04 mar. 2017.

<sup>57</sup> Em ordem sequencial, conforme exposto: PSDB - Partido da Social Democracia Brasileira; PT – Partido dos Trabalhadores; PV – Partido Verde; PSDC – Partido Social Democrata Cristão; PRTB – Partido Renovador Trabalhista Brasileiro; PSOL – Partido Socialismo e Liberdade; PSB – Partido Socialista Brasileiro; PCB – Partido Comunista Brasileiro; PSC – Partido Social Cristão; PCO – Partido da Causa Operária; PSTU – Partido Socialista dos Trabalhadores Unificado.

<sup>58</sup> Os nomes apresentados correspondem àqueles que apareciam na urna, conforme informação do TSE. Disponível em: <<http://divulgacandcontas.tse.jus.br/divulga#!/municipios/2014/680/BR/candidatos#%2F2014>> Acesso em 14 mar. 2016

Nota-se a contradição lógica entre esses dois enunciados, mas que apontam para um mesmo funcionamento discursivo: desconstruir DR enquanto adversário político. O candidato que se apresenta como aquele que tem orgulho em mostrar seu pertencimento ao PSDB é o mesmo que precisa silenciar as implicações (e as impossibilidades) de uma suposta parceria com todos os partidos oponentes, para então poder se apresentar como um representante do movimento de transformação. Os efeitos de sentido dessa relação entre candidato e partido serão detalhados nas análises.

Ainda sobre o cenário do primeiro turno nas eleições presidenciais de 2014, vale mencionar que o candidato que disputaria as eleições pelo PSB era Eduardo Campos, mas o presidenciável faleceu em um acidente de avião no dia 13 de agosto daquele ano, faltando menos de uma semana para o início do HGPE. Diante desse quadro, Marina Silva, que até então ocupava o lugar de vice-presidente na chapa do PSB, foi indicada para substituí-lo.

Em questões numéricas (índice de intenção de votos), pode-se considerar que o primeiro turno foi disputado prioritariamente por Dilma Rousseff, Aécio Neves e Marina Silva. Dilma manteve a liderança na maioria das vezes em que as pesquisas que aferiam o índice de intenção de voto foram realizadas. Ficou empatada com Marina entre final de agosto e início de setembro. O segundo lugar da colocação foi disputado por Marina e Aécio, o qual, no início da campanha, chegou a apresentar 14% das intenções de voto<sup>59</sup>. Em um movimento de declínio da candidata do PSB, concomitantemente à ascensão do candidato tucano, a disputa se travou de forma agressiva e conflituosa, possibilitando que a mídia apresentasse essa eleição como uma das mais acirradas desde as eleições de 1989<sup>60</sup>.

Dia 05 de outubro de 2014 havia chegado e o resultado das urnas apresentou Dilma Rousseff (DR) em primeiro lugar, com 41,59% dos votos válidos, seguida de Aécio Neves (AN), com 33,55% e Marina Silva, com 21,32% dos votos válidos<sup>61</sup>.

Assim, o segundo turno das eleições presidenciais de 2014 foi, como os antecedentes desde a redemocratização, disputado por um (a) presidenciável representante do PT e por um candidato representante do PSDB. A petista era candidata à reeleição e, caso vencesse, o PT permaneceria, pela quarta vez consecutiva, como o partido de situação. Já o peessedebista, no

---

<sup>59</sup> Disponível em: <<http://datafolha.folha.uol.com.br/eleicoes/2014/10/1526493-aecio-esta-tecnicamente-empatado-com-marina-dilma-rousseff-lidera.shtml>>. Acesso em: 01 fev. 2017

<sup>60</sup> A título de exemplificação, ao colocar no campo de busca do site do Google as palavras-chave “eleições”, “presidenciais”, “2014”, “Brasil”, “disputa acirrada”, uma série de reportagens são relacionadas. É sabido que o sistema de busca do Google não relaciona o mesmo conteúdo exatamente igual para seus usuários; os temas pesquisados, enquanto “hábito de consumo”, determinam a relação de busca apresentada pelo site. No entanto, não se pode ignorar esses enunciados que tiveram circulação e que contribuíram na constituição do imaginário social acerca das eleições de 2014.

<sup>61</sup> Dados disponíveis em: <<http://placar.eleicoes.uol.com.br/2014/1turno>>. Acesso em 01 fev. 2016

lugar de oposição, precisava aproveitar os reveses políticos, econômicos e sociais do país como oportunidade para responsabilizar e afunilar a culpa em sua adversária.

É possível afirmar que o HGPE/TV de AN veiculado durante o segundo turno das eleições de 2014 não fugiu à regra da espetacularização do ritual das eleições: o convite ao engajamento, à mudança ou as recorrentes dramatizações, que ilustravam (sob a perspectiva tucana) de modo simplificado o cenário econômico e social do país, produziram efeitos de sentidos que se assemelharam às provocações entre times futebolísticos. Desse modo, o “segundo tempo do jogo, logo após o apito do juiz”, iniciou-se com um tom de confronto e de provocações entre “as torcidas”, a começar pela forma como esse resultado (ou “placar”) foi discursivizado pelas campanhas petista e peessedebista:

**Apresentadora:** O Brasil que foi às urnas no domingo refletiu, votou com consciência e fez de Dilma a grande vencedora do primeiro turno, com mais de 43 milhões de votos. Ela venceu em 15 dos 27 Estados Brasileiros e foi a segunda mais votada em outros 10 Estados (HGPE/TV de DR, 09/10/14).

**AN:** Meu amigo, minha amiga, eu quero começar este segundo turno das eleições dando parabéns ao grande vitorioso desse último domingo, que foi você. Quem venceu de verdade o primeiro turno foi a imensa vontade de mudança do povo brasileiro, amplamente vitoriosa nas urnas (HGPE/TV de AN, 09/10/14).

A não relação interparafrástica entre esses dois enunciados permite ao analista rememorar as considerações de Pêcheux, quando analisa os enunciados sobre a vitória de F. Mitterrand pelo jogo metafórico que se deu a partir do enunciado “On a gagné” (deslocado do campo esportivo ao campo político). As significações diferentes para o mesmo fato reiteram a afirmação de que “o confronto discursivo prossegue através do acontecimento...” (PÊCHEUX, 2015, p. 20). Assim, por meio desta afirmação pecheutiana, o efeito de evidência da afirmação “tudo se resume a uma briga de torcidas”, a qual funciona muitas vezes como pré-construído para significar a disputa eleitoral, desestabiliza-se, dando lugar a uma perspectiva teórica-analítica que critica a afirmação do óbvio, como se buscou realizar, a seguir.

#### 4.2 O DISPOSITIVO METODOLÓGICO PARA ANÁLISE DO HGPE

As sequências discursivas (doravante SDs) analisadas nesta pesquisa compõem o HGPE/TV de Aécio Neves (AN) que teve circulação durante o segundo turno das eleições

presidenciais de 2014. No total, foram 25 programas transcritos, com duração de 10 minutos cada, cuja veiculação se deu em outubro daquele ano, entre os dias nove ao dia vinte e quatro.

Em um primeiro momento, como parte do processo de de-superficialização (PÊCHEUX & FUCHS, 1997; ORLANDI, 2013), foram separadas de cada programa, em ordem cronológica, as SDs que constituíram o objeto discursivo da pesquisa: desconstrução de Dilma Rousseff (DR), candidata adversária de AN naquele momento da disputa eleitoral. A nomenclatura de cada SD indica a data em que o programa circulou. Já a letra em caixa alta corresponde à sequência em que tais SDs foram organizadas. Por exemplo: a SD 09/10 D corresponde a um excerto que teve circulação no dia nove de outubro; a letra D aponta que foi a quarta sequência separada do programa exibido dia 09/10 (em ordem cronológica, sistematizada por dia). As letras “t” e “n”, em minúsculo, que aparecem em parte das SDs correspondem ao período em que o programa circulou (sendo “t” para tarde e “n” para noite). As SDs em que não há especificação do período correspondem àquelas retiradas dos programas que foram reservados para exibição em apenas um período, dispensando a necessidade de discriminação por não possibilitar conflito de nomenclatura por conta das datas.

Ao separar essas SDs, organizando-as por dia – na passagem entre a superfície linguística e o objeto discursivo –, observou-se que o nó discursivo, determinado pela relação entre o eixo da constituição (interdiscurso) e da formulação (intradiscurso), funcionava pela recorrência de sete temas: manutenção do poder, corrupção, inflação, competência, credibilidade, gênero e valores. Tal recorrência apontava para “a relação que existe entre diferentes superfícies linguísticas face ao mesmo processo discursivo” (ORLANDI, 2013, p. 66). Diante desta condição, as SDs passaram a ser organizadas conforme esses temas.

Os esboços de análise foram desenvolvidos a partir deste recorte, e permitiram avançar para o processo discursivo, isto é, para a relação das SDs com a ideologia, na busca de compreender como se constituíram os sentidos de seus dizeres. Neste gesto analítico, percebeu-se que os temas estabeleciam relação ou com o partido de DR, ou com seu governo ou ainda com a própria candidata, o que permitiu elencar três tipos centrais de funcionamentos discursivos que compuseram esse processo de desconstrução do adversário político desconstrução pelo partido, desconstrução pelo governo/ gestão e desconstrução pela candidata/pessoa.

Essa constatação permitiu vislumbrar que o processo discursivo de desconstrução de DR como adversário político estava sustentado no sentido que o HGPE/TV de AN atribuía ao termo “mudança”: enquanto o HGPE/TV de DR apresentava o sentido de mudança à noção de

“novo jeito de governar” (depreendido pelo slogan do segundo turno “Governo novo, Ideias Novas”) o HGPE/TV de AN apresentava o sentido de mudança exclusivamente pela troca do agente político (depreendido pelo slogan do segundo turno “A mudança é Aécio”). conforme o quadro abaixo:

<b>ALGUÉM (S)</b>	<b>MUDA (V)</b>	<b>ALGUMA COISA (O)</b>
Agente político	Ação	Objeto
<p>HGPE/TV de DR: “Governo novo. Ideias novas”: a mudança se concentra no objeto (novo jeito de governar)</p> <p>HGPE/TV de AN: “A mudança é Aécio”: a mudança se concentra no agente político.</p>		

Desse modo, a lógica que se estabelece deste esquema é que, se o agente político deveria ser substituído (DR por AN), o HGPE/TV de AN precisava apresentar argumentos que justificassem essa troca. Disso se depreendeu desconstruir o agente político, sustentado pelo tripé: partido (“A Dilma do PT”), governo (“A Dilma presidente”), candidato (A Dilma candidata mulher).

Foi proposto denominar de “formas de desconstrução” a relação entre os sete temas recorrentes e os três tipos centrais de funcionamento discursivo, justificando os subitens apresentados no sumário. Essas formas de desconstrução estavam atravessadas por um funcionamento discursivo em que era estabelecido um lugar para AN e outro para DR. Assim, percebeu-se funcionando uma “série de formações imaginárias que designam o lugar que A e B se atribuem cada um a si e ao outro” (PÊCHEUX, 1997, p. 82), isto é, foram notadas uma série de imagens projetadas, as quais designavam o lugar que AN atribuía a si mesmo e à sua adversária. Foi por meio desse jogo discursivo que os sentidos de desconstrução de DR se estabeleceram.

Essa escolha metodológica possibilitou que as análises fossem realizadas levando em consideração os deslizamentos de sentidos no decorrer da disputa eleitoral. Assim, a partir de uma segmentação horizontal (cronológica) como via de primeira entrada no arquivo, realizou-se um recorte que levou em conta o batimento entre estrutura e acontecimento, os efeitos metafóricos e a possibilidade do equívoco.

É importante deixar claro que muitas SDs analisadas apresentam mais de um tipo de funcionamento discursivo. Sendo assim, o critério de organização foi distribuí-las pelo funcionamento mais dominante. As marcas linguísticas e fragmentos dos enunciados foram destacados por sublinhado para ressaltar o funcionamento discursivo. Já as marcações em negrito correspondem aos efeitos de sentido depreendidos desse funcionamento.

#### 4.3 “E QUE OS JOGOS COMECEM...”: TIPOS DE DESCONSTRUÇÃO

Para compreender como se deu o processo discursivo de desconstrução de DR no HGPE/TV de AN, é relevante trazer o estatuto de cada partido, pois por meio deles é que serão traçadas as principais características da FD peessedebista e da FD petista.

O estatuto do PSDB apresenta a seguinte descrição a seu respeito:

O PSDB tem como base a democracia interna e a disciplina e, como objetivos programáticos, a consolidação dos direitos individuais e coletivos; o exercício democrático participativo e representativo; a soberania nacional; a construção de uma ordem social justa e garantida pela igualdade de oportunidades; o respeito ao pluralismo de idéias, culturas e etnias; às diferentes orientações sexuais e identidades de gênero e a realização do desenvolvimento de forma harmoniosa, com a prevalência do trabalho sobre o capital, buscando a distribuição equilibrada da riqueza nacional entre todas as regiões e classes sociais. (ESTATUTO DO PARTIDO DA SOCIAL DEMOCRACIA BRASILEIRA, 2013, capítulo II, art. 2º, grifo nosso)

Já o estatuto do PT apresenta o partido da seguinte forma:

O Partido dos Trabalhadores (PT) é uma associação voluntária de cidadãos e cidadãs que se propõem a lutar por democracia, pluralidade, solidariedade, transformações políticas, sociais, institucionais, econômicas, jurídicas e culturais, destinadas a eliminar a exploração, a dominação, a opressão, a desigualdade, a injustiça e a miséria, com o objetivo de construir o socialismo democrático. (ESTATUTO DO PARTIDO DOS TRABALHADORES, 2013, capítulo I, art. 1º, grifo nosso).

A partir dessas formulações, percebe-se, por exemplo, a dissonância do sentido de democracia entre esses partidos. O juízo de valor de cada um deles determinou a tessitura da materialidade linguística exposta: enquanto o primeiro discurso funciona pela manutenção dos modos de produção, o segundo apresenta marcas de resistência, apontando para a transformação dos modos de produção, permitindo ao analista detectar uma base voltada ao neoliberalismo no estatuto peessedebista e uma base direcionada ao socialismo no estatuto petista.

Depreendem-se desta condição determinados efeitos de sentido – “PSDB governa para a elite; PT governa para o povão” –, os quais são retomados nos processos discursivos entre sujeitos, e estes, por sua vez, ocupam lugares determinados em uma dada estrutura de uma determinada formação social. No caso do corpus desta pesquisa, AN reproduz enunciados que são próprios da FD peessedebista, ocupando a posição-sujeito de candidato da oposição.

No segundo turno, AN se coloca como uma espécie de porta-voz<sup>62</sup> de todos os brasileiros, ou melhor, de todos os brasileiros que são contra o PT. Ao “falar por” esses cidadãos/eleitores, AN os insere em sua FD, apelando para um ponto em comum: o desejo de mudança. Nesse sentido, ele seria o representante legítimo dessas vozes, que adeririam, pois, a sua campanha no segundo turno, conforme exemplo abaixo:

**Aécio Neves:** E a você, que me deu o seu voto, eu agradeço muito a sua confiança. A quem não votou em mim, mas votou na mudança, eu te convido a vir com a gente. E para você que escolheu não votar, que está tão indignado com a má política a ponto de abrir mão do seu direito de escolher o seu presidente, para você eu digo: no fundo, no fundo, você também quer mudar. Então eu te peço: dê mais uma chance à sua esperança, dê mais uma chance ao Brasil. Porque todos nós que acreditamos na mudança temos que saber superar as nossas eventuais diferenças e permanecermos unidos; só assim nós vamos transformar a nossa indignação em ação. (HGPE/TV/AN, 09/10/14).

Essa formulação aponta para o endereçamento do HGPE/TV de AN: seu discurso é destinado aos seus eleitores (primeira categoria), àqueles que votaram em outros candidatos no primeiro turno (segunda categoria) e para os que não votaram (terceira categoria). Merece destaque a forma como a segunda e terceira categoria de eleitores são nomeadas pelo sujeito-

---

<sup>62</sup> A noção de porta-voz pode ser depreendida quando Pêcheux (1990) explica sobre as novas condições de mundo, as quais foram possibilitadas pela transformação determinada pela ruptura do regime feudal (monárquico e religioso) e instauração do regime do “cidadão de direito” (por meio da Revolução Francesa, revolução socialista e revolução proletária). Essa “passagem de um mundo a outro” (PÊCHEUX, 1990, p. 9) foi determinante para que houvesse a necessidade de se ter um sujeito para representar o povo, o que permitiu a irrupção da figura do porta-voz. Zoppi-Fontana (1997), ao se debruçar sobre essa noção, explica que na relação imaginária de representação, que se estabelece entre o sujeito que toma a palavra em nome de outros, como um legítimo representante, é apagada a contradição desse lugar discursivo, contradição pelo duplo lugar do porta-voz: “como ator participante e como testemunha do acontecimento” (ZOPPI-FONTANA, 1997, p. 198). Esse apagamento se dá pela “legitimação jurídico-institucional do poder do Estado” (ibidem, p. 73), pelo novo “mundo das coisas” que havia se instaurado. Desta nova conjuntura, depreendeu-se o que a autora chamou de FD Iluminista/Elitista, que está atrelada à noção de cidadão de direito, apontando para a ilusão de unidade que afeta o sujeito, e de FD Pactista/Igualitária, que define o cidadão “a partir de sua participação numa prática política concreta” (ibidem, p. 84), produzindo como efeito de sentido a impressão de relação simétrica entre o governo e o povo. Outro trabalho de grande relevância para a compreensão da figura de porta-voz é o de Indursky (1995), ao estudar o “item lexical *povo* para examinar o modo como o sujeito desse discurso, ao representar o *outro*, assume funções enunciativas específicas - de *porta-voz* e de *mediador*.” (p. 102). Nesta classificação de vários tipos de “povo”, a autora considera a função enunciativa de porta-voz quando o sujeito se faz povo, isto é, quando ele se apresenta também como parte constituinte do povo (por isso é autorizado) e representa a “vontade coincidente”, isto é, a vontade comum de todos. Esses traços descritivos corroboram para identificarmos no corpus como AN se apresentou como porta-voz, a fim de desconstruir DR, seu adversário político.

político AN: por meio da designação “[a quem] votou na mudança”, determina-se o sentido do ato de não votar no PT, silenciando outros possíveis (votou em outro candidato pelas propostas, ou pela ideologia do partido ao qual pertence, por exemplo). Da mesma forma, o ato de não votar, que corresponde aos eleitores da terceira categoria, é justificado como “está tão indignado com a má política a ponto de abrir mão do seu direito de escolher seu presidente”, produzindo como efeito de sentido a culpabilização do PT e de sua candidata pelo descrédito daqueles que não votaram.

Além de reduzir todas as causas possíveis que levaram o eleitor a não votar em apenas uma, o raciocínio se constrói designando esses eleitores como aqueles que “no fundo, no fundo também querem mudar”. Ao significar os eleitores que no primeiro turno não votaram em DR nem em AN como sendo “aqueles que votaram na mudança/aqueles que querem mudança”, tanto o eleitor indeciso quanto o eleitor que ocuparia uma posição de “mau sujeito” em relação à FD petista, isto é, aquele eleitor do adversário que está mais suscetível à deriva, ao deslocamento, pode ser interpelado pela ideologia da FD peessedebista, por meio do processo de identificação, a qual se dá pela norma identificadora “aquele que quer a mudança/aquele que quer mudar”.

Notou-se que foi muito recorrente no HGPE/TV de AN frases de efeito reiterando que “Aécio é a verdadeira mudança”. Portanto, se ele se coloca como o agente da mudança, sua adversária precisaria sair (ou não continuar no poder), isto é, precisaria ser desconstruída como agente/sujeito-político que não leva à mudança, ao mesmo tempo em que indica um “mesmo” indesejável. Por meio desse funcionamento discursivo que se estabeleceu no HGPE/TV de AN, depreendeu-se o efeito de sentido da necessidade de mudança, mas “a mudança” compreendida pela FD do HGPE/TV de AN, isto é, a mudança como troca do agente político. Ao nomear os eleitores pelo fator “necessidade de mudança”, AN pode então se apresentar como o agente político que tem poder (legitimidade) para fazer acontecer (credibilidade) essa mudança, que é apresentada como sendo a mudança tão almejada por todos os brasileiros (“de bem”, conforme será exposto mais detalhadamente nas análises).

Assim, a seção a seguir busca demonstrar o sentido de mudança adotado pelo HGPE/TV de AN, o qual foi determinante no processo discursivo de desconstrução de DR enquanto adversário político.

### 4.3.1 Relação entre partido, governo e candidato e a necessidade de mudança

Nas SDs seguintes, o efeito de desconstrução de DR se dá pelo imbricamento dos três principais tipos de funcionamento discursivo, isto é, exigiria a aceitação da mudança como significando troca do agente político, apontando para a troca do candidato, do governo e do partido, o que implica a não continuidade de DR pela mudança/troca por meio de AN.

#### SD 09/10 D

**AN:** *A mudança que eu falo é aquela que dá ao Brasil o que ele mais precisa hoje: um governo que funcione, um governo que seja parceiro e resgate a confiança dos brasileiros no país e no seu próprio futuro, porque quando o governo não funciona aí as coisas ficam muito mais difíceis. Quando o governo é o problema, a vida de todo mundo vira também problema. A educação, a saúde, a segurança, a inflação, tudo vira problema.*

No nível da superfície linguística, nota-se que há a descrição definida de qual é a mudança necessária para o Brasil e como deveria ser um governo ideal, mecanismo que se dá por meio de orações subordinadas adjetivas: “a mudança que eu falo é aquela que” e “um governo que”, respectivamente.

Esta SD permite ao analista acionar a memória, vislumbrando, a partir do intradiscurso, determinados enunciados do HGPE/TV de DR a respeito do termo “mudança”, os quais funcionaram como parte das condições de produção para formulação e circulação de enunciados do HGPE/TV de AN, como a SD citada logo acima. Os slogans “Mais mudanças. Mais futuro” (referente ao primeiro turno das eleições presidenciais) e “Governo novo. Ideias novas” (referente ao segundo turno) nortearam a campanha eleitoral de DR, mas, para o recorte desta pesquisa, funcionaram como já-ditos que compuseram o interdiscurso e que foram retomados como memória, mas pela ressignificação da FD peessedebista.

Por meio de paráfrases, viabilizados pelas marcas linguísticas sublinhadas abaixo, tem-se a seguinte interpretação:

Fragmentos da SD 09/10 D	Paráfrases
<i>A mudança <u>que</u> eu falo <u>é</u> aquela <u>que</u></i>	Existe mais de um tipo de mudança. Se existe mais de um tipo de mudança e, por se tratar do segundo turno das eleições, logo há dois tipos de mudança: aquela proposta por AN e aquela proposta por sua adversária, DR.

<p><i><u>dá ao Brasil o que ele mais precisa hoje: um governo que funcione, um governo que seja parceiro e resgate a confiança dos brasileiros no país e no seu próprio futuro,</u></i></p>	<p>O Brasil não tem o que mais precisa, porque o governo atual não funciona, não é parceiro e fez o povo perder a confiança tanto em relação à pátria quanto ao seu próprio futuro. Se DR está no poder e o Brasil está precisando de um governo que funcione, então a gestão de DR não funciona.</p>
<p><i><u>porque quando o governo não funciona aí as coisas ficam muito mais difíceis.</u></i>  <i><u>Quando o governo é o problema, a vida de todo mundo vira também problema. A educação, a saúde, a segurança, a inflação, tudo vira problema.</u></i></p>	<p>Como o governo em vigência não funciona, e, por conta disso, virou um problema na vida de todos, então é necessário que haja uma mudança dessa condição.</p> <p>Se o governo de DR representa a atualidade e ele não funciona, então, a mudança proposta por ela também não funciona. Logo, a única mudança válida é aquela proposta por AN.</p>

Ao enunciar dessa maneira, outros ditos são silenciados, os quais são indesejáveis nesta situação discursiva. Apaga-se, por exemplo, o contexto de produção da época em que o país passava por uma crise mundial que, sob os efeitos da globalização da economia, poderia afetar qualquer governo inclusive o peessedebista, caso fosse o partido da situação. Por outro lado, é preciso silenciar pela interdição, que o governo petista, estando há anos no poder, vinha transformando essa crise em “marolinha”<sup>63</sup>, apresentando resultados positivos, ao resolver algumas questões sociais e econômicas graves. A fórmula “se diz ‘x’ para não (deixar) dizer ‘y’” (ORLANDI, 2007, p. 73) funciona quando se diz que “o governo é um problema” para não dizer, por exemplo, que “o governo petista já tinha sido solução”.

Como o HGPE/TV de AN está no lugar discursivo da instância adversária, portanto, no lugar de oposição, é previsível que o discurso da mudança seja recorrente nessa materialidade significativa. No entanto, o sentido de mudança atribuído pelo HGPE/TV de AN não se restringe ao sentido de crítica ao poder vigente; é necessário apagar quaisquer outros sentidos para “mudança”, para que prevaleça apenas aquele que deve ser dito pela FD peessedebista. Daí o slogan da campanha tucana: “A mudança é Aécio”. Essa constatação tem a ver com as elucidações de Orlandi, quando trata a respeito desse tipo de silenciamento:

Por aí se apagam os sentidos que se quer evitar, sentidos que poderiam instalar o trabalho significativo de uma “outra” formação discursiva, uma “outra” região de

<sup>63</sup> Lula, ao se referir à crise mundial ocorrida em 2008, declara: “Lá (nos EUA), ela é um tsunami; aqui, se ela chegar, vai ser uma marolinha que não dá nem pra esquiar”, minimizando os efeitos da crise americana no Brasil. Disponível em <<https://oglobo.globo.com/economia/lula-crise-tsunami-nos-eua-se-chegar-ao-brasil-sera-marolinha-3827410#ixzz4g2bztqY>> Acesso em 3 mai 2017.

sentidos. O silêncio trabalha assim os limites das formações discursivas, determinando conseqüentemente os limites do dizer (ORLANDI, 2007, p. 73-74).

Desse modo, o slogan do HGPE/TV de AN se sustenta ao desconstruir os outros sentidos possíveis em relação à mudança, principalmente aqueles operados pela campanha de DR. Enquanto o slogan “Governo novo. Ideias novas” indicava a possibilidade de um governo novo significar mudança no modo de gestão, mantendo o agente, o slogan “A mudança é Aécio” reduz a mudança ao agente (quem) e não ao objeto ou ao processo (O que? Como?), como no slogan petista.

Observa-se também que o discurso do HGPE/TV de AN tem um tom autoritário, marcado por enunciadores universais e modalizadores que produzem efeito de verdade, que trazem pré-construídos que não devem ser questionados. No entanto, a articulação da argumentação se dá por pressupostos falaciosos; ao inferir que o governo DR é um problema e, por causa disso, a vida de todos vira um problema, a relação entre causa e efeito se estabelece sobre a possibilidade de um erro de julgamento, pois “o que vem antes não é, necessariamente, a causa do que vem depois” (GARCIA, 2010, p. 322). Essa maneira simplista de explicar os eventos reitera as afirmações de Piovezani: “o discurso político simplifica a vida, porque classifica as palavras e as coisas, as pessoas e os grupos, e explica o mundo” (2009, p. 132).

Outro pressuposto falacioso pode ser depreendido pela designação presente no enunciado “*a mudança que eu falo é aquela que...*”: ao inferir que existe mais de um tipo de mudança, e a que atende às necessidades do país é exclusivamente aquela apresentada por AN, o enunciado produz um efeito de axioma, ou seja, a lógica se estabelece sobre a aparência de verdade inquestionável, dada como evidente por si mesma (efeito que fica mais explícito na SD 24/10t D), apresentando como “indemonstrável aquilo que é, apenas, o resultado da sua presunção, da sua ousadia, ignorância, malícia ou insuficiência de argumentação” (GARCIA, 2010, p. 319). Ora, não é adequado considerar que AN é o único capaz de promover a mudança que o Brasil precisa com o mesmo grau de certeza que se afirma que em qualquer triângulo retângulo, o quadrado da hipotenusa é igual à soma dos quadrados dos catetos.

Entretanto, desse processo de significação, depreende-se como efeito de sentido a figura de DR como a candidata que propõe uma mudança falsa. Esse raciocínio foi possível devido ao funcionamento do seguinte discurso: uma vez que a gestão de DR foi discursivizada como um governo que não funcionou e que representa um problema, deduz-se

que sua permanência não representa uma mudança verdadeira, pois uma mudança na qual permanece a mesma condição não pode ser considerada mudança de verdade.

As SDs abaixo também funcionaram por meio do conflito quanto ao sentido do termo “mudança”, apontando para o processo discursivo de desconstrução de DR pelo partido, pelo governo e pelo candidato.

Sequências discursivas	Paráfrases possíveis
<p><b>SD 09/10 H</b>  <b>Pastor Everaldo:</b> <i>O PSC optou pelo Aécio Neves porque representa a verdadeira mudança que esse país está precisando.</i></p>	<p>DR representa a falsa mudança que esse país não está precisando.</p>
<p><b>SD 14/10 F</b>  <b>Wanessa Camargo:</b> <i>Mudança de verdade é Aécio</i></p>	<p>Mudança de mentira é a Dilma</p>
<p><b>SD 21/10t<sup>64</sup> H</b>  <b>Rosamaria Murтинho:</b> <i>A gente não quer mudar? Não fomos para a rua o ano passado, o Brasil inteiro por mudança? Então, agora é a hora! Aproveita, porque a mudança de verdade, como a gente quer, é Aécio.</i></p>	<p>A mudança de mentira , como a gente não quer, é Dilma</p>
<p><b>SD 24/10t D</b>  <b>Tia Anastácia:</b> <i>O PT fica falando de mudança, pra mudar você tem que votar no Aécio</i></p>	<p>Para continuar como está é só votar na Dilma</p>

Essas outras formas de dizer o mesmo culminam na possibilidade do HGPE/TV de AN o apresentar como o candidato da mudança verdadeira. Ao verificar a recorrência dessa designação ao longo de todo o HGPE/TV de AN referente ao segundo turno das eleições presidenciais de 2014, o termo “mudança de verdade” apareceu quinze vezes; destas, sete estavam justapostas com o nome do candidato: “mudança de verdade é Aécio”. Os termos “a verdadeira mudança é Aécio”, “Aécio Neves porque representa a verdadeira mudança” e “pra mudar, você tem que votar no Aécio” funcionaram como sinonímia nesse jogo de representação. Da mesma forma, apesar de não serem ditos em nível do explícito, enunciados como “DR representa a falsa mudança”, “a falsa mudança é DR” e “pra não mudar, você tem

<sup>64</sup> Conforme exposto na seção de metodologia (4.2), as letras “t” e “n”, que acompanham algumas SDs analisadas, correspondem ao período do dia em que o programa foi transmitido, sendo “t” para indicar “tarde” e “n” para indicar “noite”.

que votar na Dilma”, através do deslizamento de sentidos, compuseram a matriz de sentido do HGPE/TV de AN e funcionaram como desconstrução de DR pelo raciocínio dualista “AN é o candidato da mudança de verdade *versus* DR é a candidata da mudança de mentira/falsa”, o que reitera a estratégia de simplificação utilizada pelo discurso político (e o efeito ideológico de evidência).

Um detalhe curioso presente na SD 21/10t H é a maneira como o enunciado se apresenta. Ao retomar as manifestações de 2013, é possível perceber o apelo publicitário presente nos termos “agora é a hora” e “aproveita”, funcionando de maneira semelhante aos recorrentes imperativos das promoções de redes varejistas. Esse atravessamento do discurso publicitário, o qual é reforçado pelo sujeito discursivo testemunha, apresenta o candidato AN numa espécie de “Black Friday” política, pois produz um efeito de urgência na decisão a ser tomada, exemplificando a faceta mercadológica da propaganda política eleitoral.

Ao designar DR como a candidata da mudança de mentira, sua credibilidade é afetada. Charaudeau (2006) define a noção de credibilidade no campo político como uma capacidade de dizer ou de fazer, explicando que ela é

[...] o resultado da construção de uma identidade discursiva pelo sujeito falante, realizada de tal modo que os outros sejam conduzidos a julgá-lo *digno de crédito*. [...] a credibilidade repousa sobre um *poder fazer*, e mostrar-se crível é mostrar ou apresentar a prova de que se tem esse poder. (CHARAUDEAU, 2006, p. 119).

Acrescenta que a credibilidade está relacionada com o *ethos* de sério (condição de sinceridade), com o *ethos* de virtuoso (condição de performance) e com o *ethos* de competente (condição de eficácia).

A partir disso, retoma-se a SD 09/10 D para interpretá-la, pelo efeito metafórico, funcionando com as sequências SD 09/10 H, SD 14/10 F, SD 21/10t H e SD 24/10t D. Por meio do deslizamento de sentidos, obtém-se ditos (em nível do implícito), que são apresentados abaixo:

Sequências discursivas		Sentidos produzidos metaforicamente
SD 09/10 D	AN: <i>A mudança que eu falo é aquela que dá ao Brasil o que ele mais precisa hoje: um governo que funcione, um governo que seja parceiro e resgate a confiança dos brasileiros no país e no</i>	O governo de DR não funcionou, o que demonstra a incapacidade de DR quanto ao “poder fazer”, isto é, lhe falta credibilidade.

	<i>seu próprio futuro, porque quando o governo não funciona aí as coisas ficam muito mais difíceis. Quando o governo é o problema, a vida de todo mundo vira também problema. A educação, a saúde, a segurança, a inflação, tudo vira problema.</i>	Como o governo de DR não funcionou, os brasileiros perderam a confiança em seu país e em seu próprio futuro. Isso significa que o governo de DR tornou-se um problema na vida de todo mundo.
<b>SD 09/10 H</b>	<b>Pastor Everaldo:</b> <i>O PSC optou pelo Aécio Neves porque representa a verdadeira mudança que esse país está precisando.</i>	DR afirma que fará um governo novo, com mais mudanças, mas uma pessoa que não foi capaz de dar o que o país mais precisa também não é capaz de cumprir o que está dizendo.  Portanto, sua mudança é de mentira e, por isso, DR não é digna de crédito.
<b>SD 14/10 F</b>	<b>Wanessa Camargo:</b> <i>Mudança de verdade é Aécio.</i>	
<b>SD 21/10t H</b>	<b>Rosamaria Murtinho:</b> <i>A gente não quer mudar? Não fomos para a rua o ano passado, o Brasil inteiro por mudança? Então, agora é a hora! Aproveita por que a mudança de verdade, como a gente quer, é Aécio</i>	
<b>SD 24/10t D</b>	<b>Tia Anastácia:</b> <i>O PT fica falando de mudança, pra mudar você tem que votar no Aécio.</i>	

Depreendem-se dessas SDs efeitos de sentidos que afetam a credibilidade de DR, contribuindo no processo de sua desconstrução. E, uma vez que a credibilidade do sujeito-político é colocada em xeque, sua legitimidade fica comprometida.

Sobre a relação entre credibilidade e legitimidade, vale mencionar a pesquisa realizada por Marques (2013), a qual traz reflexões teórico-analíticas acerca dos efeitos de legitimidade e de credibilidade no discurso propagandístico de DR nas eleições de 2010. A autora explica que a credibilidade é um elemento primordial nas disputas eleitorais, e que um dos aspectos que contribuem para se alcançar a legitimidade é o sujeito-político se mostrar crível, provando sua capacidade de realizar ações. Como resultado de sua pesquisa, foi constatado que DR enfrentou mais problemas quanto à legitimidade, mas que foram superados pela forma como sua candidatura foi discursivizada pela sua campanha.

Já no caso da presente pesquisa, o funcionamento discursivo se deu de forma mais recorrente sobre questões que afetam a credibilidade de DR, pelo fato de o discurso sobre ela estar atrelado ao sentido de confiança por parte da instância cidadã, ao “poder-fazer” do sujeito-político, ao seu currículo, o qual “dará credibilidade às suas propostas e tranquilizará os eleitores quanto ao seu comportamento no futuro” (LAVAREDA, 2009, p.55). É por essa razão que, no discurso do HGPE/TV de AN, o ataque estava mais voltado à noção de credibilidade, isto é, colocava-se em dúvida a capacidade do “poder-fazer” de DR.

Outra marca linguística que aponta para esse mesmo funcionamento discursivo foi o termo “(não) dar conta do recado”, presente nas SDs abaixo:

**SD 11/10n I<sup>65</sup>**

**Eduardo Costa:** *Se quem está no comando não dá conta do recado, o negócio é mudar. E nós vamos mudar com Aécio.*

**SD 14/10<sup>66</sup> E**

**Leonardo:** *O Aécio pegou Minas Gerais quebrada e em menos de 2 anos, colocou a casa em ordem, gente. Pode acreditar! O Aécio dá conta do recado.*

Essas SDs constituem a matriz de sentido de desconstrução pelo ataque à credibilidade de DR. O fato de esses enunciados serem proferidos por sujeitos que ocupam o lugar discursivo de testemunha permite que a referência ao sujeito-político DR fique mais explícita (“*se quem está no comando*”), sem refletir na produção de um *antiethos*<sup>67</sup> para AN. O sujeito testemunha, enquanto soldados a postos na batalha eleitoral, corrobora para a construção de credibilidade ao sujeito-político AN, pois assume o lugar discursivo que está assujeitado à forma-sujeito de “testemunha ideal”, isto é, para falar bem do presidenciável. No caso das SDs em que o sujeito testemunha é um artista, o efeito de credibilidade funciona também pelo processo de identificação do eleitor para com a personalidade; o artista “empresta” a sua imagem (legitimada e autorizada por ocupar este lugar social de grande visibilidade) aderindo a sua imagem à campanha do presidenciável que apoia.

A partir do gesto de leitura para compreender como o termo mudança foi trabalhado no HGPE/TV de AN, é possível avançar para as próximas seções, as quais contemplam a relação da mudança pela troca do agente político com a desconstrução do adversário político, a qual se deu quanto ao partido, ao governo e à própria candidata.

#### 4.3.2 A desconstrução do agente político pelo partido

O processo discursivo de desconstrução de DR pelo partido se deu pela forma como o HGPE/TV de AN discursivizou o PT, relacionando-o com os seguintes sentidos: o partido que visa à manutenção de poder, o partido que é corrupto e o partido de maus valores.

<sup>65</sup> Sequência repetida em 13/10t; 14/10;

<sup>66</sup> Sequência repetida em 18/10

<sup>67</sup> A pesquisa de Arcine (2012), ao descrever o modo de funcionamento do *ethos* e do *antiethos* de José Serra em HGPE/TV das eleições presidenciais em 2010, revelou a possibilidade de o sujeito-político produzir *antiethos* para si, devido à existência de pontos de deriva em seus discursos. A dissertação na íntegra está disponível em: <[http://www.ple.uem.br/defesas/def\\_raquel\\_de\\_freitas\\_arcine.htm](http://www.ple.uem.br/defesas/def_raquel_de_freitas_arcine.htm)> Acesso em: 31 jan. 2017

Nos próximos itens serão descritos como se deram esses modos de desconstrução, os quais produziram efeitos de sentidos negativos em relação ao PT, contribuindo no processo de desconstrução de DR como membro desse partido.

#### 4.3.2.1 Relação entre partido e manutenção do poder

As SDs que abrigavam a questão da manutenção do poder estão organizadas em três recortes, em função dos diferentes efeitos de sentido produzidos por esse funcionamento discursivo. O primeiro recorte traz as SDs que produziram o efeito de sentido de falta de respeito à democracia, conforme exposto abaixo:

##### Recorte 1 – A manutenção do poder gerando “falta de respeito à democracia”

###### **SD 09/10 C**

**AN:** *O segundo turno está apenas começando e podem acreditar, a luta vai ser dura. Os nossos adversários já mostraram que não têm limites quando o que está em jogo é o seu projeto de poder. Eu vou continuar apresentando a você propostas para melhorar a sua vida. Nós vamos falar aqui de ideias, vamos falar de ações para fazer o Brasil voltar a crescer, porque só crescendo nós vamos conseguir melhorar a saúde, a educação, a qualidade dos empregos, os salários, os benefícios sociais, a sua segurança.*

###### **SD 10/10 E**

**AN:** *Em relação ao Bolsa Família, não só vou mantê-lo como vou aprimorá-lo, porque para o PT interessa administrar a pobreza, eu quero a superação da pobreza. (recorte de debate político inserido em HGPE)*

###### **SD 10/10 M<sup>68</sup>**

**Apresentadora:** *Nesta eleição, para o PT, o inimigo é o Aécio.*

**Apresentador:** *Para o Aécio, a inimiga é a inflação.*

**Apresentadora:** *Para o PT, o inimigo é o Aécio.*

**Apresentador:** *Para o Aécio, a inimiga é a incompetência.*

**Apresentadora:** *Para o PT, o inimigo é o Aécio.*

**Apresentador:** *Para o Aécio, a inimiga é a falta de crescimento.*

**Apresentadora:** *Para o PT, o inimigo é o Aécio.*

**Apresentador:** *Para o Aécio, a inimiga é a corrupção.*

**Locutor off:** *E aí, quem você acha que está lutando pelo Brasil?*

###### **SD 12/10n A**

**Marina Silva:** *Não podemos mais continuar apostando no ódio, na calúnia, na desconstrução de pessoas e propostas apenas pela disputa de poder, que dividem o Brasil. O preço a pagar por isso é muito caro e a estagnação do Brasil com a retirada da ética, das relações políticas. É a substituição da diversidade pelo estigma, é a*

<sup>68</sup> Sequência se repete nos programas: 11/10t, 11/10n 13/10t, 22/10

*substituição da identidade nacional pela identidade partidária, raivosa, vingativa. É ferir de morte nossa democracia* (Coletiva de imprensa, inserida em HGPE).

**SD 23/10n A**

**Romário:** *Não vamos deixar esses que estão aí há 12 anos levar essa eleição na marra. Conto com a força do Brasil e do meu Rio de Janeiro, que votou em mim pela mudança. Para irmos juntos agora com Aécio, no próximo domingo vamos cravar 45 e votar na mudança. Mudança é agora, é Aécio, Brasil.*

A SD 09/10 C apresenta, no plano da superfície linguística, marcas que indicam o funcionamento discursivo em análise. Em “Os nossos adversários”, o artigo definido determina o referente; a construção no plural aponta que há mais de um adversário. A utilização do pronome pessoal em primeira pessoa do plural indica que esses adversários não são apenas de AN, mas são também do interlocutor (eleitor/telespectador).

Inicia-se daí o que se convencionou chamar nesta pesquisa de estratégia de engajamento: o enunciado de AN se propõe a interpelar o eleitorado a se engajar na luta quando apresenta o PT como os adversários não apenas de AN, mas dos brasileiros, já que o PT “não têm limites quando se trata de seu projeto de poder”. Em contrapartida, a sequência deste enunciado não permaneceu no plural; não apareceu, por exemplo, “nós vamos” ou ainda “eu e meus aliados vamos”, mas “eu vou continuar apresentando a você propostas para melhorar a sua vida”, o que produz o efeito de sentido de que o herói é apenas um: Aécio Neves. A generalização de que todos os que compõem o PT são adversários a serem combatidos e a personificação da solução na figura de um herói são funcionamentos discursivos que produzem sentidos de evidência, de naturalização.

É possível também depreender da SD 09/10 C paráfrases como “Os adversários (PT) pensam no poder. Aécio Neves pensa na vida de cada brasileiro.”; “O PT não tem limite, pois governa para si. Aécio Neves governa para cada cidadão”. Essa SD, ao estabelecer um lugar para o PT (“Os nossos adversários já mostraram que não têm limites quando o que está em jogo é o seu projeto de poder”) e para AN (“Nós vamos falar aqui de ideias, vamos falar de ações para fazer o Brasil voltar a crescer”), produz, pelo “não dito, mas presente” (ORLANDI, 2013, p.82), efeitos de sentido de que o PT não respeita a democracia, pois não fala de ideias e de ações para o Brasil crescer, o que indicaria, pelo simulacro feito pelo discurso peessedebista, que o PT não está preocupado em “melhorar a saúde, a educação, a qualidade dos empregos, os salários, os benefícios sociais” dos brasileiros. Nisso se sustenta que o discurso de que o PT não é apenas o adversário de AN, mas dos brasileiros.

A SD 10/10 E se sustenta pelo mesmo funcionamento discursivo de manutenção do poder gerando falta de respeito à democracia: ao apresentar a explicação “para o PT interessa administrar a pobreza”, o HGPE/TV de AN possibilita o eleitor concluir que o partido não quer acabar com a pobreza, porque é a administração da pobreza que o mantém no poder. E, um partido que coloca seus interesses (manutenção do poder) acima dos interesses da nação só poderia ser um partido não-democrático.

A SD10/10 M compõe essa matriz de sentido: por meio do paralelismo sintático, o funcionamento discursivo que se estabelece pode ser compreendido pelo que Maingueneau (2008a) chama de simulacro/tradução do Outro. A repetição da sentença “Para o PT, o inimigo é o Aécio” na comparação entre PT e AN funciona como uma “sentença arbitral”, julgando e condenando o PT como o partido que visaria exterminar seu concorrente, devido à ameaça que ele representaria ao seu projeto de manutenção do poder. Por este enunciado, o eleitor pode concluir que, enquanto o PT ataca o candidato AN, este, por sua vez, ataca os problemas causados, segundo a FD peessedebista, pelo governo petista. O jogo linguístico viabilizado por essa comparação permite também significar DR como sinônimo desses problemas elencados pela SD 10/10M: a inimiga é a inflação, a incompetência, a falta de crescimento e a corrupção. Pela lógica da comparação, se se fala “o inimigo é o Aécio”, a tendência, na proposição seguinte, é o eleitor “completar” o sentido como “a inimiga é a Dilma”. Como esse enunciado configura-se, pelos pressupostos discursivos, em uma censura, uma das maneiras que ele poderia ser formulado se dá na forma como foi apresentado.

A falta de respeito à democracia, enquanto efeito de sentido produzido, possibilita acionar do interdiscurso a memória sobre o regime totalitário. O raciocínio que se estabelece, a partir a noção apresentada pelo HGPE/TV de AN acerca da democracia, se sustenta pelas paráfrases “o PT está há 12 anos no poder, logo, isso é totalitarismo”, viabilizada pela SD 23/10nA; “o PT administra a pobreza para se manter no poder. Um partido que mantém a pobreza, não quer o bem comum a todos, logo, não é democrático”, viabilizada pela SD 10/10 E; “Um partido que substitui a identidade nacional pela partidária fere de morte a democracia”, viabilizado pela SD 12/10n A. Silencia-se, no entanto, que o PT está no poder pelo voto e, portanto, tem a legitimidade das urnas, não sendo, assim, um regime totalitário.

O segundo recorte reúne as SDs que produziram o efeito de sentido de aparelhamento do Estado:

## Recorte 2 – A manutenção do poder às custas do aparelhamento do Estado

**SD 10/10 B**

**Testemunha 2:** *Eu espero uma retomada do crescimento, eu espero um controle da inflação, eu espero o **desaparelhamento do Estado**.*

**SD 10/10 F**

**AN:** *Infelizmente, **as nossas empresas públicas e as nossas instituições foram tomadas por um grupo político que as utilizam para se manter no poder.** Essa é a grande realidade.* (recorte de debate político inserido em HGPE)

**SD 10/10 H**

**AN:** *Tem sido absolutamente claro, no que diz respeito à Petrobras, nós não vamos privatizá-la. Inclusive, um projeto de lei que proíbe a sua privatização é de autoria do PSDB. Mas eu vou reestatizá-la, eu vou tirá-la das mãos desse grupo político que tomou conta dessa empresa e está fazendo aquilo que nenhum brasileiro poderia imaginar, negócios há 12 anos, senhora presidente e senhora candidata.* (recorte de debate político inserido em HGPE)

No nível da superfície linguística, o termo “aparelhamento do Estado” está circunscrito, de forma explícita, apenas na SD 10/10 B. No entanto, a SD 10/10 F e a SD 10/10 H permite vislumbrar as redes de memória que significam o PT como um partido que teria como posição ideológica o totalitarismo e, por conta disso, faria uso da estratégia de aparelhar o Estado para se manter no poder, tal como é feito em regimes socialistas. Esse efeito de sentido conta com o silenciamento necessário de que partidos de direita também já fizeram, de certa forma, uso de um certo aparelhamento. Desse modo, o discurso da necessidade de trocar o agente político para impedir que o Estado continue sendo aparelhado, por meio das empresas estatais, é sustentado pelo efeito de evidência de que o PT (e somente o PT) é adepto de tal prática.

Entretanto, não se explicita o que é entendido como aparelhamento; pelos enunciados que compõem esse recorte, infere-se que o ato de contratar funcionários indicados pelo partido de situação corresponde a uma forma de aparelhamento do Estado. Tal constatação é falaciosa, tendo em vista que essa prática é lícita; o candidato eleito escolhe correligionários para montar uma equipe funcional que o ajude a governar. Dito de outra forma, aquilo que é apresentado pelo HGPE/TV de AN como aparelhamento de Estado corresponde a uma forma lícita de garantir a governabilidade do candidato eleito, é uma implicação do resultado das urnas.

O tom irônico presente no vocativo “senhora presidente e senhora candidata”, na SD 10/10 H aponta para a responsabilização de DR pelas ilegalidades da Petrobras. O

desconhecimento por grande parte da população dos reais deveres de um presidente da República favorece o sentido estabilizado de que a figura do presidente deve ser soberana e onisciente, reiterando as considerações de Charaudeau sobre a soberania política:

O soberano é sempre portador de uma voz cuja onipotência resulta de ela não se encontrar aqui, mas em um além inacessível, e ele não agiria a não ser guiado por uma espécie de “Mão invisível” [...] A soberania está, portanto, sob a tutela, mas ela é, ao mesmo tempo, o próprio poder tutelar [...] Ela representa uma verdade absoluta e se encontra depositária de um ideal social [...] Mesmo sendo da ordem da utopia, esse ideal deve ser concebido como acessível, em decorrência da gestão das coisas aqui e agora: os meios encontram-se sob o império da razão. Nisso o soberano pode ser julgado *responsável*. Ele é, ao mesmo tempo, o todo-poderoso e o responsável: ele é todo-poderoso – portanto, intocável – em nome de seu poder tutelar; ele é responsável – portanto, deve prestar contas – em nome da razão que estaria sozinha na origem do “bem fazer” (CHARAUDEAU, 2006, p. 69 - 70).

A partir desse imaginário construído pelo simbólico, isto é, da expectativa por parte da instância cidadã sobre a figura do presidente da República como sendo aquele que é capaz de realizar o ideal social neste mundo, as ilegalidades da estatal passam a ser significadas como uma prova da falta de legitimidade política de DR, o que, em período de eleição, apontaria para a troca do agente político.

O funcionamento discursivo de designar o PT como o partido que visa à manutenção de poder permitiu que irrompesse, ao longo do HGPE, discursos atrelados à noção de medo e de ameaça. Importa destacar que a noção de medo funcionou de maneira dupla: o HGPE/TV de AN define que o PT, por medo de perder o poder, provoca medo nos brasileiros. Esse efeito de sentido pode ser observado por meio do terceiro recorte:

Recorte 3 – A manutenção do poder pela instauração do medo e da ameaça

**SD 14/10 I<sup>69</sup>**

**Ator 4:** *Eles só pensam nos ricos.*

**Atriz 5:** *Eles vão acabar com os programas sociais.*

**Atriz 6:** *Eles são o passado.*

**Ator 7:** *Não vote no Aécio! Não vote no Aécio!*

**Atriz/Apresentadora:** *É assim que o PT quer amedrontar você: com fofocas e boatos.*

*Mentiras. Mas, na verdade, quem tem medo são eles. Medo de perder as eleições, o poder, os privilégios. Medo que se investigue a corrupção na Petrobras, as obras superfaturadas. Eles é que estão com medo. Porque sabem que a mudança já começou.*

<sup>69</sup> Sequência repetida em 15/10

**SD 17/10 A**

**Apresentador 2:** *Desde que o segundo turno das eleições começou, Aécio aparece na frente em todas as pesquisas liderando a preferência dos brasileiros para ser o próximo Presidente do Brasil. Esse sentimento de mudança e de renovação que se espalhou por todo o Brasil está assustando a candidata Dilma e o PT. Com medo de perder o poder, Dilma e o PT estão fazendo a campanha mais baixa, agressiva e mentirosa de toda a história recente democrática do Brasil. Afinal, do que eles têm tanto medo? Inventam fatos e números. Contam meias verdades, manipulam a verdade, para que você não conheça a realidade. Atacam e mentem sobre Aécio e o seu trabalho em Minas Gerais para tentar manchar a história do político competente e honrado que ele é. Mas, para Dilma e o PT, tudo isso parece não bastar. Não agridem apenas o candidato Aécio Neves, eles também agridem de forma covarde o filho, o pai, o marido, o irmão, o cidadão Aécio Neves. Milhões de brasileiros estão indignados com a campanha que vem sendo feita por Dilma e pelo PT. Porque sabem que o alvo dessa campanha de mentiras não é apenas Aécio, são os milhões de brasileiros que querem mudar o país. O Brasil que quer mudar já viu a enorme diferença entre as propostas e a mudança que Aécio representa e o ódio praticado por Dilma e o PT em sua campanha. Mas nós acreditamos que a esperança sempre vence o medo. E a verdade sempre vence a mentira. Candidata Dilma, as ofensas, as mentiras contra Aécio não vão esconder os graves problemas que o seu governo criou. Não vão esconder os escândalos na Petrobrás, não vão esconder que a inflação voltou e está assustando os brasileiros. O Brasil já escolheu mudar e a mudança é Aécio. Sabe por quê? Porque Aécio é o Brasil sem medo do PT.*

**SD 22/10 N**

**Marina Silva:** *Espalha o medo, parte para ataques pessoais, ao invés de debater projetos e soluções porque sabe que assim evita expor as fraquezas e os erros do seu governo.*

Na SD 14/10 I, a representação do PT se dá pela tradução discursiva realizada pela campanha de AN. Ao observar o plano da superfície linguística, este simulacro do Outro está marcado pelo enunciado “é assim que o PT quer amedrontar você”. Por meio de um jogo parafrástico, a partir da sequência do texto, é possível avançar do âmbito textual para o discursivo:

SD 14/10 I	Paráfrases
<p><i>É assim que o PT quer amedrontar você: com fofocas e boatos. Mentiras.</i></p>	<p>O PT quer assustar os eleitores.</p> <p>O PT, ao assustar os eleitores, os ameaça.</p> <p>O PT é um partido mentiroso, pois usa fofocas e boatos para desqualificar seu oponente.</p> <p>Um partido que assusta, ameaça e é mentiroso, não é digno de crédito e não merece permanecer no poder.</p>

<p><i>Mas, na verdade, quem tem medo são eles. Medo de perder as eleições, o poder, os privilégios.</i></p>	<p>O PT, para esconder que tem medo de perder o poder, tenta assustar os eleitores.</p> <p>Um partido que projeta o medo nos eleitores não visa o bem da população, portanto não deve permanecer no poder.</p>
<p><i>Medo que se investigue a corrupção na Petrobras, as obras superfaturadas. Eles é que estão com medo. Por que sabem que a mudança já começou.</i></p>	<p>O PT tem medo de ser descoberta sua corrupção.</p> <p>Se o partido é corrupto, corre o risco de perder o poder, e o PT quer se manter no poder.</p>

Diante do raciocínio argumentativo proposto por esta SD e do efeito metafórico como dispositivo analítico, nota-se o efeito de sentido construído para o PT, enquanto um partido que visaria à manutenção do poder e, sob a ameaça de perdê-lo, agiria pela coerção. Logo, esse partido não mereceria permanecer no governo, e DR se transforma em objeto interditado.

É relevante refletir sobre o jogo que se dá com a marca linguística “eles”: em um primeiro momento, na representação do PT, pela tradução, o pronome, apesar de indeterminado no texto, faz referência à AN e a seu partido, alusão possível pelo trabalho da memória (“o PSDB governa para os ricos”, “pobre não pode votar no PSDB”, por exemplo, além de retomar, também pelo simulacro, os enunciados das propagandas do PT<sup>70</sup>). Quando o fiador<sup>71</sup> finaliza a representação do adversário e se marca como enunciador, o pronome “eles” passa a fazer referência ao PT, mas com sentido negativizado de alteridade, isto é, como o

<sup>70</sup> Em maio de 2014, com o amparo da Lei nº 9096/95, foi veiculado em rede nacional uma propaganda televisiva do Partido dos Trabalhadores, com duração de um minuto, em que traz o seguinte texto: *Quando a gente dá um passo para frente na vida, precisa saber preservar o que conquistou. Não podemos deixar que os fantasmas do passado voltem e levem tudo que conseguimos com tanto esforço. Nosso emprego de hoje não pode voltar a ser o desemprego de ontem. Não podemos dar ouvidos a falsas promessas. O Brasil não quer voltar atrás.* A peça publicitária está disponível no endereço eletrônico <<https://www.youtube.com/watch?v=Iz-efmjMKIo>>. Acesso em: 12 nov. 2015

<sup>71</sup> A noção de fiador deriva-se dos estudos de Maingueneau (2002; 2008). Ao discorrer a respeito do *ethos*, mencionando “o laço crucial que mantém com a reflexividade enunciativa” (MAINGUENEAU, 2008, p. 64), o autor explica que essa condição implica a existência de uma instância subjetiva, a qual se manifesta por meio do discurso “como uma ‘voz’, associada a um ‘corpo enunciante’ historicamente especificado”(ibidem, p.64). Depreende-se disso que os enunciados, independentemente se são orais ou escritos, possuem um “*tom* que dá autoridade ao que é dito” (MAINGUENEAU, 2002, p. 98). Pontuamos que a noção de “instância subjetiva” que se manifesta no discurso será compreendida como efeitos de sentidos produzidos, os quais funcionam pelo nó discursivo que se dá entre o eixo do interdiscurso e o eixo do intradiscurso. Nesse sentido, essa voz associada a um corpo enunciante, que são historicamente especificados, funcionariam como pré-construído, memória discursiva, possibilitando esse efeito de sentido de “tom que dá autoridade ao que é dito”. Assim, no HGPE, a figura do apresentador e dos personagens funciona como o fiador do sujeito-político, que, juntamente com a cenografia (MAINGUENEAU, 2002; 2008), constituem a tessitura do HGPE.

Outro oposto (e repulsivo) ao Eu, beirando, de modo grotesco, ao slogan sartriano “o inferno são os outros”.

O funcionamento discursivo desse jogo linguístico tem a ver com a tomada de posição dos sujeitos: o eleitor, diante da encenação realizada pela campanha, se vê no lugar de juiz, por ter o poder de escolher quem está falando a verdade. Ao ocupar este lugar privilegiado, que é reiterado pelas especificidades do HGPE (imbricamento da linguagem jornalística, a qual denuncia o que está errado, com a linguagem publicitária, a qual intenta persuadir o consumidor, prometendo sua satisfação), o eleitor acredita possuir um trunfo: o livre arbítrio. Nesta condição, o processo discursivo desta sequência funciona produzindo o seguinte efeito de sentido: o eleitor esperto, diante da apresentação da “verdade”, não se deixa enganar e não se submete às ameaças e à imposição do partido que tenta amedrontá-lo com fofocas e boatos; O eleitor livre quer mostrar que é livre e, para isso, desobedece à ordem do partido que o oprime (“Não vote no Aécio!”), fazendo o oposto – votando no Aécio.

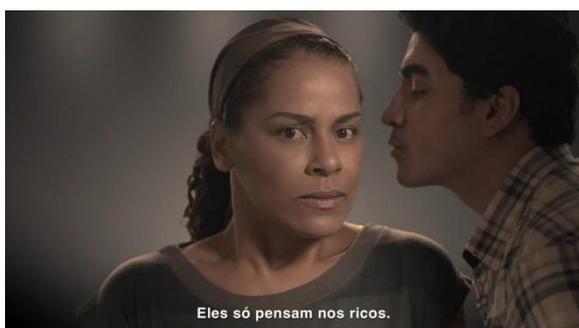
No entanto, dessa SD também ecoam sentidos que apontam para uma falha no ritual da interpelação ideológica. Retomando a concepção que a AD tem sobre as formas de funcionamento do silêncio, a noção de interdito e a de censura corroboram para a compreensão dessa falha. Para mobilizar essas noções, vale retomar a maneira como cada partido se apresenta em seu estatuto.

Conforme mencionado no início desta seção, a noção de democracia é compreendida pelos partidos diferentemente, indicando a tensão entre as formações ideológicas destes partidos: enquanto o PSDB “tem como base a democracia interna e a disciplina”, o PT se propõe a “lutar por democracia, pluralidade, solidariedade, transformações políticas”; o PSDB apresenta como seu objetivo “a consolidação dos direitos individuais e coletivos”, ao passo que o PT visa “construir o socialismo democrático”. Há certo conflito, que pode ser notado pelos léxicos “consolidação” *versus* “transformações”, “disciplina” *versus* “lutar”, “direitos individuais” *versus* “socialismo democrático”. Esta tensão possibilita, pelo efeito metafórico, que AN, na posição de candidato de oposição, traduza “transformações políticas” em, por exemplo, “aparelhamento do Estado”; o termo “luta” por “indisciplina”, ou ainda “socialismo democrático” por “totalitarismo”. Essas “traduções” são possíveis pelo funcionamento de pré-construídos, pela reprodução de já-ditos, os quais se dão nas projeções determinadas pelas Formações Imaginárias.

Assim, tais enunciados, por tecerem a rede de formulações constituintes do interdiscurso, viabilizaram que a enunciação correspondente à SD 14/10 I emergisse. Em uma tabela representativa, tem-se:

<b>FORMAÇÃO DISCURSIVA DO PSDB</b>	
DITO (EXPLICITAMENTE)	
<p>A construção de uma ordem social justa e garantida pela igualdade de oportunidades. A distribuição equilibrada da riqueza nacional entre todas as regiões e classes sociais.</p>	
DITO (PELO JOGO PARAFRÁSTICO)	
<p>A ordem social é justa porque distribui de forma equilibrada a riqueza.</p> <p style="text-align: center;">O PSDB garante igualdade de oportunidades.</p> <p style="text-align: center;">Se a oportunidade é igual para todos, então cada um é responsável pelo seu próprio futuro.</p> <p style="text-align: center;">           .... }                  .... } <i>Deslizamento de sentidos</i>                      .... }         </p>	
INTERDITO	CENSURA
O PT visa eliminar a dominação, a desigualdade e a injustiça.	<p>O PSDB governa para os ricos</p> <p>O PT governa para os pobres</p>

Ecoam sobre a lógica que rege a formação ideológica peessedebista fundamentos do positivismo, o que aponta para a meritocracia, para o sujeito que é livre para construir sua própria história. E, pelo fato de estar estabilizada a atribuição ao PSDB uma imagem de “partido de burguês”, a estratégia de comunicação do HGPE/TV de AN era desmitificar tais construções simbólicas, por meio da dramatização associada do simulacro do Outro:



Frame 01



Frame 02

Os enunciados “Eles só pensam nos ricos” e “Eles vão acabar com os programas sociais” funcionaram, em um primeiro momento, como tradução do discurso petista sobre o PSDB. A baixa iluminação, o predomínio de tons acinzentados, os atores estereotipados conforme o imaginário social de como aparenta o eleitor petista (cor da pele, cabelo, figurino), foram estratégias de comunicação para que o público-alvo (eleitores petistas) aderisse, pela coerção, ao apelo da mensagem. Em termos pecheutianos, tais enunciados, determinados pelas condições de produção da disputa eleitoral em questão, funcionaram pela reprodução de já-ditos, mas ressignificados segundo as regras da FD peessedebista (“fofocas”, “boatos”, “mentiras”), produzindo efeitos de sentido de negativização do PT, pelos quais os eleitores foram interpelados no processo de tomada de posição do sujeito.

No entanto, ao retomar essa memória, na “tentativa de desmascarar a intenção do adversário”, o imaginário social foi reforçado, isto é, o que estava no âmbito do não-dito, pela censura, deslocou-se, mesmo que traduzido, para o campo do dizível. Foi pela coerção que se deu o equívoco: ao fazer o simulacro do Outro, pela dramatização, um dos efeitos de sentido produzidos foi “deixar vaziar” justamente o discurso censurado da FD peessedebista, confirmando a concepção da ideologia como um sistema cheio de furos. Orlandi (2007, p. 77) explica que, na censura, “não se pode dizer o que se pode dizer”; ao representar como mentira os enunciados “eles só pensam nos ricos” e “eles vão acabar com os programas sociais”, o que era do campo do silenciamento deslocou-se para o campo do dito, acionando a memória e fazendo funcionar (e reproduzir) o discurso que o PSDB precisava apagar. Os raios de luz deste equívoco, que atravessaram as frestas da formação ideológica do HGPE/TV de AN permite vislumbrar o constante risco que o discurso político está sujeito: quando o canhão de guerra se transforma em um canhão de luz, iluminando os bastidores.

O funcionamento discursivo de manutenção do poder que produz como efeito de sentido a instauração do medo e da ameaça por parte do PT em relação aos brasileiros

possibilitou um deslocamento discursivo, o que pôde ser percebido SD 17/10 A, exposto no Recorte 3. Por meio do enunciado, “*Mas nós acreditamos que a esperança sempre vence o medo*” é possível recuperar do interdiscurso a frase pronunciada por Luiz Inácio Lula da Silva (Lula), ao ganhar o pleito em 2002 – “A esperança venceu o medo” –, entretanto, ressignificada pelas regras da FD peessedebista.

Para compreender como se deu esse deslocamento, é necessário descrever em quais condições de produção essa formulação emergiu. Em 2002, o PSDB era o partido de situação, com Fernando Henrique Cardoso (FHC) como Presidente da República. Para a disputa eleitoral daquele ano, como FHC já estava em seu segundo mandato, o PSDB havia escolhido o candidato José Serra (JS) para representá-lo, ao passo que o PT permanecia concorrendo com Lula, fundador do partido. Até aquele momento, nenhum candidato de esquerda havia vencido as eleições presidenciais brasileiras.

Todavia, a estimativa daquela eleição era de que Lula provavelmente seria o vencedor. Com a possibilidade da vitória petista cada vez maior, em um dos HGPE/TV de JS, a atriz Regina Duarte interpretou o seguinte texto<sup>72</sup>:

Eu estou com medo. Faz tempo que eu não tinha esse sentimento. Porque eu sinto que o Brasil nesta eleição corre o risco de perder toda a estabilidade que já foi conquistada. Eu sei que muita coisa precisa ser feita, mas também tem muita coisa boa que já foi realizada. Não dá pra ir tudo pra lata do lixo. Nós temos dois candidatos à presidência: um eu conheço, que é o Serra. O homem dos genéricos, do combate à AIDS. O outro eu achava que conhecia, mas hoje eu não o conheço mais. Tudo o que ele dizia mudou muito e isso dá medo na gente. Outra coisa que dá medo é a volta da inflação desenfreada, lembra? Oitenta por cento ao mês! O futuro presidente vai ter que enfrentar a pressão da política nacional e internacional, e vem muita pressão por aí. É por isso que eu vou votar no Serra, porque ele me dá segurança, porque dele eu sei o que esperar. Por isso eu voto 45, voto Serra, voto sem medo. (HGPE/TV de JS, 2002)

Com o resultado favorável ao PT, em meio às comemorações do comício, Lula declarou “A esperança venceu o medo!<sup>73</sup>”, ecoando sentidos bem próximos aos do “*On a gagné*”, proclamado quando o candidato de esquerda F. Mitterand saiu vitorioso nas eleições presidenciais na França. Vale ressaltar que o enunciado em análise não se configura como um acontecimento discursivo assim como o enunciado francês, mas produziu sentidos favoráveis à sua candidatura, configurando-se como um marco da vitória petista.

O enunciado “a esperança venceu (vence) o medo” não pode ser compreendido como uma formulação exclusivamente petista. As falhas presentes na língua e o tema recorrente no

<sup>72</sup> Disponível em: < <https://www.youtube.com/watch?v=DEeNSkXn5mY>>. Acesso em 10 dez. 2015

<sup>73</sup> Uma das reportagens em que consta tal exclamação pode ser conferida em <<http://www1.folha.uol.com.br/folha/brasil/ult96u41584.shtml>> Acesso em 07 fev. 2017

campo político possibilitam, pelo deslizamento, que tal enunciado seja mobilizado de acordo com as condições de produção e com as formações ideológicas de uma determinada conjectura. Se em 2002, o sentido de esperança e de desejo de mudança é atribuído a Lula, candidato pelo partido de oposição, doze anos depois, o mesmo enunciado emerge, mas os referentes são outros: o sentido de esperança e de desejo de mudança é atribuído a AN, reiterando a noção discursiva de que as palavras recebem seu sentido a partir da FD em que estão inseridas.

Da mesma forma, o termo “medo” permanece na estrutura, mas refere-se a coisas distintas em cada enunciação: em 2002, o medo era da mudança desconhecida, da instabilidade econômica voltar, enquanto que o sentido de medo em 2014 funcionou como medo da coerção, da ameaça provocada por um partido político. Tanto na primeira enunciação, em 2002, quanto na segunda, em 2014, esse enunciado emergiu do lugar de oposição, que atrela os sentidos de esperança ao de mudança positiva, ao crescimento, ao passo que a instância política em vigência (lugar de situação) imbrica os sentidos de medo à mudança para pior, ao retrocesso<sup>74</sup>.

A SD 22/10 N aponta para uma espécie de síntese dessa relação entre poder e medo. Conforme mencionado anteriormente, o sentido do termo “medo” funciona de maneira dupla: segundo as coerções da FD peessedebista, o medo (do PT) de perder o poder gera a ação de provocar medo nos cidadãos. A partir dessa explicação “das coisas do mundo” (PIOVEZANI, 2009), enunciados como este que compõe toda a SD 22/10 N, ou o que está presente na SD 14/10 I (“Eles é que estão com medo. Porque sabem que a mudança já começou”), ou ainda o que compõe a SD 17/10 A (“Porque Aécio é o Brasil sem medo do PT”) podem irromper e se apresentar como “evidência dos fatos”.

Do recorte 1 ao 3 foram destacados os efeitos de sentido produzidos na relação da desconstrução de DR pelo PT, como um partido que visaria apenas a manutenção do poder. O próximo item apresenta como o agente político DR foi desconstruído pelo funcionamento discursivo de atrelar o PT à corrupção.

---

<sup>74</sup> Ver nota 70, em que traz a transcrição de uma das propagandas políticas do PT utilizando esse mecanismo.

#### 4.3.2.2 Relação entre partido e corrupção

Outra questão presente no corpus analisado que funcionou como desconstrução de DR foi designar o PT como o partido atrelado à corrupção, o que visa derivar, via não dito, para o sentido de que DR também é corrupta. Ao acionar a memória discursiva que funciona pela interpelação a uma forma-sujeito que discursiviza contra o PT, é possível recuperar termos como “petralhas” ou “corruPTos”<sup>75</sup>, os quais se referem aos políticos filiados a esse partido e tiveram circulação antes mesmo do período eleitoral em questão, mas que foram retomados na forma de pré-construído para poderem significar, conforme o recorte abaixo:

#### Recorte 4 – O PT como partido intrinsecamente corrupto

##### **SD 16/10t E**

**Apresentador:** *Se eu falo a palavra “corrupção”, qual é o primeiro partido político que vem à sua cabeça? Se eu falo “inflação voltando”, em que governo você pensa? E se eu falo escândalos, desvio de dinheiro, Brasil parando, obras inacabadas, em qual dos candidatos a presidente você pensa?*

##### **SD 16/10n B**

**Apresentador:** *Petrobras, 61 anos de vida. Uma das gigantes do setor de energia no mundo. Produção diária de dois milhões quinhentos e trinta e nove mil barris de petróleo. Cento e quatro bilhões de reais em investimento. Quase trezentos e cinco bilhões em receita de vendas. Vinte e três bilhões, quinhentos e setenta milhões de reais de lucro em 2013. A polícia federal calcula que foi desviado da Petrobras um volume de dez bilhões de reais, ou seja, quase metade desse lucro da estatal. Uma empresa que para todos os brasileiros é motivo de orgulho, **para os corruptos é apenas a galinha dos ovos de ouro.***

##### **SD 16/10n C**

**Testemunha 1:** *O PT era um partido que no início todo mundo confiava, o Partido dos Trabalhadores. E hoje em dia a gente vê que não pode confiar mais.*

**Testemunha 2:** *Corrupção nesse país não tem mais condições, a gente quer mudança agora.*

<sup>75</sup> Para exemplificar como esses termos tiveram circulação, citamos uma formulação encontrada em um site, cujo endereço é “www.agrobrasil.com.br.” O próprio nome do site sugere questões agrárias (acionando a memória sobre polêmicas sobre essas questões), o que é reiterado pela frase temática, que explica para que o espaço se propõe: “POLÍTICA, CIÊNCIA, TECNOLOGIA e INOVAÇÃO com ênfase no Setor Agropecuário”. Uma das postagens, cuja data é seis de outubro de 2014 (segunda-feira, um dia após as eleições do 1º turno), traz um texto com o título “Não minta corrupto”, no qual as letras “p” e “t” estão grafadas em vermelho. O conteúdo do texto, dentre certos qualificativos negativos quanto ao partido e seus defensores, ensina como “defender o nosso candidato” (Aécio Neves, explicitado no texto), motivando seus adeptos a “botar esses corruptos a correr da polícia, a fugir pra Cuba” e orientando da seguinte maneira: “Para cada mentira, responda apenas isso: ‘não minta corrupto’”. Vale destacar que essa postagem está demarcada como oriunda de outra fonte, cujo nome é “Blog do Coronel”... O texto na íntegra pode ser acessado pelos endereços:

<<http://www.agrobrasil.com.br/2014/10/blog-do-coronel-eles-sao-sujos-e.html>>

<<http://coturnonoturno.blogspot.com.br/2014/10/eles-sao-sujos-e-corruptos.html>>

**Testemunha 3:** *Desviar dinheiro da Petrobras é falta de respeito, é falta de compromisso para com os brasileiros.*

**Testemunha 4:** *No lugar deles pegarem essas porcentagens da Petrobras e investir na própria Petrobras para gerar mais recurso, para gerar mais emprego e for bom para a economia do país, não. Usam para favorecer o partido do trabalhador. Já basta o escândalo do mensalão.*

**Testemunha 5:** *Eles ficam bem e a gente, ó...cada vez mais pra baixo.*

**Testemunha 6:** *Eu fico até bobo de a própria Dilma dizer que não sabe, que não sabia, que está inocente e não sabe de nada.*

**Testemunha 7:** *Na hora de assumir: “Oh, eu errei, eu me deixei levar, o dinheiro falou mais alto”, ninguém pega e assume, né? Fala: “Ai, eu não sabia”, que é mais fácil dizer: “eu não sabia de nada e eu fui enganado que nem vocês do povão”.*

**Testemunha 8:** *Pra mim não tem, o PT perdeu a credibilidade.*

**Testemunha 9:** *Então, é Aécio na cabeça e vamos pra frente mudar o Brasil. Se não mudar, quem é que vai mudar? Se continuar com a Dilma, o escândalo vai continuar a mesma coisa.*

Na SD 16/10t E, observou-se que a metáfora que funciona produz o efeito ideológico de afunilamento<sup>76</sup> de sentidos, a fim de personificar todos os problemas do país na figura de DR. Depreende-se das proposições que formam a SD em análise um processo de deslizamento de sentidos, em que se preservam (com as devidas adequações gramaticais) as estruturas 1 (a), 3 (c), e 5 (e), o que permite às estruturas diferentes ficarem ressaltadas, produzindo o efeito de sentido de desconstrução de DR pelo partido, pelo governo, pela candidata, funcionando pela desconstrução por valores, esquematizada na tabela a seguir:

<sup>76</sup> No documentário “O guia pervertido da ideologia”, de Slavoj Žižek, esse mecanismo de afunilamento como um efeito ideológico é muito bem explicado. O estudioso retoma o filme Tubarão (Jaws, 1975), explicando que as pessoas costumam ter muitos tipos de medo: seja de outras pessoas (como imigrantes, ou daquelas que consideramos estar abaixo de nós), de desastres naturais, de empresas ou de políticos corruptos. Nesse sentido, a figura do Tubarão representa esse efeito de concentração de todos os medos em um único mal, pois, dessa forma, a nossa relação com a realidade ficaria mais simples. A partir desse exemplo, podemos compreender que o processo ideológico do antissemitismo nazifascista funcionou com o mesmo raciocínio ideológico do filme: para justificar os problemas de ordem política, social, econômica, criou-se uma narrativa que explicava por que as coisas deram errado, silenciando que tais desordens eram fruto das tensões inerentes da sociedade capitalista, atribuindo a culpa como resultado de um intruso que vinha de fora, no caso, os judeus. Nota-se que essa narrativa, que explica a origem do mal, ao mesmo tempo em que simplifica a relação dos homens com a realidade, é um efeito de evidência muito recorrente nos discursos políticos e exemplifica a SD em análise, além de reiterar a noção de dramaturgia política, apontado por Charaudeau (2006), e de simplificação, por Piovezani (2009).

EFEITO METAFÓRICO					
Proposição (Prp)	Estrutura (Est)				
	1 (a)	2 (b, f, h)	3 (c)	4 (d, g, i)	5 (e)
<b>Proposição A</b>	Se eu falo	a palavra <u>corrupção</u>	qual é	o primeiro <u>partido político</u>	que vem à sua cabeça?
<b>Proposição B</b>	Se eu falo	<u>inflação voltando</u>	em que	<u>governo</u>	you pensa?
<b>Proposição C</b>	E se eu falo	escândalos, desvio de dinheiro, Brasil parando, obras inacabadas	em qual	dos <u>candidatos</u> a presidente	you pensa?
Prp A: a ...b... c... d... e ↓                    ↓ Prp B: a...f... c... g... e ↓                    ↓ Prp C: a... h... c... i... e					
<b>Est 2 (b, f, h)</b>			<b>Est 4 (d, g, i)</b>		
Em que: <i>b</i> está para <i>d</i> <i>f</i> está para <i>g</i> <i>h</i> está para <i>i</i>					
<i>b</i> = corrupção <i>f</i> = inflação <i>h</i> = escândalos, desvio de dinheiro, Brasil parando, obras inacabadas			<i>d</i> = partido <i>g</i> = governo <i>i</i> = candidato		
<b>Efeito de sentido:</b> Dilma Rousseff não pode ser reeleita porque seu partido é corrupto, seu governo não controla a inflação e em sua gestão houve escândalos, desvios de dinheiro e estagnação do país.					

Aliado a isso está a maneira como o HPGE/TV de AN mobilizou os sentidos a respeito da CPI da Petrobras, transformando um acontecimento político em efeito de

evidência de que o PT é o partido da corrupção, possibilitando enunciados como o da SD 16/10n B e da SD 16/10n C.

Em relação à SD 16/10n B, ao considerar as condições de produção em que esse enunciado foi formulado, é possível perceber os espaços vazios viabilizados pela construção da frase na voz passiva e pelo sujeito indeterminado, os quais são preenchidos pelos sentidos atribuídos pela FD peessedebista:

**Excerto da SD 16/10n B:** “*A polícia federal calcula que foi desviado da Petrobras [...]” (quem desviou?)*

Juntamente com essa afirmação, há no enquadramento do HGPE/TV de AN o recorte de uma reportagem sobre o caso, no qual é ressaltada a informação “Propina ao PT era paga a tesoureiro, diz ex-diretor”:



**Frame 03**

Ao fazer uso de uma informação jornalística, o HGPE/TV de AN distancia-se da responsabilidade da informação que está transmitindo (o que funcionaria pelo raciocínio “não sou eu quem está falando, saiu no jornal”), mas, ancorado na credibilidade da instância midiática, produz o efeito de verdade. A maneira como essa informação é transmitida induz o telespectador a deduzir que foi o PT que desviou mais de dez bilhões de reais, que o PT é o responsável pela corrupção na estatal. Todavia, são silenciados os outros partidos que estavam envolvidos no caso<sup>77</sup> e não se explica que os dez bilhões de reais desviados não correspondem ao valor do suborno. A partir desse jogo entre apagamento e enquadramento da notícia é que

<sup>77</sup> A reportagem utilizada no HGPE/TV pode ser encontrada no seguinte endereço  
<<http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:X7Qu9J9ROKgJ:www1.folha.uol.com.br/fsp/especial/189956-propina-ao-pt-era-paga-a-tesoureiro-diz-ex-diretor.shtml+&cd=1&hl=pt-BR&ct=clnk&gl=br>> Acesso em: 6 jan. 2017

emerge (e se reproduz) nesta SD o sentido de que o PT é o partido da corrupção, uma vez que o enunciado utiliza o termo “para os corruptos” para fazer referência ao PT.

Em relação à SD 16/10n C, nota-se que nessa sequência funciona tanto a dedução quanto a indução: Há uma premissa que se apresenta como universal (“*O PT era um partido que no início todo mundo confiava*”). Para sustentar essa tese, os argumentos se constroem sobre a indução; por meio dela “partimos da observação e análise dos fatos, concretos, *específicos*, para chegarmos à conclusão, *i.e.*, à norma, regra, lei, princípio, quer dizer, à *generalização*” (GARCIA, 2010, p. 308). O fato específico, neste caso, são as irregularidades que ocorreram na Petrobras, as quais funcionaram como justificativa para atribuir o efeito de verdade à tese apresentada.

Feito isso, retoma-se à tese (“*Pra mim não tem, o PT perdeu a credibilidade*”), agora já com efeito de ser universal, para apresentar a dedução “desejada” (ou, o efeito de sentido de desconstrução): “Dilma perdeu a credibilidade”, que se depreende pelo silogismo: “O PT não tem mais credibilidade. Dilma pertence ao PT. Logo, Dilma não tem mais credibilidade”.

Assim, os sentidos vão deslizando até culminarem na evidência, que na SD aparece como conclusão, de que a única forma de conter a corrupção é votar em AN. O artifício da generalização responsabiliza exclusivamente o PT quanto aos casos de corrupção. O caso do “mensalão” é retomado da memória discursiva, reforçando o funcionamento discursivo de associar o PT com a corrupção<sup>78</sup>.

A alternância entre os termos “o PT”, o “Partido dos Trabalhadores”, “Eles” “Dilma” amplifica o efeito de generalização, por reuni-los como sendo a mesma coisa, viabilizando a circulação de ditos em nível do implícito. Silencia-se que a atribuição de deveres de um partido não é a mesma que a de um sujeito-político, o que reforça a possibilidade de substituir o sentido de PT pelo sentido de DR e permite que se forme uma família parafrástica que

---

<sup>78</sup> É relevante citar a pesquisa de mestrado desenvolvida por Zampar (2014). Ao problematizar o imaginário acerca da corrupção no PT que funcionava na Folha de S. Paulo, e que se constituiu historicamente ao longo das eleições, foi constatado que o imaginário acerca da corrupção transcendia partidos políticos, ou seja, a corrupção era tida como característica da política nacional. A pesquisa revelou também que nas eleições de 1994 e 1998, a corrupção foi tomada como desrespeito às leis. Já nas eleições de 2002, a corrupção foi tomada como prática imoral, e nas de 2006 e 2010, como prática imoral e antiética. Depreende-se dessas constatações o fio discursivo de atrelar valores ao sentido de corrupção, quando esta se dá no PT. As conclusões do trabalho de Zampar servem de ponto de ancoragem para compreendermos que o imaginário acerca da corrupção do PT está atrelado aos princípios éticos e morais desde a eleição em que o partido se tornou o partido de situação, com a vitória de Lula, em 2002. E nas eleições de 2014, esse imaginário se reproduziu: nas SDs em que a desconstrução de DR se deu na relação entre partido e corrupção, funcionam questões de moral e de ética para significar o que é corrupção. Um exemplo desse funcionamento pode ser percebido no enunciado “Desviar dinheiro da Petrobras é falta de respeito”. Se o imaginário acerca da corrupção funcionasse pelo sentido que se deu em 1994 ou 1998, quando o partido de situação era o PSDB, talvez o discurso seria “Desviar dinheiro da Petrobras é ilegal”. O acontecimento histórico é o mesmo, o que muda é a maneira como se discursiviza...

culmina na desconstrução de DR pela imagem de corrupção atribuída ao partido ao qual pertence:

Fragmentos da SD 16/10n C	Sentidos possíveis pelas paráfrases
<i>O PT era um partido que <u>no início</u> todo mundo <u>confiava</u>, o Partido dos Trabalhadores. E <u>hoje em dia a gente vê que não pode confiar mais.</u></i>	O PT já foi um partido confiável, porque se intitulava como partido dos trabalhadores, isto é, que defendia os trabalhadores. Mas agora não é mais confiável, por causa da corrupção no país.
<i>Corrupção nesse país não tem mais condições, a gente quer mudança agora.</i>	Isso indica que o governo atual é corrupto e quem está no poder é o PT. Logo, para acabar com a corrupção, deve-se mudar de governo.
<i>Desviar dinheiro da Petrobras é falta de respeito, é falta de compromisso para com os brasileiros.</i>	Se o PT desviou dinheiro da Petrobras, e isso é falta de respeito e de compromisso para com os brasileiros, então Dilma não respeita nem tem compromisso com os brasileiros, porque Dilma é do PT.
<i>No lugar deles pegarem essas porcentagens da Petrobras e investir na própria Petrobras para gerar mais recurso, para gerar mais emprego e for bom para a economia do país, não. <u>Usam para favorecer o partido do trabalhador. Já basta o escândalo do mensalão.</u></i>	O PT usa os recursos públicos para seu próprio benefício. Foi assim com o mensalão, foi assim com a Petrobras. O PT fica com os benefícios das riquezas e o povo, que era para ser privilegiado pelo lucro da estatal, fica cada vez mais pobre.
<i>Eles ficam bem e a gente, ó... cada vez mais pra baixo.</i>	Não tem como a Dilma afirmar que não sabia de nada, porque ela é do PT e a corrupção aconteceu por causa do PT.
<i>Eu fico até bobo de a própria Dilma dizer que não sabe, que não sabia, que está inocente e não sabe de nada.</i>	Dilma não assume que errou e que se corrompeu, então afirma que não sabia de nada para parecer inocente, assim como o povo, que foi enganado.
<i>Na hora de assumir: “Oh, eu errei, eu me deixei levar, o dinheiro falou mais alto”, ninguém pega e assume, né? Fala: “Ai, eu não sabia”, que é mais fácil dizer: “eu não sabia de nada e eu fui enganado que nem vocês do povão”.</i>	Se o PT perdeu a credibilidade, todos os seus candidatos não são dignos de crédito, inclusive a Dilma, que quer enganar o povo falando que era inocente.
<i>Pra mim não tem, <u>o PT perdeu a credibilidade.</u></i>	Portanto, se o PT é corrupto, se a Dilma é do PT e não é inocente, então o único que pode acabar com a corrupção só pode ser Aécio, porque ele significa a mudança e Dilma significa a continuidade dos escândalos.
<i>Então, é Aécio na cabeça e vamos pra frente mudar o Brasil. Se não mudar, quem é que vai mudar? Se continuar com a Dilma, o escândalo vai continuar a mesma coisa.</i>	

Nesse processo de desconstrução de DR em função do partido, merece destaque o termo “Dilma e o PT”<sup>79</sup>, que emergiu em apenas um fragmento do HGPE/TV de AN, mas pôde produzir efeitos de sentido significativos nesse processo:

**SD 17/10 A**

**Apresentador 2:** *Desde que o segundo turno das eleições começou, Aécio aparece na frente em todas as pesquisas liderando a preferência dos brasileiros para ser o próximo Presidente do Brasil. Esse sentimento de mudança e de renovação que se espalhou por todo o Brasil está assustando a candidata Dilma e o PT. Com medo de perder o poder, Dilma e o PT estão fazendo a campanha mais baixa, agressiva e mentirosa de toda a história recente democrática do Brasil. Afinal, do que eles têm tanto medo? Inventam fatos e números. Contam meias verdades, manipulam a verdade, para que você não conheça a realidade. Atacam e mentem sobre Aécio e o seu trabalho em Minas Gerais para tentar manchar a história do político competente e honrado que ele é. Mas, para Dilma e o PT, tudo isso parece não bastar. Não agridem apenas o candidato Aécio Neves, eles também agridem de forma covarde o filho, o pai, o marido, o irmão, o cidadão Aécio Neves. Milhões de brasileiros estão indignados com a campanha que vem sendo feita por Dilma e pelo PT. Porque sabem que o alvo dessa campanha de mentiras não é apenas Aécio, são os milhões de brasileiros que querem mudar o país. O Brasil que quer mudar já viu a enorme diferença entre as propostas e a mudança que Aécio representa e o ódio praticado por Dilma e o PT em sua campanha. Mas nós acreditamos que a esperança sempre vence o medo. E a verdade sempre vence a mentira. Candidata Dilma, as ofensas, as mentiras contra Aécio não vão esconder os graves problemas que o seu governo criou. Não vão esconder os escândalos na Petrobrás, não vão esconder que a inflação voltou e está assustando os brasileiros. O Brasil já escolheu mudar e a mudança é Aécio. Sabe por quê? Porque Aécio é o Brasil sem medo do PT.*

Se na sequência anterior (SD 16/10n C), a alternância entre partido e candidato funcionava produzindo o efeito de generalização, nesta SD, a construção do termo “Dilma e PT” funciona pela lógica da encenação (CHARAUDEAU, 2006), da taxionomia “bem *versus* mal” (PIOVEZANI, 2009). Pelo termo “Dilma” o vilão é reconhecido, o mal é personificado, saindo do âmbito da abstração e se materializando, pelo jogo parafrástico, como a figura de uma candidata à reeleição que, “com medo de perder o poder”, agride tanto o candidato Aécio Neves e sua família quanto os “milhões de brasileiros [que] estão indignados com a campanha que vem sendo feita por Dilma e pelo PT”. Pelo termo “PT”, o problema é maximizado, pois, o fato de se tratar de um partido implica a existência de muitas pessoas envolvidas nesse “projeto de poder”<sup>80</sup>, que tem como alvo os “milhões de brasileiros que querem mudar o

<sup>79</sup> A SD em que se deu esse jogo linguístico possui como efeito de sentido dominante a instauração do medo, conforme exposto no Recorte 3. No entanto, foi relevante retomá-la neste momento para analisar especificamente o efeito de sentido produzido pelo termo “Dilma e o PT”, que foi atrelar o sentido de corrupção à DR de maneira mais direta.

<sup>80</sup> Ver SD 09/10 C, recorte 1.

país”, produzindo o efeito de sentido de que há um exército<sup>81</sup> (totalitário) a ser combatido por Aécio Neves e pelo “Brasil que quer mudar”.

O tom do enunciado se aproxima ao de um chamado para a guerra; um duelo que se trava entre “o Brasil que quer mudar” contra “o Brasil que quer continuar como está”, o “Brasil que está junto com Aécio, que é competente e honrado” contra “o Brasil que está junto com Dilma e o PT, que são mentirosos e corruptos”. Neste funcionamento, é apagado o partido de AN, para produzir o efeito de sentido de que aquelas eleições transcendiam a disputa polarizada entre PSDB X PT, convocando os eleitores a estarem engajados nessa luta, rememorando o estratagema do engajamento (ALBUQUERQUE, 2004; RUBIM, 2000), visto que a agressão também era direcionada a eles.

Depreende dessa SD o sentido de que o tucano, na empreitada de disseminar seu oponente vermelho, determina que “o Brasil já escolheu mudar”, dando como fato consumado, isto é, não abrindo margem para outra escolha, reforçando o efeito ideológico da evidência de que o Brasil quer Aécio Neves.

Atravessam também nesta SD questões acerca de valores morais, indicando a possibilidade de transferências. Estes “deslizes produzidos nas relações de paráfrase que instalam o dizer na articulação de diferentes formações discursivas” (ORLANDI, 2013, p. 79) funcionam, neste caso, produzindo sentidos para o jogo linguístico “Dilma e o PT” que estão atrelados ao de subversão: a articulação das noções que dizem respeito às questões quanto à ética (marcadas pelos termos “baixa”, “mentirosa”, “honrado” e “ódio”), as quais estão presentes tanto no campo da política quanto no campo religioso, associada à heterogeneidade estrutural de toda FD, possibilita, pela metáfora, recuperar da memória sentidos negativizados sobre o comunismo.

Ao pesquisar sobre a noção de contradição existente devido ao enunciado dividido, Courtine (2009), utiliza como corpus o discurso comunista endereçado aos cristãos, e retoma o Concílio Vaticano I, de 1870 para explicar como o socialismo e o comunismo eram discursivizados pela Igreja:

Particularmente, o comunismo, “doutrina” execrável, destrutiva até do direito natural (Pio IX, *Qui pluribus*, 9 de novembro de 1846), “seita bárbara”, incluído nas sociedades clandestinas no *Syllabus* (8 de dezembro de 1864), “peste mortal que, se inserido nos membros da sociedade humana, não a deixa descansar e lhe prepara novas revoluções e funestas catástrofes” (Leão XIII, *inscrutabili*, 21 de abril de 1878) [...] Em uma concepção organicista da sociedade como “corpo social” em que

<sup>81</sup> Em um primeiro momento, a noção de “exército” funcionou como efeito de sentido. Na semana seguinte, no dia 22 de outubro de 2014, o termo emerge materializado, dessa forma: “AN: Infâmias e gravíssimas mentiras são espalhadas contra mim nas redes sociais por um exército clandestino, anônimo” (SD 22/10 G).

as classes sociais (as “ricas” e as “pobres” participam da harmonia do todo, tal como se completam os membros do corpo humano), a luta de classes é concebida como o mal fundamental (COURTINE, 2009, p. 134).

Tomando esse enunciado como referência primeira de um imaginário social acerca do comunismo e do socialismo, é possível considerar, pelo trabalho da memória, que os dizeres sobre a postura política tida como “esquerda” vêm sustentando efeitos de sentidos que culminam na significação de “tudo aquilo que é mau”. Orlandi, ao prefaciar o trabalho de Mariani (1998, p. 10), explica que “na instância do político, a ‘direita’ sofre um processo de naturalização pelo qual é normal ser-se de direita; a esquerda, ao contrário, é um exercício de alteração do normal, sendo posto como aquilo que pode fazer o mal”. Acrescenta, reiterando Mariani, que o reconhecimento do comunista como “outro” produz sua rejeição, deslocando-o para o campo do mal. Assim, o comunista é significado como o “mau outro”, contra o qual se deve reafirmar “a docilidade, a cordialidade, a religiosidade cristã do brasileiro” (ibidem, p. 11).

Desse modo, do enunciado presente na SD 17/10 A, ecoa os sentidos pré-construídos a respeito da esquerda política. Apesar de não se poder dizer explicitamente, por exemplo, “Dilma e o PT são do mal”, a forma como a candidata e seu partido são significados permite que se retome os já-ditos acerca da esquerda, reproduzindo sentidos de que o PT, por ser um partido de esquerda, é inimigo do Brasil. Assim, a SD 17/10 A parece aglutinar os sentidos estabilizados acerca da “esquerda”, do “marxismo”, do “socialismo” e do “comunismo”, concentrando-os na figura do PT, o que se configura como um efeito ideológico. Passados mais de cento e quarenta anos, os sentidos de subversão, desordem, ecoam na SD 17/10 A, reforçando a lógica dualista do bem contra o mal; o efeito de sentido produzido por essa SD é que o mal (Dilma e o PT) deve ser extirpado da nação brasileira, por meio da única mudança possível, representada por Aécio Neves.

O Recorte 4 contemplou a relação entre partido e corrupção, a qual produziu como efeito de sentido a corrupção como característica intrínseca do PT. Porém, como o sentido de corrupção, quando associado ao PT, muitas vezes aparece atrelado às questões morais e éticas<sup>82</sup>, foi possível constatar que a corrupção também ecoou como efeito de sentido na articulação entre PT e valores, apontando para um movimento inverso ao apresentado no Recorte 4. Tal relação é exposta no próximo item.

---

<sup>82</sup> Ver nota 78.

## 4.3.2.3 Relação entre partido e valores

## Recorte 5 – O partido da falsidade/mentira

**SD 14/10 C**

**Locutor 1:** *Contra a mentira, o melhor remédio é a mudança. E a mudança é Aécio!*

**SD 15/10 A**

**Apresentadora 7:** *Hoje é o dia do professor. Junto com nossos pais, que, desde que nascemos nos ensinaram o que é certo e o que é errado, os professores são as primeiras referências que nós temos sobre o que são os bons valores. Aqueles que a gente tem que levar para toda a vida. Com nossos professores, a gente também aprende, desde cedo, **que é errado mentir, iludir, confundir para tirar proveito. Não é honesto.** Nesta eleição, o PT, mas uma vez, como sempre faz, vai para cima de seus adversários, desrespeitando e iludindo, inventando fatos para tentar ter o seu voto e permanecer no poder. Atacam Eduardo Campos, atacam Marina Silva e agora atacam Aécio. O PT, assim, está deseducando o Brasil. Mas eu tenho certeza que você, que teve professores que ainda guarda com carinho na memória, sabe o valor da verdade. Sabe o que é certo e o que é errado. E mais que isso, sabe quando o partido que está no poder precisa usar essas armas para vencer uma eleição, é porque está mesmo na hora de mudar. E no dia 26 quem vai dar uma lição de Brasil para eles é você.*

**SD 22/10 A**

**AN:** *Um momento de uma eleição é um momento extremamente importante na vida de qualquer nação. É momento de debates, é momento de confirmação de valores, de fortalecimento da democracia. Mas infelizmente não é isso que vem acontecendo no Brasil. **Essa eleição vai ficar marcada pela mentira, pela calúnia dos meus adversários, pela covardia.***

A SD 14/10 C apresenta DR como “a mentira” e AN como “mudança”. A taxionomia binária que se dá neste enunciado, porém, não correspondem exatamente a termos opostos, ou seja, a relação é mentira *versus* mudança e não mentira *versus* verdade ou continuidade *versus* mudança. Tal recurso linguístico possibilita que os espaços sejam preenchidos pelos sentidos atribuídos pelo HGPE/ TV de AN: “Contra a (mudança) de mentira, o melhor remédio é a mudança (de verdade)”.

No decorrer da campanha, é possível perceber que noção de mentira, a qual funcionou nesse tipo de desconstrução está atrelada à falta de valores morais, isto é, uma mentira associada à noção de perversidade. A SD 15/10 A traz marcas que viabilizam essa interpretação. O argumento se sustenta em princípios morais (“o que é certo e o que é

errado”), designando “o que são os bons valores”: “é errado mentir, iludir, confundir para tirar proveito. Não é honesto”. A partir dessa exposição, apresenta o PT como subversivo: “Nesta eleição, o PT, mas uma vez, como sempre faz, vai para cima de seus adversários, desrespeitando e iludindo, inventando fatos para tentar ter o seu voto e permanecer no poder. Atacam Eduardo Campos, atacam Marina Silva e agora atacam Aécio. O PT, assim, está deseducando o Brasil”. Em seguida, realiza-se o apelo, o qual funciona pela norma identificadora (PÊCHEUX, 2014a, p. 146): “Mas eu tenho certeza que você, que teve professores, que ainda guarda com carinho na memória, sabe o valor da verdade. Sabe o que é certo e o que é errado.” Pela paráfrase, a norma identificadora poderia ser: “Se você tem bons valores e, por isso, sabe o valor da verdade, não vota no PT”, o que implica na formulação oposta “ Se você vota no PT, significa que não tem bons valores, não sabe o valor da verdade, não sabe discernir entre o certo e o errado”.

É possível considerar que tal formulação produz um efeito de infantilização do eleitorado, tendo em vista que a elaboração dessa formulação se deu pela temática do dia do professor. Ora, o ato de ensinar como se deve votar (efeito de sentido produzido por essa SD) nesta composição discursiva de professor e bons valores, faz ecoar discursos presentes no período da ditadura, em que havia uma disciplina denominada Educação Moral e Cívica. Esta se propunha a construir valores na sociedade, os quais estivessem adequados ao ideal de segurança nacional<sup>83</sup>, adotada juntamente com a disciplina denominada Organização Social e Política Brasileira, ambas substituindo no currículo as matérias de Filosofia e Sociologia<sup>84</sup>. Ao discursivizar sobre PT como o partido que está deseducando o Brasil, inferindo que este possui um caráter subversivo, o discurso do HGPE/TV de AN deixa vaziar sua interpelação por uma forma-sujeito que se aproxima mais da ditadura que da democracia.

A SD 22/10 A reitera a noção de mentira atrelada à perversidade, produzindo como efeito de sentido a negativização do PT pela designação de que é um partido da mentira, da calúnia e da covardia. Tais efeitos de sentido possibilitam que o discurso deslize para atribuir ao PT a imagem de partido da indecência, conforme o recorte abaixo:

---

<sup>83</sup> GOMES, Rodrigo. Educação moral e cívica foi pensada para sustentar valores da ditadura. **Rede Brasil Atual**. Disponível em: < <http://www.redebrasilatual.com.br/cidadania/2015/05/educacao-moral-e-civica-foi-um-projeto-da-ditadura-para-construir-valores-sociais-1640.html>> Acesso em: 07 mar.2017.

<sup>84</sup> MENEZES, Ebenezer Takuno de; SANTOS, Thais Helena dos. Verbete EMC (Educação Moral e Cívica). *Dicionário Interativo da Educação Brasileira - Educabrazil*. São Paulo: Midiamix, 2001. Disponível em: <<http://www.educabrazil.com.br/emc-educacao-moral-e-civica/>>. Acesso em: 07 de mar. 2017.

## Recorte 6 - O partido da indecência

**SD 09/10 E**

**AN:** *O que nós queremos é ter de volta os bons valores que nós sempre tivemos. Meu amigo, minha amiga, eu comecei essa campanha convidando todos a serem bem-vindos a um novo jeito de governar, agora eu refaço esse convite: sejam bem-vindos os que querem a mudança, sejam bem-vindos os que querem um Brasil melhor, **sejam bem-vindos os que querem decência e querem respeito**. Sejam bem-vindos todos aqueles que, como eu, acreditam que nós temos um grande futuro pela frente.*

**SD 14/10 A**

**Locutor 1:** *A campanha da Dilma está faltando com a verdade quando diz que o governo de Minas não paga o piso salarial dos professores. Mas o próprio governo dela diz, ao contrário, que Minas paga sim. Está aqui, é um documento oficial. O advogado-geral da União, que responde diretamente à presidente, conclui: O salário inicial pago aos professores da rede estadual de Minas Gerais está em consonância com o piso salarial dos profissionais do magistério público da educação básica, previsto no artigo 2º da Lei Federal nº 11.738/08. **Como sempre, o PT adora apostar na confusão**. Está comparando banana com laranja.*

**SD 22/10 I**

**AN:** *A campanha adversária tenta me desqualificar do ponto de vista pessoal de todas as formas. **Chegaram a insinuar, de forma covarde, que eu poderia ser desrespeitoso com as mulheres**, ofendendo minha esposa, minha filha de 23 anos, minha mãe e todas as mulheres do Brasil. E eu pergunto a você: **por que tanto ódio? Por que tanto desrespeito?***

**SD 24/10n A**

**Locutor off:** *Atenção! A Revista Veja trouxe uma gravíssima informação em sua nova edição. Os doleiros Alberto Youssef, caixa do sistema de corrupção da Petrobras revelou à Polícia Federal e ao Ministério Público, terça-feira passada, que Lula e Dilma Rousseff tinham conhecimento das tenebrosas transações na estatal. Com o título "Eles sabiam de tudo" e a foto de Dilma e de Lula na capa, Veja reproduz um trecho do depoimento de Youssef na superintendência da Polícia Federal em Curitiba. Diz a revista: "Perguntado o nível de comprometimento de autoridades no esquema de corrupção na Petrobras, o doleiro foi taxativo: O planalto sabia de tudo!, mas quem no planalto, perguntou o delegado? Lula e Dilma, respondeu o doleiro". **No domingo, você pode dar um basta nesses escândalos**.*

Os termos “decência/decente” foram muito recorrentes e significativos na produção de efeitos de sentido que constituíram o processo de desconstrução de DR enquanto adversário político. Desde o primeiro turno<sup>85</sup>, estes sintagmas já estavam circunscritos no HGPE/TV de

<sup>85</sup> Em um dos programas do HGPE/TV de AN, exibido no dia 02 de outubro de 2014, às vésperas da eleição do primeiro turno, houve a circulação do seguinte enunciado: “**AN:** Andei pelo Brasil sempre me lembrando de onde as coisas começaram para mim. Começaram aqui, na minha São João del Rei, ao lado do meu avô Tancredo, caminhando por essas ruas e aprendendo muito cedo que **decência** e política podem e devem

AN, o qual estabelecia para o agente político em questão o lugar de um candidato/governo decente, possibilitando a inferência de que a candidata/governo DR não era decente. Esse efeito de sentido permaneceu no segundo turno, tanto que, logo no primeiro programa, exibido no dia 09 de outubro de 2014, tais marcas linguísticas estiveram circunscritas novamente, funcionando como uma forma de desconstrução de DR.

A norma identificadora presente em “sejam bem-vindos os que querem decência e querem respeito”, na SD 09/10 E, traça uma divisão entre os eleitores do PT (os quais, pelo jogo parafrástico, deduz-se que sejam “aqueles que não querem mudança nem decência”), e os demais brasileiros “que querem ter de volta os bons valores”. Por meio desse jogo linguístico é estabelecida a lógica do “nós *versus* eles”, em que AN se apresenta como o porta-voz daqueles brasileiros que, assim como ele, estão contra o PT<sup>86</sup>. Essa posição em que AN se coloca pode ser bem traduzida pelas palavras de Pereira (2013, p.2): “aquele que retoma o dizer da multidão representada, relatando supostamente seus anseios e suas necessidades, já que seu papel consiste em intermediar conflitos sociais e confrontar-se com um poder instaurado diante daqueles que representa”

O fio discursivo de atribuir ao PT a imagem de um partido indecente se mantém quando o HGPE/TV de AN, ao enunciar que a campanha de DR estaria faltando com a verdade, nomeia tal prática como algo previsível ao partido (“o PT, como sempre, adora

---

caminhar sempre juntas”. Disponível em <<https://www.youtube.com/watch?v=dE4Bib5rpWc>> Acesso em: 15 mar. 2017. Uma das possibilidades do tema “decente/decência” ter sido recorrente no HGPE/TV de AN encontra-se na forma como a mídia “em geral” retratou os ataques contra Marina Silva diante do alto índice de intenção de voto a esta candidata, logo após o falecimento de Eduardo Campos. A pesquisa de Nezo (2016) traz essa questão ao descrever o cenário político da reeleição de DR no imaginário midiático, mencionando o título de uma das capas da revista *Veja* - “A fúria contra Marina: nunca antes neste país se usou de tanta mentira e difamação para atacar um adversário como faz agora o PT” -, o qual, como visto, atribuía ao PT esse ataque agressivo à candidata pelo PSB. Outro exemplo da discursivização a respeito da reação do PT frente aos altos índices de intenção de voto à Marina pode ser conferido no artigo de Guzzo (2014), intitulado “O caráter fica”, no qual consta o seguinte enunciado: “Por ser negra, magrinha e de origem paupérrima, ou por lembrar que passou fome na infância, a concorrente Marina Silva é acusada de ser uma “coitadinha” – e uma pobre-diaba como ela, segundo Dilma, não tem condições de ser presidente [...] A complicação que o Brasil vive hoje vai além da **falta de decência**, de lucidez e de bons modos da campanha. Campanhas eleitorais são transitórias, mas os seres humanos que participam delas são permanentes. É uma pena, mas Dilma não vai mudar de caráter quando a campanha acabar - continuará sendo exatamente a mesma”. O artigo na íntegra está disponível em GUZZO, J. R. O caráter fica. **Revista Veja**. São Paulo: Abril, ed. 2392, ano 47, n. 39, p. 114, 24 set. 2014. Essa discursivização permitiu que, mais adiante da corrida eleitoral, após Marina Silva declarar apoio a AN, irrompesse enunciados como: “Atacam Eduardo Campos, atacaram Marina Silva e agora atacam Aécio. O PT, assim, está deseducando o Brasil” (Apresentador, em HGPE/TV exibido em 15/10/14, na pesquisa como SD 15/10 A); “As mesmas pessoas que chamaram Eduardo Campos de playboy agora me agridem. As mesmas pessoas que atacam Marina Silva, de forma cruel, se voltam agora contra mim. E vão se voltar contra qualquer um que ameace a permanência do PT no poder” (Aécio Neves, em HGPE/TV exibido em 22/10/14, na pesquisa como SD 22/10 F).

<sup>86</sup> Um exemplo de enunciado que compôs a matriz de sentido acerca do discurso de que era preciso tirar o PT do poder pôde ser observado materializado em uma das frases de efeito do HGPE/TV de AN do primeiro turno, exibido no dia 30 de setembro de 2014: “Aécio: o voto útil para vencer o PT”. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=1FuS46h3IG4>> Acesso em: 15 mar. 2017.

apostar na confusão”), reproduzindo o sentido de que aquele que adora uma confusão não pode ser decente. Funcionamento semelhante se dá na SD 22/10 I, pelo simulacro da campanha da petista, ao significá-la como aquela em que havia “ódio” e “desrespeito” e na SD 24/10n A, a qual funcionou o pré-construído de que a corrupção atrelada ao PT fere a moral e a ética. A partir disso, foi possível desdobrar outros sentidos atrelados à FD da moral e dos bons costumes compreendendo a “indecência” como um desdobramento da noção de corrupção, enquanto falta de respeito ou escândalo, por exemplo.

Assim, essa relação que se estabeleceu entre o PT e a noção construída para o termo decência aponta tanto para sentidos de manutenção do poder “a qualquer custo” quanto para sentidos de partido corrupto, isto é, a maneira como se discursiviza a corrupção, quando esta está atrelada ao PT.

Foi visto que a desconstrução de DR pelo partido se deu atrelando o agente político aos sentidos negativizados sobre o PT: o partido que visa à manutenção do poder (produzindo efeitos de sentido de falta de respeito à democracia, de aparelhamento do Estado, de instauração do medo e da ameaça); o partido que é corrupto (produzindo efeitos de sentido de que o PT é intrinsecamente corrupto); e o partido que tem maus valores (produzindo efeitos de sentido de partido da falsidade, da mentira e da indecência). Os jogos linguísticos que se deram nesse processo ora funcionavam pela generalização (Dilma e PT são a mesma coisa) ora pela memória em relação ao PT traduzida pela FD peessedebista (ecoando sentidos sobre o medo e sobre o comunismo). A estrutura que se estabelece neste tipo de desconstrução é que apenas a pessoa de AN, enquanto agente político, pode combater os males da sociedade brasileira, causados por DR e pelo PT, reforçando seu *ethos* de potência, desconstruindo o adversário político DR.

A seção seguinte corresponde a segunda grande regularidade que funcionou no processo discursivo de desconstrução de DR no HGPE/TV de AN.

#### **4.3.3 A desconstrução do agente político pelo seu governo/gestão**

A desconstrução de DR pelo seu governo corresponde ao segundo grande tipo de funcionamento discursivo, o qual articula discursos que justificam a necessidade de troca do agente político apresentando o governo de DR como ineficiente e sem crédito. Em termos mercadológicos, pode-se afirmar que o HGPE/TV de AN atribuiu ao governo da petista uma

série de posicionamentos<sup>87</sup> negativos, os quais refletiram na desconstrução de DR enquanto sujeito-político. Em termos discursivos, a desconstrução de DR pelo governo/gestão se deu por quatro formas de desconstrução: a relação da gestão com a inflação, credibilidade, competência e valores.

#### 4.3.3.1 Relação entre gestão e inflação

O recorte a seguir traz as SDs que discursivizaram sobre o governo/gestão de DR como aquele que negava a inflação afetando a economia no país.

#### Recorte 7 – Negação da inflação

##### **SD 11/10t A**<sup>88</sup>

**Antônio Ramalho:** *Presidente, este governo perdeu o controle da inflação que corrói os salários dos trabalhadores. O que o senhor vai fazer para controlar a inflação?*

**AN:** *Ramalho, você se lembra que foi o nosso governo lá atrás que acabou com a inflação. **E a atual Presidente da República acha que não tem inflação no Brasil.** Eu pergunto à senhora, que está me ouvindo agora, dona de casa, a senhora indo no mercado hoje, compra a mesma coisa que comprava há seis meses atrás? Claro que não! Por isso, Ramalho, no nosso governo é tolerância zero com a inflação.*

##### **SD 11/10n B**<sup>89</sup>

**Locutora 3:** *Saiu no jornal O Globo da quinta-feira passada: o secretário de política econômica do Ministério da Fazenda sugere que, por causa da inflação alta, os brasileiros devem trocar a carne por aves ou ovos. Se precisasse de uma prova definitiva da ineficiência do governo Dilma, agora não precisa mais. É uma informação oficial. A inflação está alta, mas dessa vez, a culpa não é da crise internacional. A culpa agora é de quem compra carne. Isso está errado e precisa mudar.*

<sup>87</sup> No campo mercadológico, o termo “posicionamento” é utilizado para se referir à forma como uma determinada marca vai apresentar ao mercado o seu diferencial (KOTLER, 2000; CORRÊA, 1986; LUPETTI, 2012). O posicionamento é uma estratégia de comunicação imprescindível para a construção da marca, independentemente de seu setor de atuação. Para posicionar um produto ou serviço de uma determinada marca no mercado, a publicidade faz uso, dentre outras estratégias, de recursos linguísticos como designação. Muitas vezes, para fortalecer seu posicionamento no mercado, as empresas utilizam o estratagema de reposicionar a concorrência: “o ponto crucial de um programa de reposicionamento constitui prejudicar um conceito, produto ou pessoa existente” (RIES; TROUT, 2002, p. 73). Como essa pesquisa tem como material de análise um conjunto de textos pertencentes ao gênero publicitário (propaganda eleitoral), é possível vislumbrar essa estratégia de comunicação, posicionando AN como candidato ideal e, concomitantemente, “reposicionando” DR como candidata a ser rejeitada. É importante esclarecer que a noção de posicionamento é compreendida nesta pesquisa a partir dos pressupostos discursivos de cunho materialista, e não sob a perspectiva do campo mercadológico. Preserva-se o termo, porém, para se referir ao funcionamento linguístico de designação e ao funcionamento discursivo do estabelecimento de lugares para si e para o adversário que se dá no jogo de posicionamento de si e reposicionamento do adversário, produzido como produto das formações imaginárias.

<sup>88</sup> Sequência repetida em: 14/10

<sup>89</sup> Sequência repetida em: 13/10t

**SD 11/10n C<sup>90</sup>**

**AN:** *A verdade é que tudo isso piorou e piorou muito desde que a Dilma assumiu o governo. Uma das principais conquistas nos últimos 20 anos, que foi o controle da inflação, a presidente Dilma agora está colocando em risco. Têm dois anos que eu falo isso: Olha a inflação está voltando e a presidente diz: Não! Ela está sob controle. E eu pergunto a você: você compra hoje com o mesmo dinheiro aquilo que comprava há meses atrás? Claro que não. A inflação está aí. Voltou e assusta a todos. E o que o governo faz para combatê-la? Pede a você para deixar de comprar carne e comprar frangos ou ovos. Essa é a política oficial de combate à inflação desse governo? Não! O Brasil não merece isso.*

**SD 11/10n D<sup>91</sup>**

**Testemunha 7:** *Manda eles comerem ovo e frango. Eu não. Eu quero comer carne. Eles que têm que diminuir o preço.*

**Testemunha 8:** *Eu não quero trocar a carne pelo frango. Eu mereço, eu trabalho, eu quero comer carne igual todo mundo come.*

**Testemunha 9:** *E a gente vai trocar a carne pelo frango? O frango também está caro. O frango pelo peixe? O peixe também está caro*

**Testemunha 10:** *Se vai no mercado, o arroz? Os olhos da cara! E pra ela está tudo bem, inflação está tudo certo, tudo controladinho. Mentira!*

**SD 11/10n E**

**Personagem 1:** *Rapaz olha essa notícia aqui. O governo está dizendo que para baixar a inflação o brasileiro tem que parar de comer carne pra começar a comer ovo!*

**Personagem 2:** *Oi, seu Zé! Me dá um quilo de carne.*

**Personagem 1:** *Ah, está aqui ó.*

**Personagem 2:** *Não, seu Zé. Eu quero carne.*

**Personagem 1:** *Ah, mas o governo está dizendo que a inflação só cai, se a senhora para de comer carne e começar a comer ovo. Então, vai trocar a carne pelo ovo?*

**Personagem 1:** *Eu não, eu vou é trocar de governo.*

**Locutor off 2:** *A mudança é Aécio.*

Para realizar um gesto analítico que contemple a noção de de-superficialização, é necessário trazer aqui um acontecimento enunciativo que ocorreu durante o período eleitoral, o qual possibilitou deslizamentos de sentidos, reforçando a produção de efeitos de sentidos de desconstrução de DR pela sua gestão. Ao justificar sobre os altos índices de inflação, Márcio Holland – que, na época, era o secretário de política econômica do Ministério da Fazenda – explicou que a alta no preço da carne era sazonal. Porém, o fato de ele considerar frangos e ovos como alimentos substitutos da carne bovina, ocasionou uma repercussão negativa, bem explorada pela instância midiática, em grande parte, com tom irônico, e retomado no

<sup>90</sup> Sequência repetida em: 13/10t

<sup>91</sup> Sequência repetida em: 13/10t

HGPE/TV de AN. Para entender como se deu o deslizamento dos sentidos da afirmação de Holland, vale trazer parte de sua entrevista<sup>92</sup>:

[...] Carnes, dentro dos itens de alimentação e bebidas, que teve uma variação positiva, de 0,78 [por cento], depois de três meses seguidos de deflação, as carnes tiveram um aumento, que vocês sabem, né? 3,17%, contribuindo aí para um aumento de produtos do grupo alimentação e bebidas de forma relevante. É bom que diga que no caso da carne, em particular, nós estamos no período de entressafra, nessa fase de confinamento, engorda, coincidindo com o período de seca, isso acaba elevando o preço unitário dessa engorda, o custo sobe e, ao mesmo tempo, você tem também aumentos de demanda externa pelo produto. Contudo, uma série de outros produtos substitutos, como frangos, ovos e aves ou, independente da forma como você vai olhar nos grupos dos substitutos da carne bovina vem apresentando um comportamento benigno neste ano. Pra se ter uma ideia, o frango, seja em pedaço, seja inteiro, teve alta em setembro, vocês têm esses números por aí, eu posso passar, mas acumula uma alta dentro do ano muito abaixo do IPCA, por exemplo, o frango inteiro, este ano, acumula uma queda de 0,67%, mesmo com alta de 1,18% em setembro. Então é um produto substituto da carne bovina que vem tendo um comportamento muito benigno para a população em geral. [...]. É sazonal a inflação neste período, ter este movimento, né? É um comportamento típico, particularmente por conta de alguns produtos da alimentação associados à proteína que tem a ver, como eu falei, do período de entressafra, seca, é... em geral, como é o caso da carne... É importante dizer que tem outros substitutos, a população precisa ficar atenta a isso. Também é importante dizer que diversos itens, e eu faço questão de enfatizar isso, do dia-a-dia, da mesa do consumidor brasileiro, estão apresentando, no mês de setembro, deflação, queda significativa de preços, como é o caso, que eu citei, de tomate, batata, óleo, feijão... são produtos muito importantes da mesa dos consumidores brasileiros. [...] Eu acho, por exemplo, uma situação importante pra destacar é que a inflação de alimentação e bebidas, por exemplo, neste ano, mesmo que esteja em movimento de alta agora no item, por conta de carnes, em setembro, ela está sendo menor do que foi nos dois últimos anos, o que é um bom indício de bom comportamento da inflação para a população brasileira.

É relevante trazer também uma das reportagens<sup>93</sup> sobre esse fato, pois funcionou como interdiscurso para a formulação a ser analisada:

#### **Com inflação alta, secretário sugere a brasileiro trocar carne por ave e ovo**

Secretário de Política Econômica diz que população têm várias opções para substituir produtos à mesa

BRASÍLIA - Diante da alta da inflação em setembro, pressionada pelos preços dos alimentos, o secretário de Política Econômica do Ministério da Fazenda, Márcio Holland, sugeriu que a população brasileira fique atenta à possibilidade de substituir produtos à mesa. As carnes subiram 3,17% no mês passado. Holland sugeriu que o brasileiro substitua o alimento por aves e ovos, que são mais baratos. “Há uma série de outros produtos substitutos (para a carne) como frango, ovos e aves (...) que vêm apresentando comportamento benigno neste ano”. Holland disse que a alta dos

<sup>92</sup> Entrevista disponível em <<https://www.youtube.com/watch?v=ApwjYp7wRRI>> Acesso em 09 fev. 2017

<sup>93</sup> A escolha pelo jornal o Globo se deu pelo fato do HGPE/TV de AN citá-lo como fonte de sua informação. O texto está disponível em <<http://oglobo.globo.com/economia/com-inflacao-alta-secretario-sugere-brasileiro-trocar-carne-por-ave-ovo-14188206#ixzz4YCOtzvsw>>. Acesso em 09 de fev. 2017

preços em setembro se deve, em parte, ao aumento sazonal de alimentos como a carne bovina em função de um período de entressafra, agravado por uma seca e pelo aumento da demanda internacional do produto. “É importante dizer que tem outros substitutos. A população precisa ficar atenta a isso”. Também é importante dizer que diversos itens do dia a dia da mesa dos brasileiros estão apresentando no mês de setembro deflação, queda significativa de preços, como é o caso que eu citei de batata inglesa, óleo, feijão. São produtos muito importantes da mesa dos consumidores brasileiros (O GLOBO, 08 de outubro de 2014).

O HGPE/TV de AN exibido no dia 11 de outubro de 2014, dois dias após esse acontecimento, dedicou boa parte do tempo para abordar esse assunto que, pelo simulacro, foi discursivizado da seguinte maneira:

Fragmento do Recorte 7

**SD 11/10n B**

**Apresentadora 2:** *Saiu no jornal O Globo da quinta-feira passada: o secretário de política econômica do Ministério da Fazenda sugere que, por causa da inflação alta, os brasileiros devem trocar a carne por aves ou ovos. Se precisasse de uma prova definitiva da ineficiência do governo Dilma, agora não precisa mais. É uma informação oficial. A inflação está alta, mas dessa vez, a culpa não é da crise internacional. A culpa agora é de quem compra carne. Isso está errado e precisa mudar.*

**SD 11/10n C**

**AN:** *A verdade é que tudo isso piorou e piorou muito desde que a Dilma assumiu o governo. Uma das principais conquistas nos últimos 20 anos, que foi o controle da inflação, a presidente Dilma agora está colocando em risco. Têm dois anos que eu falo isso: Olha a inflação está voltando e a presidente diz: Não! Ela está sob controle. E eu pergunto a você: você compra hoje com o mesmo dinheiro aquilo que comprava há meses atrás? Claro que não. A inflação está aí. Voltou e assusta a todos. E o que o governo faz para combatê-la? Pede a você para deixar de comprar carne e comprar frangos ou ovos. Essa é a política oficial de combate à inflação desse governo? Não! O Brasil não merece isso.*

A justificativa apresentada por Holland permitiu que irrompessem enunciados de crítica, e um dos efeitos de sentidos produzidos foi a responsabilização do governo de DR pela declaração do secretário. A maneira pela qual o enunciado foi construído indica os deslizamentos de sentidos que a enunciação<sup>94</sup> sofreu ao ser retomada pelo HGPE/ TV de AN.

<sup>94</sup> Entendemos “enunciação” da mesma forma como foi mencionada por Zoppi-Fontana (1997, p. 76), ao citar Guimarães: “um acontecimento de linguagem perpassado pelo interdiscurso, que se dá como espaço de memória no acontecimento”, o que implica que cada enunciação possui suas especificidades. Também concordamos que os enunciados, mesmo se reproduzidos *ipsis litteris* não produzem exatamente os mesmos efeitos de sentido, pois cada enunciado é determinado pelas condições sócio-histórica e ideológicas da situação enunciativa em que foi formulado e teve circulação. Nossa proposta não é identificar a intenção do HGPE ao retomar o enunciado da

Relação parafrásticas		
Márcio Holland	O Globo	HGPE/TV de AN
Contudo, <u>uma série de outros produtos substitutos, como frangos, ovos e aves</u> ou, independente da forma como você vai olhar nos <u>grupos dos substitutos da carne bovina</u> , vem apresentando um comportamento benigno neste ano.	Com inflação alta, <u>secretário sugere a brasileiro trocar carne por ave e ovo.</u>  Secretário de Política Econômica diz que população <u>têm várias opções para substituir produtos à mesa</u>	O secretário de política econômica do Ministério da Fazenda <u>sugere que, por causa da inflação alta, os brasileiros devem trocar a carne por aves ou ovos.</u>  A inflação está aí. Voltou e assusta a todos. E o que o governo faz para combatê-la? <u>Pede a você para deixar de comprar carne e comprar frangos ou ovos.</u> Essa é a política oficial de combate à inflação desse governo? Não! O Brasil não merece isso.

O modalizador “devem trocar”, além da construção “pede para você deixar de comprar” configuram-se como marcas linguísticas que apontam para o mecanismo de tradução do Outro, a partir do qual a argumentação é construída, produzindo sentidos de ineficiência da gestão de DR. O termo “sugere” aparece no enunciado do HGPE/TV, mas, acompanhado do termo “devem trocar”, seu efeito é silenciado, prevalecendo o sentido de obrigação mobilizado pelo modalizador.

Outra questão que precisa ser considerada é a relação que se estabelece entre causa e consequência nos textos em análise. Pelo jogo parafrástico, é possível verificar como os sentidos se movimentaram ao ponto de produzir sentidos outros:

**MH<sup>95</sup>:** É bom que diga que no caso da carne, em particular, nós estamos no período de entressafra, nessa fase de confinamento, engorda, coincidindo com o período de seca, isso acaba elevando o preço unitário dessa engorda, o custo sobe e, ao mesmo tempo, você tem também aumentos de demanda externa pelo produto. [...] É sazonal a inflação neste período, ter este movimento, né? É um comportamento típico, particularmente por conta de alguns produtos da alimentação associados à proteína que tem a ver, como eu falei, do período de entressafra, seca, é... em geral, como é o caso da carne... É importante dizer que tem outros substitutos, a população precisa ficar atenta a isso (Fragmento da entrevista).

maneira como está exposta, mas analisar como a língua indica as relações de forças em um determinado enunciado, atravessado por uma determinada conjuntura.

<sup>95</sup> **MH** = Márcio Holland

O sentido de causa e consequência que se estabelece a partir do texto acima pode ser compreendido como:

Causa(s)	Consequência	Paráfrase possível
Período de entressafra. Período de seca. Aumento da demanda externa pelo produto.	Elevação do preço de carne bovina.	Uma vez que a oscilação (“sazonal”/ “movimento”) da inflação é previsível e comum (“comportamento típico”), e já que a alta na inflação [em setembro] foi (“particularmente”) em decorrência da alta no preço da carne bovina, então, uma das possibilidades é substituí-la por outros alimentos, como frango e ovos, que estão mais baratos (“tiveram comportamento benigno”) enquanto os preços da carne bovina não voltarem ao valor de costume.

O sentido que se estabelece entre causa e consequência na reportagem não produz o mesmo efeito do fragmento anterior:

**OG<sup>96</sup>:** Diante da alta da inflação em setembro, pressionada pelos preços dos alimentos, o secretário de Política Econômica do Ministério da Fazenda, Márcio Holland, sugeriu que a população brasileira fique atenta à possibilidade de substituir produtos à mesa. As carnes subiram 3,17% no mês passado. Holland sugeriu que o brasileiro substitua o alimento por aves e ovos, que são mais baratos. “Há uma série de outros produtos substitutos (para a carne) como frango, ovos e aves (...) que vêm apresentando comportamento benigno neste ano”. Holland disse que a alta dos preços em setembro se deve, em parte, ao aumento sazonal de alimentos como a carne bovina em função de um período de entressafra, agravado por uma seca e pelo aumento da demanda internacional do produto. (Fragmento da reportagem).

Causa(s)	Consequência	Paráfrase possível
O aumento sazonal de alimentos como a carne bovina em função de um período de entressafra, associada à seca e ao aumento da demanda internacional do produto.	Elevação do preço da carne bovina	O secretário de política econômica do Ministério da fazenda, diante da alta na inflação, sugeriu à população que ficasse atenta quanto à possibilidade de substituir a carne por alimentos mais baratos, como frango, ovos e aves.  A alta da inflação em setembro decorre, parcialmente (“em parte”), do aumento sazonal de alimentos,

<sup>96</sup> OG = O Globo

		como a carne bovina, por causa do período de entressafra, e que foi agravado pela seca e pelo aumento da demanda internacional do produto.
--	--	--

Ao comparar o processo parafrástico que se deu entre a fala de MH e a reportagem de OG, merece destaque o enunciado “aumento sazonal de alimentos como a carne bovina”, pelo fato de indicar uma possibilidade de deslocamento de sentidos: o enunciado não traz o complemento ao qual o sintagma “aumento” faz referência. Diante disso, tem-se: aumento em relação a que? Aumento em relação ao preço? Aumento em relação ao consumo?

Essa lacuna no enunciado se configurou como um espaço para que o sentido fosse mobilizado para outras interpretações. Algumas das causas da alta na inflação, justificadas pelo secretário, são apagadas do HGPE/TV de AN, ao mesmo tempo em que emergem outras em seu lugar, o que permitiu a relação entre causa e consequência se estabelecer da seguinte forma:

**HGPE/TV de AN:** O secretário de política econômica do Ministério da Fazenda sugere que, por causa da inflação alta, os brasileiros devem trocar a carne por aves ou ovos. A inflação está alta, mas dessa vez, a culpa não é da crise internacional. A culpa agora é de quem compra carne. (Fragmento da SD 11/10n B)

**HGPE/TV de AN:** A inflação está aí. Voltou e assusta a todos. E o que o governo faz para combatê-la? Pede a você para deixar de comprar carne e comprar frangos ou ovos. Essa é a política oficial de combate à inflação desse governo? (Fragmento da SD 11/10n C)

Em princípio, a inflação alta é a causa que produz a consequência de os brasileiros terem que trocar a carne por aves e ovos (“*por causa da inflação alta, os brasileiros devem trocar a carne por aves e ovos*”). Na proposição seguinte, ao explicar a informação, isto é, ao parafrasear a fala do secretário (que já havia sofrido deslize pelas determinações das formações ideológicas midiáticas), o HGPE/TV de AN, enquanto sujeito filiado à FD peessedebista, traduz o Outro, que, neste caso, é o governo de DR, invertendo os papéis: a inflação alta, que era a causa, passa a ser a consequência, e o consumo de carne pela população passa a ser a causa (“*A inflação está alta, mas dessa vez, a culpa não é da crise internacional. A culpa agora é de quem compra carne*”; “*A inflação está aí. Voltou e assusta a todos. E o que o governo faz para combatê-la? Pede a você para deixar de comprar carne e comprar frangos ou ovos*”). A partir das afirmações do secretário, não é possível afirmar que existe uma relação direta entre consumo de carne bovina e inflação.

Assim, pelas paráfrases, o sentido foi deslocado. Foram silenciadas algumas causas (período de entressafra, aumento na demanda internacional, período de seca), emergindo outras em seu lugar (aumento do consumo de carne pelos brasileiros), possibilitando o raciocínio de que o PT atribuía a culpa da alta da inflação à população, por comprar carne.

A tessitura desse fio discursivo vai se sustentando, mas agora na “voz do povo”:

Fragmento do Recorte 7

**SD 11/10n D**

**Testemunha 7:** *Manda eles comerem ovo e frango. Eu não. Eu quero comer carne. Eles que têm que diminuir o preço.*

**Testemunha 8:** *Eu não quero trocar a carne pelo frango. Eu mereço, eu trabalho, eu quero comer carne igual todo mundo come.*

**Testemunha 9:** *E a gente vai trocar a carne pelo frango? O frango também está caro. O frango pelo peixe? O peixe também está caro*

**Testemunha 10:** *Se vai no mercado, o arroz? Os olhos da cara! E pra ela está tudo bem, inflação está tudo certo, tudo controladinho. Mentira!*

Nesta SD, o estratagema do testemunhal configura-se como o funcionamento discursivo mais significativo. As testemunhas ocupam o lugar social de cidadão-eleitor, falam de um lugar de “gente como você, que está nos assistindo”. O processo de identificação do consumidor, em termos mercadológicos, assemelha-se, em termos discursivos, à tomada de posição do sujeito. O lugar discursivo que cada testemunha ocupa aponta para o sujeito universal da FD da instância cidadã, mais especificamente, da FD do eleitor: o cidadão elege alguém para governar para o povo. Por essa forma-sujeito, emergem os enunciados (que se apresentam como evidência e, por isso, configuram-se como funcionamento ideológico que contribuem para a desconstrução):

Fragmentos SD 11/10n D	Sentidos
<i>Manda <u>eles</u> comerem ovo e frango. <u>Eu não</u>. <u>Eu quero</u> comer carne. <u>Eles que têm que diminuir o preço</u>.</i>	Funciona a lógica do cidadão de direito, do Estado democrático, a lei do consumidor livre.
<i><u>Eu não quero</u> trocar a carne pelo frango. <u>Eu mereço</u>, eu trabalho, eu quero comer carne igual todo mundo come.</i>	
<i>E a gente vai trocar a carne pelo frango? O</i>	

<i>frango também está caro. O frango pelo peixe? O peixe também está caro.</i>	O cidadão trabalha e não pode comprar o básico para se alimentar. Que tipo de governo é esse que não permite o trabalhador escolher o que vai colocar à mesa?
<i>Se vai no mercado, o arroz? Os olhos da cara! E pra ela está tudo bem, inflação está tudo certo, tudo controladinho. Mentira!</i>	

O ápice deste discurso pôde ser percebido pela estratégia de encenação, muito recorrente no gênero discursivo HGPE.

#### **SD 11/10n E**

**Personagem 1:** *Rapaz olha essa notícia aqui. O governo está dizendo que para baixar a inflação o brasileiro tem que parar de comer carne pra começar a comer ovo!*

**Personagem 2:** *Oi, seu Zé! Me dá um quilo de carne.*

**Personagem 1:** *Ah, está aqui ó.*

**Personagem 2:** *Não, seu Zé. Eu quero carne.*

**Personagem 1:** *Ah, mas o governo está dizendo que a inflação só cai, se a senhora para de comer carne e começar a comer ovo. Então, vai trocar a carne pelo ovo?*

**Personagem 1:** *Eu não, eu vou é trocar de governo.*

**Locutor off 2:** *A mudança é Aécio.*

É possível afirmar que este discurso sustenta-se pelo argumento de autoridade (marcado pela citação do jornal O Globo, na SD 11/10n B), pela tradução do Outro (marcada pelo enunciado “*Pede a você para deixar de comprar carne e comprar frangos ou ovos*”, na SD 11/10n C) e pelo no simulacro do adversário, viabilizado pela encenação (marcado pelas formulações “O governo está dizendo que para baixar a inflação, o brasileiro tem que parar de comer carne pra começar a comer ovo” e “Ah, mas o governo está dizendo que a inflação só cai, se a senhora para de comer carne e começar a comer ovo”).

Depreendem-se desse recorte sentidos que rememoram o funcionamento da norma identificadora (PÊCHEUX, 2014a). A maneira como o HGPE/TV de AN faz uso dos termos genéricos – “você”, “o brasileiro”, “a senhora” – configura-se nas várias formas de dizer o mesmo, a fim de que a identificação do sujeito se concretize, se não de uma forma, por outra. A encenação funciona discursivamente como “explicitação” de como a inflação alta interfere no dia-a-dia do brasileiro, ou melhor, “desenha” como o governo de DR “desrespeita e provoca o brasileiro quando o acusa como causa da inflação alta, ordenando a troca da carne por ovos” (entre aspas por se tratar de uma paráfrase possível do discurso deste recorte).

Tais efeitos de sentido também foram possíveis pela sequência dos frames abaixo:



Frame 4



Frame 5



Frame 6



Frame 7



Frame 8



Frame 9



Frame 10



Frame 11

Fala-se, em um primeiro momento, do lugar estabilizado (a memória sobre a maioria dos eleitores brasileiros), para que haja reconhecimento por parte desse eleitorado, e, assim, para que o sentido possa ser reproduzido. A representação de cenas do cotidiano se dá por uma mulher comum (morena, meia idade), provavelmente a dona de casa, que vai ao mercado

do bairro (reconhecimento que se dá pela presença, em segundo plano, de cartazes amarelos com ofertas, grafados com canetão azul e vermelho) e pede para o açougueiro, já conhecido (“Seu Zé”), um quilo de carne (sem especificação da peça, reiterando o efeito de sentido da relação consumo e carne com a alta na inflação). Tais sequências de imagens que permitem o reconhecimento por parte dos eleitores funcionam como a norma identificadora, o telespectador se vê na cena e se identifica com a situação enunciativa.

O jogo de palavras “Vai trocar a carne pelo ovo? Eu não, eu vou trocar é de governo” viabiliza uma cenografia de consumo (mercado, cidadão fazendo compras) e associa a troca de partido, governo, candidato com a mesma facilidade que se troca um produto, no processo de decisão de compra, o que reforça as discussões quanto à midiaticização da política, mercantilização de candidatos, discutidas no capítulo dois.

Assim, essa encenação reproduz o efeito de sentido de ineficiência do governo. Reproduz também o discurso de que o governo de DR responsabiliza os brasileiros quanto à falta de controle da inflação. Esta SD representa, no fio discursivo, o ápice do efeito de evidência de que DR não pode continuar como Presidente do Brasil.

Outras SDs que permaneceram nessa mesma matriz de sentido, direcionando para discursos que apregoavam sobre o governo de DR como aquele em que há instabilidade econômica:

#### Recorte 8 – Instabilidade econômica e estagnação do crescimento

##### **SD 11/10t C<sup>97</sup>**

**Beto Richa:** *Para mudar, para melhorar, **para voltar a crescer.***

##### **SD 11/10n F**

**AN:** *A minha vida política econômica será tolerância zero com a inflação. É urgente nós devolvermos ao Brasil um ambiente de estabilidade para que os investimentos voltem e você e seus filhos possam ter mais e melhores empregos. Não tem outro jeito. O Brasil tem que voltar a crescer. Eu sei que esse é um assunto muito técnico, até meio chato, mas é muito importante nós sabermos que é fundamental a inflação estar sob controle.*

##### **SD 11/10n G<sup>98</sup>**

**AN:** *A gente não pode relaxar como está fazendo o governo da Dilma, que deixou a inflação escapar e agora não consegue mais controla-la. Com a inflação é a mesma coisa, não dá para relaxar. Comigo, a meta é tolerância zero com a inflação.*

##### **SD 16/10n D**

<sup>97</sup> Sequência se repete nos programas: 11/10t; 11/10n; 13/10t;

<sup>98</sup> Sequência repetida em 13/10t

**AN:** *Eu quero hoje expressar aqui e dividir com você a minha enorme indignação com muita coisa que vem acontecendo no Brasil nos últimos anos. No ano passado, quando eu dizia que a inflação estava voltando, e o Brasil estava parando de crescer, me acusaram de pessimista. Pois bem, a inflação está aí de volta e o Brasil está em recessão.*

**SD 16/10n<sup>99</sup> J**

**Loc. off:** *O Brasil precisa voltar a crescer. Aécio sabe como.*

**Locutor 1:** *Aécio assumiu o governo de Minas em uma crise econômica séria. Em apenas dois anos, fez Minas voltar a crescer.*

**SD 17/10 B**

**Locutor off 2:** *Inflação fora de controle*

**Locutor off 3:** *Faltam 9 dias para você mudar isso.*

Nota-se que a instabilidade econômica e a inflação funcionam de maneira imbricada, apontando para efeitos de sentido semelhantes: o governo/gestão de DR não controla a inflação, o que implica na estagnação do país e reflete na vida dos brasileiros. A solução para esse problema é apresentada de forma simplificada, conforme a SD 17/10B: a simples troca/substituição de DR por AN “automaticamente” daria fim no problema da inflação fora de controle. Silencia-se, no entanto, que há uma crise mundial afetando a economia de todos os países, devido à globalização. Pela censura, esse recorte silencia que a crise poderia afetar até um governo peessedebista, se este estivesse no governo, e não apenas o petista.

Os efeitos de sentido depreendidos desse recorte posicionam, pelo estabelecimento de lugar para si e para o adversário, AN como aquele que sabe como fazer o país voltar a crescer. O silogismo que se constrói pelo enunciado presente na SD 16/10n J indica “mais claramente” esse processo: Se AN sabe como fazer o Brasil voltar a crescer, significa que quem está no poder (DR) não sabe. Portanto, deve-se votar em AN. As marcas na superfície linguística “não têm outro jeito”, “o Brasil tem que voltar a crescer”, “o Brasil precisa volta a crescer” apontam para o discurso da necessidade da mudança pela troca do agente político, estabelecendo relação parafrástica com os enunciados descritos acima.

Os recortes 7 e 8 correspondem ao modo como a gestão de DR foi desconstruída, quando relacionada à inflação. O próximo modo de desconstrução estabelece relação entre o governo da petista e a questão da credibilidade.

---

<sup>99</sup> Sequência repetida em 18/10

## 4.3.3.2 Relação entre gestão e credibilidade

## Recorte 9 – Baixa confiança e falta de credibilidade

**SD 10/10 D**

**AN:** *Na verdade, nós só vamos voltar a crescer no momento em que o Brasil voltar a ser respeitado, no momento em que nós resgatarmos a credibilidade nas regras que aqui são praticadas. Essa é uma outra herança macabra, perversa, do atual governo, a desconfiança generalizada em relação ao Brasil.* (Recorte de debate político inserido em HGPE)

**SD 16/10t B**

**AN:** *Vamos melhorar e ampliar as políticas existentes, inclusive, transformando o Bolsa Família em política de Estado, e não mais de governo, justamente para que não sofra descontinuidade e interrupção. Vamos convocar a sociedade brasileira a debater e encontrar soluções generosas para nossa juventude, para lhe dar horizontes que afastem da violência e outros descaminhos. **Quero que meu governo seja aquele no qual os brasileiros vão recuperar a confiança na política como caminho para o exercício pleno de sua cidadania. Peço a todos aqueles que amam o Brasil, juntem-se a nós!***

**SD 19/10t D**

**AN:** *Está chegando a hora da decisão. Uma decisão que tem a ver com o seu futuro, com o futuro da sua família. Eu estou oferecendo a minha experiência de 30 anos de vida pública honrada, minha dedicação e meu imenso amor ao Brasil, para juntos construirmos um novo caminho, para fazer um governo com as pessoas mais preparadas, um governo generoso. Um governo que enfrente com coragem os problemas, que enfrente o seu problema e permita a você voltar a ter esperança.*

O sentido de credibilidade depreendido deste recorte aponta para a falta de crédito por parte dos brasileiros, tanto no governo quanto na política de forma geral, estendendo-se para a falta de confiança/ desesperança quanto ao futuro do país. O enunciado “o Brasil voltar a ser respeitado” funciona como uma síntese de outros já-ditos, como o discurso de que o PT não respeita o país, nem os brasileiros, porque é corrupto.

Esses enunciados estabilizados, os quais formaram uma rede discursiva para significar o PT e foram retomados como memória discursiva pelo HGPE/TV de AN, permite que o enunciado “Essa é uma outra herança macabra, perversa, do atual governo” possa significar da maneira como significa, além de atribuir mais uma “testificação do quão malévolos” o partido seria: a culpabilização do adversário político por conta desse descrédito. A partir dessa estrutura enunciativa, o discurso de que os brasileiros podem recuperar a confiança na

política, como garantia do exercício pleno da cidadania, aliado à interpelação “todos aqueles que amam o Brasil, juntem-se a nós” produzem o efeito de sentido de que o governo petista, pela gestão de DR, seria a prova da falta de democracia e da opressão.

Na SD 19/10t D, pelo enunciado “Eu estou oferecendo a minha experiência de 30 anos de vida pública honrada”, ecoa a noção de “contrato de comunicação” entre a instância política e a instância cidadã, ou seja, essa relação parece se dar sob uma lógica comercial, a qual é mascarada pela lógica democrática, conforme discutido nos capítulos anteriores, pelas contribuições de Charaudeau (2006) e Piovezani (2009). Os sentidos de lealdade e de capacitação produzidos para o sujeito-político AN nesse enunciado permitem que o eleitor possa inferir que DR e sua gestão representam o oposto: falta de dedicação, falta de amor ao país, falta de generosidade, um governo com pessoas despreparadas, um governo que não sabe resolver problemas e, por tudo isso, um, governo que gerou desesperança nos brasileiros.

Conforme o raciocínio estabelecido, o enunciado que emerge, pelo não dito, é que os brasileiros só poderiam voltar a exercer plenamente a cidadania se trocassem o agente político. O efeito de sentido de culpabilização do adversário político diante do descrédito da população alcança seu ápice ao polarizar os eleitores como “aqueles que amam o Brasil” e “aqueles que não amam o Brasil”, reforçando a lógica da taxonomia binária que culmina no bem versus mal. Pela paráfrase, é possível estabelecer o seguinte efeito de sentido: “Apesar de o PT e da gestão da Dilma ter arrancado todas as esperanças quanto ao exercício da cidadania em um país democrático, como eu, eleitor, sou patriota, porque amo o Brasil, vou dar um voto de confiança em Aécio Neves, aquele que é o único capaz de interromper esse projeto de poder que o PT estabeleceu no Brasil”.

O item seguinte traz gestos analíticos de como a desconstrução pela gestão se deu atrelada à competência de DR.

#### 4.3.3.3 Relação entre gestão e competência

##### Recorte 10: Ineficiência e incompetência

###### **SD 09/10 G**

**Apresentador 3:** *Dilma pegou um país que ia bem e que quatro anos depois está em recessão, parado.*

**Apresentadora 4:** *Aécio pegou um Estado que ia mal, que dois anos depois, voltou a crescer*

**Apresentador 3:** *Dilma aumentou o número de ministérios e cargos políticos.*

**Apresentadora 4:** *Aécio cortou o número de secretarias e cargos políticos.*

**Apresentador 3:** *Dilma diz que a culpa dos problemas no Brasil é do mundo.*

**Apresentadora 4:** *Aécio diz que a culpa é do governo.*

**Apresentador 3:** *Dilma diz que é preciso continuar como está.*

**Apresentadora 4:** *Aécio diz que é preciso mudar.*

**Locutor off:** *O que você prefere: mudar com Aécio ou ficar com Dilma?*

#### **SD 10/10 G**

**AN:** *A cada debate, em que nos encontramos, há uma denúncia nova em relação à Petrobrás, por exemplo, talvez, **o retrato mais visível do descompromisso desse governo com a profissionalização, com resultados**, e é isso que precisa mudar no Brasil. (Recorte de debate político inserido em HGPE)*

#### **SD 11/10t B<sup>100</sup>**

**Eunice Cabral:** *Presidente Aécio, o governo atual prometeu criar milhares de creches e não cumpriu. Nós mulheres, que temos que trabalhar e não temos onde colocar os nossos filhos, no seu governo, qual será a sua posição nessa questão?*

**AN:** *Eunice, esse é um tema muito, mais muito importante. Mais de 40% dos lares brasileiros são chefiados por mulheres. Se não tem creche, como é que a mãe vai trabalhar? Como é que a mãe vai estudar? **A atual Presidente da República prometeu construir 6 mil creches e não construiu.** Eu, além de construir essas 6 mil creches em todas as regiões do Brasil, vou aumentar a idade de permanência da criança nas creches. Eu fiz uma conta outro dia: Só esses desvios na Petrobrás permitiriam que 450 mil crianças, o seu filho, por exemplo, já estivesse hoje em uma creche. (Bate-papo com lideranças sindicais do país)*

#### **SD 12/10t B<sup>101</sup>**

**João Campos:** *O Brasil pede mudanças. **O governo que aí está tornou-se incapaz de realizá-las.** Nós continuamos acreditando nos mesmos valores, nós continuamos com os mesmos sonhos. (Proferido em comício, inserido em HGPE.)*

#### **SD 15/10 H**

**AN:** *O seu governo chega ao final, a meu ver, de forma melancólica. A grande verdade é essa. Porque fracassou na condução da economia, inflação alta, crescimento baixo, fracassou na melhoria dos nossos indicadores sociais e nós estamos aí com essas denúncias de corrupção que assustam e trazem indignação a todos os brasileiros. (Recorte de debate político inserido em HGPE)*

#### **SD 16/10t D**

**AN:** *Elegemos o nosso sucessor, eu vejo essa sua campanha eleitoral, que quem conhece Aécio não vota em Aécio, **anuncio à senhora, que inclusive hoje, a senhora não tem conhecimento muito das coisas de Minas**, duas pesquisas divulgadas já mostram que estou mais de 10 pontos na sua frente. O mineiro reconhece o que foi feito em Minas Gerais. E a senhora perdeu em Minas porque as candidaturas de oposição, portanto contra o seu governo, foram amplamente vitoriosas.*

#### **SD16/10n P**

**Apresentador 4:** *O novo jeito de governar é fazer antes, para não correr atrás do prejuízo depois.*

<sup>100</sup> Sequência repetida em 14/10

<sup>101</sup> Sequência repetida em: 12/10n; 13/10n; 16/10t; 18/10

**Apresentadora 2:** *O novo jeito de governar é planejar mais e improvisar menos.*

**Apresentador 4:** *É entregar mais do que prometer. É escolher as pessoas certas para o governo funcionar direito.*

**Apresentadora 2:** *O novo jeito de governar é gastar mais com as pessoas e menos com o próprio governo.*

**Apresentador 4:** *O novo jeito de governar é ter força para fazer as mudanças que o Brasil precisa.*

#### **SD 18/10<sup>102</sup> C**

**Locutora:** *Veja agora o que o governo Dilma fez e entenda por que a maioria dos brasileiros quer mudar.*

**Loc. off:** *Dilma fez o Brasil crescer menos que a maioria dos países da América do Sul. Dilma fez o Brasil ter as mais altas taxas de juros do mundo. Dilma fez o Brasil ter a maior carga de impostos da nossa história. Dilma levou a indústria brasileira ao maior déficit comercial da história. Dilma concluiu apenas 12% das obras prometidas no PAC, o programa que era para acelerar o crescimento. Dilma ajudou a construir um porto moderno, em Cuba, com o dinheiro dos brasileiros. Dilma entregou apenas 24% das 8.600 UBSs prometidas. Dilma transformou a Petrobras na empresa mais endividada do mundo. Dilma fez o Brasil perder 13 mil leitos hospitalares no SUS. Dilma fez o Brasil registrar 181 apagões. Dilma desmontou o setor de etanol, levando mais de 70 usinas a fechar as portas. Dilma não cumpriu nenhuma vez a meta de inflação. Dilma promoveu a Copa do Mundo mais cara da história. Você quer mais 4 anos disso? A mudança é Aécio.*

#### **SD 19/10t A**

**AN:** *Ano passado, os brasileiros foram para as ruas pedir mudanças. E o que mudou? Nada mudou. **Os brasileiros deram ao PT e deram ao governo Dilma a oportunidade de fazerem aquilo que precisava ser feito. E nada adiantou.***

#### **SD 19/10n A**

**AN:** *Para governar direito, a gente tem que ter planejamento, pensar em cada etapa daquilo que precisa ser feito e fazer. Não cabe improviso, não cabe de uma hora para a outra inventar que tem ideias novas e falar sempre do passado como vem fazendo a nossa adversária.*

Neste recorte, é possível depreender como se deu a matriz de sentido que apresentou o governo DR como ineficiente e incompetente. O caso da Petrobras, por exemplo, foi significado pela SD 10/10 G como “prova” da incompetência do governo da petista. Silenciou-se, no entanto, que as decisões tomadas pela estatal não são única e exclusivamente de responsabilidade do presidente da República, pois há uma assembleia de acionistas que intervém nesse processo.

A SD 10/10 G possibilita também acionar da memória uma rede de formulações, de já-ditos, como “*a esquerda está na contramão da história; a esquerda é incompetente, a*

<sup>102</sup> Sequência repetida em 19/10t; 19/10n; 20/10t; 21/10; 23/10

*esquerda é burra, a esquerda não está preparada para governar o Brasil*”<sup>103</sup>. Pelo fato de o PT se apresentar, desde a sua fundação, como um partido de oposição (de bases socialistas, portanto, “de esquerda” e contra a elite), pode-se considerar que esses enunciados funcionaram como práticas discursivas no processo de desconstrução da imagem do PT.

É relevante citar o trabalho de Brito e Passetti (2007), o qual, ao analisar a (des)construção representacional do PT na revista *Veja*, recupera o imaginário social que se tinha acerca do PT, antes deste chegar ao poder: “radical, extremamente contrário à corrupção, ao abuso de poder do Estado e sempre a favor das classes menos favorecidas” (BRITO & PASSETTI, 2007, p. 93). Segundo as autoras, esse imaginário foi deslocado após a crise de corrupção, ocorrida em 2005, no primeiro mandato de Lula. Este particular contexto sócio-histórico e ideológico fez irromper “um novo imaginário sobre o PT, agora considerado corrupto, falso, traidor de sua pátria, servidor das elites, justamente pelo envolvimento de seus militantes em vários escândalos de desvio de dinheiro público” (ibidem, p. 93). Ao realizar um entrecruzamento da pesquisa de Courtine (2009) Mariani (1998) Indursky (2003) e Brito e Passetti (2007), percebe-se que a prática discursiva de desconstrução/enfraquecimento de tudo aquilo que resiste ao modo de produção vem desde o século XIX, seja significando essa “força contrária” como perversidade, ou como despreparada e desqualificada, ou ainda como corrupta. Isso nos remete às sábias constatações de Cazarin, (2013, p. 176), quando assevera que “algo é político quando constitui uma cena em que se arma o litígio do jogo de legitimações através da invenção de uma outra questão que ninguém se colocava”.

Nota-se, pelo efeito metafórico materializado na SD 10/10 G como “*o retrato mais visível do descompromisso desse governo com a profissionalização, com resultados*” que tais formulações se reproduziram, mantendo os efeitos de sentido desta família parafrástica e refletindo, assim, na desconstrução do sujeito-político DR. O mesmo funcionamento é percebido na SD 12/10t B (“*O governo que aí está tornou-se incapaz de realizá-las [mudanças]*”), na SD 15/10 H (“*O seu governo chega ao final, a meu ver, de forma melancólica [...] Porque fracassou na condução da economia, inflação alta, crescimento baixo*”), na SD 19/10t A (“*Os brasileiros deram ao PT e deram ao governo Dilma a oportunidade de fazerem aquilo que precisava ser feito. E nada adiantou*”).

---

<sup>103</sup> Indursky (2003) cita tais enunciados como exemplo das formulações que circulavam naquela época, período em que Lula estava em seu primeiro mandato como presidente da República. A autora explica que enunciados como estes apontam para o efeito metafórico, o qual decorreu da maneira como se discursivizou o comunismo, atrelando-o à perversidade e à “diabolização”. Acrescenta que nesse processo de apagamento do termo “comunismo” o que se vislumbra é uma troca de designação, isto é, mudou-se o modo de nomear, substituindo “comunismo” por “a esquerda”. Nota-se que, mesmo tendo passado quase quinze anos, ainda funciona esta matriz de sentidos, a qual se sustenta nessa memória e permanece significando o PT.

Outro modo discursivo que corroborou para a produção de efeitos de sentidos de incompetência e ineficiência foi a simplificação dos fatos, que pode ser percebida na SD 11/10t B, ao quantificar em creches construídas o montante desviado da Petrobras e na SD 19/10tA, por meio das “lacunas” do enunciado, as quais reforçam o efeito de sentido sem apresentar o objeto da denúncia – o quê exatamente precisaria ser feito? A estrutura desse intradiscurso possibilita que esses espaços sejam preenchidos de acordo com “preferências” do eleitorado, reforçando o efeito de norma identificadora. Pela sentença “*aquilo que precisava ser feito*”, é possível encaixar uma multiplicidade de combinações (e interpelações), as quais são determinadas pelas construções simbólicas e efeito de evidência de cada eleitor: mais educação, mais saúde, mais empregos, mais desenvolvimento, mais qualidade de vida... A própria FDPE funciona por meio dessas temáticas, nunca o cenário do país está suficientemente bom, sempre vai “ficar faltando” algo a mais.

Depreende-se também deste recorte a relação interdiscursiva com o HGPE/TV de DR, pelas marcas da SD 16/10nP e da SD 19/10n A. A partir do termo “o novo jeito de governar”, recupera-se o mote da campanha de DR, sintetizado pelo slogan “Governo novo, ideias novas”. Por meio desse paralelismo sintático que relaciona o governo de AN ao de DR, é possível estabelecer um lugar para AN, o qual se apresenta por um governo que faz antes, que planeja e entrega mais, que gasta com as pessoas e que tem força para fazer as mudanças necessárias. Em contrapartida, o lugar estabelecido para DR seria de um governo que, por não planejar, improvisa muito, que corre atrás do prejuízo, que só promete, gasta para si e não sabe escolher as pessoas certas, tendo como consequência disso tudo o mau funcionamento. Esse recurso textual permite significar que DR fala sobre o novo jeito de governar, mas não é capaz de realizar essa mudança. Assim, o novo jeito de governar de “verdade” seria personificado na figura de AN, voltando-se ao raciocínio central de desconstrução, de que seria necessário trocar o agente da mudança (o sujeito-político) e não seu objeto (o modo, a maneira de governar).

Na SD 18/10 C, o termo “o governo Dilma fez” aparece uma vez, sendo as demais recorrências referenciadas como “Dilma fez”. A elipse do sintagma “governo” nessas repetições do termo “Dilma fez” permite produzir um efeito de culpabilização ao sujeito-político DR. Enquanto o HGPE/TV de AN o apresentou como “o salvador da pátria”, a responsabilidade de todas as mazelas econômicas, políticas e sociais do mundo sobrecaiu nos ombros de DR, aproximando a petista à figura de um bode expiatório, já que foi silenciado que muitos dos problemas citados competem a poderes e conjunturas que não são da alçada do Executivo. Nota-se que este recurso linguístico funcionou semelhantemente ao utilizado na

SD 17/10 A, com o termo “Dilma e o PT”: o apagamento das implicações das ações políticas, a simplificação dos problemas e dos fatos, os quais são apresentados fora do contexto e sem complementos, sendo que ambos produziram o efeito de personificação do mal e da incompetência na figura do agente político.

Na SD 09/10 G, o jogo linguístico que se estabeleceu permitiu que o eleitor comparasse DR e AN. Nessa oposição semântica construída, os acontecimentos são simplificados e o raciocínio que se estabelece apresenta DR sob um simulacro, o qual se materializa em enunciados como “Dilma diz que a culpa dos problemas no Brasil é do mundo”; “Dilma diz que é preciso continuar como está”.

Merece destaque o enunciado “Dilma pegou um país que ia bem e que quatro anos depois está em recessão, parado”. A fim de produzir o efeito de ineficiência e incompetência à gestão da petista, a comparação temporal possibilitou uma falha no ritual: pelo verbo no pretérito imperfeito, pressupõe-se que a condição econômica do país estava estabilizada, favorável. No entanto, o partido de situação do período referido era o PT, representado pelo seu fundador, o ex-presidente Lula. Logo, tal formulação contraria o discurso estabelecido pelo HGPE/TV de AN sobre o PT, representando outro ato falho na propaganda política eleitoral de AN.

A noção de competência também possibilita ser associada à de credibilidade. Se, conforme Charaudeau (2006), a credibilidade diz respeito à capacidade de dizer e de fazer, o enunciado presente na SD 16/10t D em que AN acusa DR por não ter conhecimento possibilita interpretar que se DR não sabe, logo, não é capaz de fazer. E, se não faz, é incompetente ou seja, precisa ser “trocada”, mudando-se o agente político para alguém “competente”, que neste caso, seria AN.

O próximo funcionamento discursivo de desconstrução relaciona a gestão de DR com a questão de valores morais.

#### 4.3.3.4 Relação entre gestão e valores

Recorte 11 – O governo da falta de decência e respeito

**SD 15/10 Q<sup>104</sup>**

**Loc. off:** *O governo da generosidade e da decência.*

**AN:** *Eu não permitirei que esse país seja dividido entre nós e eles. Eu quero fazer o governo da convergência, o governo da solidariedade, da generosidade. É possível*

<sup>104</sup> Sequência repetida em 16/10

*sim, nós termos um governo que permita que você viva melhor que dê novas oportunidades para seus filhos, que respeite a obra de outros governos, é para isso que eu me preparei e vou assumir a Presidência da República para honrar cada apoio e cada voto que vier a receber. (Recorte de debate político inserido em HGPE)*

#### **SD 16/10n G**

**AN:** *Eu sou hoje candidato à Presidência da República para transformar essa indignação, que eu sei, não é só minha, é de milhões de brasileiros, em um governo honrado, em um governo qualificado, em um governo que, com a sua ação, possa voltar a gerar otimismo nos brasileiros.*

#### **SD16/10n Q**

**Loc off:** *Para cada ataque, uma proposta.*

**AN:** *Eu vou reduzir o número de ministérios e de cargos comissionados, estabelecer metas para a administração pública. **A mudança que faz sentido é essa: ter um governo decente e que funcione.***

#### **SD 21/10t<sup>105</sup> C**

**AN:** *Eu acredito em valores, esses valores que a gente aprende em casa, muito cedo, valores como a decência, o respeito e a honradez. Um governo sem esses valores perde o rumo, não vai a lugar algum. E quem paga a conta é o cidadão. Foi o que aconteceu no Brasil nos últimos anos. Faltou generosidade, faltou respeito, faltou ouvir os brasileiros.*

#### **SD 21/10t<sup>106</sup> G**

**AN:** *E a você, que ainda não tomou sua decisão, que ainda está avaliando a proposta dos dois candidatos, eu te faço aqui um convite: venha com a gente que você vai se orgulhar muito de um governo decente e eficiente, um governo que vai mudar de verdade o Brasil.*

#### **SD 24/10t<sup>107</sup> A**

**AN:** *Bem-vindos ao novo jeito de governar, bem-vindo a **um tempo de mais união, de mais decência, eficiência e verdade.** Bem-vindo, por que assim que nós somos: acolhedores, solidários e generosos. Isso é o que nós brasileiros temos de melhor de mais profundo, o nosso caráter. Algo que não se pode abandonar nunca, nem mesmo em uma disputa eleitoral.*

#### **SD 24/10t<sup>108</sup> B**

**AN:** *Se o passado nos deu lição de união, de coragem e de luta por aquilo que é certo, **o nosso presente tem sido uma coleção de decepções. Valores importantíssimos na vida de todos nós como justiça, verdade, honestidade, respeito, estão se perdendo.** Recuperar esses valores tão fundamentais também é parte da mudança que queremos fazer. A mudança que vai trazer de volta para o Brasil, o bom governo, um governo que funcione e que faça o Brasil funcionar. Um governo que melhore de fato a sua vida. E que nós faça voltar a crescer que compartilhe os resultados da prosperidade com todos os brasileiros e brasileiras.*

<sup>105</sup> Sequência repetida em 21/ 10n; 23/10t

<sup>106</sup> Sequência repetida em 21/10n

<sup>107</sup> Sequência repetida em 24/10n

<sup>108</sup> Sequência repetida em 24/10n

As SDs dispostas neste recorte apontam para o efeito de culpabilização do governo de DR pela falta de crédito e otimismo dos brasileiros, em decorrência daquilo que o HGPE/TV de AN apresenta como falta de respeito e indecência. Por meio dessa articulação, AN estabelece para si a imagem de generosidade e decência (SD 15/10 Q), de governo honrado e qualificado (SD 16/10n G), convocando todo aquele que “realmente” se importa com valores, conforme a formulação “*Bem-vindo, por que assim que nós somos: acolhedores, solidários e generosos*” (SD 24/10t A). Tal construção de enunciado aponta para o funcionamento da norma identificadora (aquele que for acolhedor, solidário e generoso, vota em AN).

A articulação desses enunciados, ao mesmo tempo em que estabelece para AN um lugar de governo da decência e do respeito, constrói para DR sentidos opostos a essas virtudes, como o governo que não funciona, porque perdeu o rumo por não ter valores (SD 21/10t C), o governo que não é generoso, porque não respeita nem ouve os brasileiros (SD 21/10t C), o governo que perdeu valores, por isso é injusto, mentiroso, desonesto e desrespeitoso (SD 24/10t B), o governo da dissensão (SD 15/10 Q; SD 24/10t A), o governo que não pode mudar de verdade do Brasil (SD 21/10t G).

Os recortes 7 ao 11 demonstraram que a desconstrução do agente político DR também se deu pela forma como sua gestão foi discursivizada. O HGPE/TV de AN produziu como efeito de sentido que o governo de DR era um governo que negava a inflação, gerava instabilidade econômica e estagnação do crescimento, fazendo parecer deficiente. Outros sentidos produzidos foram que a gestão da petista tinha baixa confiança e credibilidade, não mostrava competência, não respeitava os brasileiros e era indecente. O próximo item traz como DR foi desconstruída pelo HGPE/TV de AN enquanto candidata/pessoa.

#### **4.3.4 A desconstrução do agente político pelo candidato**

A desconstrução de DR como candidata à presidência da República se deu por quatro formas de desconstrução, as quais estabeleceram relação entre gênero, corrupção, credibilidade e valores.

##### **4.3.4.1 Relação entre candidata e gênero**

Uma das formas de desconstrução de DR como adversário político se deu pela produção pelo HGPE/TV de AN do discurso quanto às questões de gênero. Conforme

apontado na introdução, ao fazer um levantamento quanto aos estudos a respeito da relação entre o sujeito-político mulher e sua representatividade política, ou ainda sua legitimidade política, percebeu-se que ainda ecoam sentidos no imaginário social brasileiro de que à mulher cabe o espaço privado. Nesta pesquisa, apesar de essa forma de desconstrução ser quantitativamente menor em relação às demais elencadas, não se pode desconsiderá-la enquanto elemento discursivo que constituiu esse processo.

Recorte 12: Candidata não virtuosa

**SD 15/10 P<sup>109</sup>**

*AN: Mas quero agradecer a esse apoio que venho recebendo em todo o Brasil através de duas mulheres: duas brasileiras que honram e orgulham o Brasil. A você, **Renata Campos**, eu quero agradecer a **singeleza, a forma extremamente leve, corajosa, com que manifestou apoio à nossa candidatura** e a você Marina. Tenha absoluta certeza de que eu saberei a cada dia dos próximos quatro anos, se vier a ser o Presidente da República, honrar cada um dos compromissos que juntos assumimos. (recorte de debate político inserido em HGPE)*

**SD 18/10 A**

*AN: Este é um momento histórico da vida nacional. Nós estamos construindo uma aliança em favor do Brasil. Em favor da política decente, em favor da eficiência na gestão pública e em favor da transformação real da vida daqueles que menos têm. Portanto, todo esse esforço foi coroado com um gesto da absoluta **generosidade de uma mulher que o Brasil respeita e admira**. Marina não apoia um candidato, ela apoia um projeto de Brasil. (comício)*

A SD 15/10 P e a SD 18/10 A funcionam juntas na significação do que seria uma mulher virtuosa. A designação “duas brasileiras que honram e orgulham o Brasil” (SD 15/10 P), permite inferir, pelos já-ditos acerca de DR, os quais foram discursivizados ao longo do HGPE/TV de AN, que a candidata petista não honra nem orgulha o país.

Pelo discurso dessas SDs, depreende-se que a mulher “ideal” é a que apoia, e não a que governa. Renata Campos – esposa daquele que seria candidato pelo PSB – havia sido elogiada pelas virtudes que compõem o pré-construído do que seja uma mulher virtuosa: “A você, Renata Campos, eu quero agradecer a **singeleza, a forma extremamente leve, corajosa, com que manifestou apoio à nossa candidatura**”. Sintagmas como “singeleza”, “forma leve” são antagônicas à forma como DR foi discursivizada, não apenas no HGPE/TV de AN, mas desde quando assumiu o poder, em 2010, funcionando muito próximo da imagem de uma

<sup>109</sup> Sequência repetida em 16/10t

mulher “bela, recatada e do lar”<sup>110</sup>. Esse modo de composição do enunciado reproduz o discurso de que o máximo que uma mulher, enquanto sujeito-político, está legitimada a ocupar é a de primeira dama. Já ao agradecer Marina Silva, a virtude destacada pelo candidato peessedebista foi o fato de sua ex-concorrente o ter apoiado: “[...] *eu saberei a cada dia dos próximos quatro anos, se vier a ser o Presidente da República, honrar cada um dos compromissos que juntos assumimos.*” Na SD 18/10 A, a generosidade de Marina Silva é significada e atribuída por sua atitude de apoiar “não apenas um candidato, mas um projeto de Brasil”. Mais uma vez o lugar da mulher, enquanto sujeito-político, é silenciado e ressignificado para “aquele que dá suporte”.

Importa destacar que a noção de virtude/virtuosismo não é exatamente a mesma se comparado o campo filosófico com o religioso. No primeiro, em linhas gerais, a virtude está relacionada à varonilidade, sugerindo a ideia de força, podendo significar também algo de qualidade moral (“bom”, “certo”, “santo”) (CHAMPLIN, 2001). Já em relação à concepção religiosa (neste caso, a cristã) virtude, dentre outras atribuições, corresponde à noção de “força”, “exército”, “valor”. (ibidem, p. 668). No entanto, este autor destaca que alguns desses sentidos são encontrados nos registros bíblicos com foco em “alguma virtude tipicamente feminina [...] operosidade, o cuidado com as necessidades domésticas, a ajuda prestada aos aflitos” (CHAMPLIN, 2001, p.668). Tal constatação reitera o funcionamento discursivo que destina à mulher o papel de auxiliadora, o qual funcionou como memória neste recorte.

Talvez, o imbricamento entre o campo político e o religioso pode encontrar raízes na chamada filosofia da liberdade pequeno-burguesa, na qual – conforme apontou Henry (1997) e foi exposto no capítulo teórico – ecoa o sentido de Deus como princípio explicativo de tudo que é concernente ao sujeito humano. Desse modo, o sentido de virtuosismo retomado pelo HGPE/TV de AN remonta o campo religioso e se sustenta em uma filosofia de âmbito neoliberal. Movimento semelhante se dá no recorte abaixo:

Recorte 13: Incapacidade de firmeza na gestão

**SD 10/10 J**

**AN:** *Mas não há, **senhora candidata**, e vou falar aqui, de forma muito franca, não há um sentimento de indignação, eu não vejo, em momento algum, a senhora dizendo: não é possível que fizeram isso nas **minhas barbas** sem eu saber o que estava acontecendo. Não, candidata. Esta indignação está faltando, mas eu a expressei aqui porque nós*

<sup>110</sup> Designação atribuída à Marcela Temer no título de uma reportagem veiculada na revista *Veja*, em 2016. O conteúdo está disponível em <<http://veja.abril.com.br/brasil/marcela-temer-bela-recatada-e-do-lar/>>

*temos em nossas mãos uma oportunidade muito, mais muito preciosa de fazer o Brasil se reencontrar com os brasileiros. (Recorte de debate político inserido em HGPE)*

**SD 15/10 F<sup>111</sup>**

**Loc. off:** *Pulso firme e transparência para o Brasil voltar a crescer.*

**AN:** *Candidata, tire os olhos do retrovisor. Vamos falar para o futuro, vamos falar para quem está em casa até essa hora nos ouvindo. Vamos falar de um Brasil que pode crescer muito mais do que está crescendo. Não é razoável, não é adequado que nós sejamos o lanterna do crescimento ao lado da Venezuela, esse ano, na nossa região. Nós vamos crescer nada esse ano. O reajuste real do salário mínimo de 2016, por exemplo, já está estabelecido. Porque é o crescimento do PIB esse ano: é nada. (recorte de debate político inserido em HGPE)*

Na SD 10/10 J, nota-se que a desconstrução ocorre simultaneamente pelo gênero e pela gestão. Pelo gênero, pode-se afirmar que a marca linguística “minhas barbas” produz efeitos de sentidos que funcionam para se referir ao gênero masculino, já que “barba”, no imaginário social, está relacionada à virilidade, como também outros elementos que constituem o pré-construído que funciona no discurso da FD masculina. Ao utilizar essa expressão para se referir à conduta de DR quanto às ilegalidades da Petrobrás, AN desconstrói a candidata quanto ao seu gênero. A masculinização de DR que se deu por essa expressão produz um tom agressivo ao enunciado de AN, uma vez que o peessedebista deixa vazar a negação da legitimidade de um sujeito-político pelo fato de ser do gênero feminino, isto é, tratando DR como um sujeito-político masculino. Se neste caso o sujeito-político mulher é referenciado como um sujeito-político não mulher, há a possibilidade, pelo jogo parafrástico, dessa negação se estender para o lugar social, deslizando para o sentido de sujeito não político também, desconstruindo DR pela sua gestão.

A SD 15/10 F funcionou de maneira semelhante: pela expressão “pulso firme”, a memória discursiva é acionada, reproduzindo o discurso estabilizado da FD masculina, na qual os sentidos tecem um fio discursivo de já-ditos, como: ter firmeza no que fala e faz, liderar com autoridade, saber controlar a situação adversa. Por meio dessa expressão, AN constrói para si o *ethos* de “potência”, que, conforme Charaudeau, está associado à imagem de força da natureza, muitas vezes relacionado à virilidade sexual, sendo, neste aspecto, mais masculino que feminino. O autor acrescenta que alia-se a esse *ethos* a figura de alguém que tem determinação em agir: “ele não é apenas um homem de palavras, mas também de ação” (CHARAUDEAU, 2006, p. 139).

<sup>111</sup> Sequência repetida em 16/10t ; 20/10

Pelos deslizes de sentidos, se AN é quem tem pulso firme, DR teria pulso fraco. Dito de outro modo, funciona o sentido de que, por ser mulher, DR não teria condições de fazer uma boa gestão, firme, determinada, pelo fato de ceder às pressões políticas. Entretanto, essa orientação de sentido entra em contradição com as próprias críticas recebidas por DR, pela oposição, de ser dura e inflexível<sup>112</sup>. Silenciam-se os efeitos de sentido referentes à sua personalidade como sujeito-político feminino, porque interessa trabalhar apenas com o imaginário em geral atribuído às mulheres que ousam adentrar ao campo político, conforme mostrado com a pesquisa de Costa (2010).

Juntamente com esse funcionamento, a desconstrução de DR se dá através da marca linguística “voltar a crescer” e seus similares, tais como “lanterna”, “pode crescer muito mais do que está crescendo” e “crescer nada”. Estas marcas são sinonímias que retomam o sentido de estagnação, ineficiência, reforçando a desconstrução pela gestão. Ao apresentar AN como o candidato que tem pulso firme e que é potente para fazer o país voltar a crescer, DR é desconstruída de seu lugar social de presidente da República, ecoando sentidos que, pelas paráfrases, poderiam ser resumidos em “É necessário ter pulso firme para fazer o país voltar a crescer e quem tem pulso firme, geralmente é homem, logo, apenas AN pode fazer o país voltar a crescer”.

Merece destaque a palavra “lanterna”, a qual possibilitou perceber como se deu o deslizamento de sentidos nessa SD. É sabido que o termo é utilizado no futebol, em sentido figurado, para fazer referência aos times que estão em última colocação no campeonato. Essa expressão originou-se<sup>113</sup> ao fazer alusão aos trens, pelo fato de possuírem uma lanterna no último vagão. Desse modo, tendo em vista a visibilidade que o futebol possui na cultura brasileira, o termo funciona pelo imaginário social que está atrelado a esse esporte (“paixão nacional”, “competitividade entre torcidas e times”) produzindo efeitos de sentido que comparam (e reduz) a economia brasileira a uma competição de Copa do Mundo. Assim, a metáfora (aqui empregada como figura de linguagem) utilizada por AN ao comparar a situação econômica brasileira ao cenário político-econômico da Venezuela, que na época passava por situação de instabilidade econômica e escassez de produtos básicos, produz

---

<sup>112</sup> Conforme SD 17/10 I - AN: A senhora tem que tomar as providências e dizer ao Brasil o que aconteceu na Petrobras. A senhora conduziu com mão de ferro, durante 12 anos. Fez questão de dizer a todo mundo quem mandava na empresa. A senhora, pela primeira vez, dá credibilidade às denúncias do senhor Paulo Roberto. É esse que disse que 2% de todas as obras sob sua responsabilidade iam para o seu partido, candidata, iam para o tesoureiro do seu partido. (Recorte de debate político inserido em HGPE).

<sup>113</sup> Disponível em: <<http://super.abril.com.br/saude/por-que-o-ultimo-colocado-em-um-torneio-esportivo-e-chamado-de-lanterna-vermelha/>> Acesso em: 16 fev. 2017

sentidos de baixo desempenho econômico, o qual é justificado por AN como causa do baixo crescimento do PIB.

O próximo modo de desconstrução relaciona o sujeito-político DR com a corrupção.

#### 4.3.4.2 Relação entre candidata e corrupção

O tema central deste recorte é a corrupção, a qual é discursivizada sustentando seu sentido estabilizado quando associada ao partido do qual DR se filia: imoralidade. Pelo fato das SDs abaixo serem atravessadas por um funcionamento que aponta para a pessoa, isto é, para a candidata DR, a corrupção neste recorte é entendida como um atributo. Assim, pela paráfrase, é possível formular que “se a candidata é corrupta, então ela é desonesta”.

#### Recorte 14: Candidata da desonestidade

##### **SD 10/10 I**

**AN:** *E a senhora era a presidente do Conselho de Administração desta empresa. É vergonhoso, eu expressei aqui a indignação de milhões de brasileiros, as denúncias não cessam.* (Recorte de debate político inserido em HGPE)

##### **SD 15/10 L**

**AN:** *Eu terminei o meu mandato sem qualquer denúncia, não respondo a nenhum processo, candidata. **Ao contrário do seu governo que virou um mar de lama**, a grande verdade é essa.* (Recorte de debate político inserido em HGPE).

##### **SD 16/10n A**

**Loc off 1:** *Gota a gota, o atual governo vem destruindo a Petrobras. De escândalo em escândalo, o governo Dilma permitiu que nossa maior empresa virasse um caso de polícia. E está levando a Petrobras ao fundo do poço. É hora de mudar. Porque disso, o Brasil já está cheio.*

##### **SD 16/10n E**

**AN:** *No ano passado, quando denunciei, no Senado Federal, as irresponsabilidades que vinham acontecendo na Petrobras, o governo disse: ele quer denegrir a imagem da empresa. Pois bem, o principal diretor da companhia diz hoje que financiava a base de apoio da presidente. A Polícia Federal, não fui eu, a Polícia Federal disse que existe uma organização criminoso atuando no seio da maior empresa brasileira. Não dá mais.*

##### **SD 17/10 I**

**AN:** *A senhora tem que tomar as providências e dizer ao Brasil o que aconteceu na Petrobras. A senhora conduziu com mão de ferro, durante 12 anos. Fez questão de dizer a todo mundo quem mandava na empresa. A senhora, pela primeira vez, dá credibilidade às denúncias do senhor Paulo Roberto. É esse que disse que 2% de todas as obras sob sua responsabilidade iam para o seu partido, candidata, iam para o tesoureiro do seu partido.*

(Recorte de debate político inserido em HGPE)

**SD 18/10 B**

**AN:** *Eu deixo de ser um candidato de uma coligação, ou mesmo um partido político, para ser hoje um representante de um grande movimento de transformação que precisa ocorrer no Brasil. Transformação de valores, de prioridades e de postura em relação aos desafios que nós temos pela frente.* (Comício)

**SD 19/10t B**

**AN:** *Olha, eu tenho andado muito por todo o país. E por toda parte eu vejo indignação e cansaço. Indignação com tanto desrespeito e cansaço com tantos escândalos, com tantas omissões.*

O depoimento do ex-diretor da Petrobras, Paulo Roberto (SD 16/10n E; SD 17/10 I), o cargo ocupado por DR no conselho de administração (SD 17/10 I), além da recorrência de léxicos como “indignação”, “desrespeito”, “escândalos” são articulados de modo a significar como evidente que DR é desonesta porque houve um caso de corrupção na Petrobras durante sua gestão.

Depreende-se deste recorte a noção postulada por Charaudeau (2006): o “mentir verdadeiro”. O estudioso considera a impossibilidade de o sujeito-político dizer tudo a todo momento, assim como lhe é desfavorável dizer todas as coisas exatamente como ele as percebe. O discurso de AN se sustenta em relações falaciosas entre causa e consequência e, pelo fato de a materialidade significativa ser composta de várias cenografias, o que se produz é um efeito de verdade.

Neste ato de linguagem, portanto, importa mais o parecer dizer a verdade, ou seja, “é preciso jogar com estratégias discursivas que não sejam muito explícitas e que pareçam vagas” (CHARAUDEAU, 2006, p. 106). Aliado a isso está a noção de “interdito do discurso político”, citada por Piovezani (2009): o HGPE/ TV de AN significa a realidade que se apresenta (caso de corrupção, problema na economia) como resultado único e exclusivo do governo petista, silenciando a impotência política (independentemente do partido) diante da complexidade do mundo.

Os sentidos depreendidos se dão pelo não dito: ao responsabilizar exclusivamente DR pelo caso de corrupção na Petrobras, é silenciado que outros partidos estavam envolvidos. Por meio do estabelecimento de lugares, AN atribui para si uma imagem de candidato incorruptível, ao mesmo tempo em que, pela metonímia, reduz DR ao seu governo, designando-o como “mar de lama”, conforme SD 15/10 L.

Este efeito de generalização também se dá na SD 16/10n A: a corrupção na Petrobras é discursivizada como consequência do governo petista. O que estava no âmbito da ação (os agentes causadores da corrupção) passa a ocupar o lugar de paciente (a Petrobras sofreu corrupção), para que se construísse o sentido de que o governo petista era o causador da ação de corrupção, e a responsável por tudo isso “só poderia ser” DR.

Assim, o HGPE/TV de AN funciona pelo que SWIFT (2006) denominou de “arte da mentira política”. Dito de outro modo, ao acusar DR pelos “escândalos” e “omissões”, inferindo que tanto a candidata como o partido a que pertence são mentirosos, o discurso de AN se sustenta, contraditoriamente, em uma mentira.

A próxima forma de desconstrução relaciona DR com a questão da credibilidade.

#### 4.3.4.3 Relação entre candidata e credibilidade

##### Recorte 15: Candidata da incoerência

###### **SD 11/10n A**<sup>114</sup>

**Locutora off:** *Brasília, junho de 2011. Em seus oitenta anos, há muitas características do Senhor Presidente Fernando Henrique a homenagear. O acadêmico inovador, político habilidoso o ministro arquiteto de um plano duradouro de saída da hiperinflação e o presidente que contribuiu decisivamente para a consolidação da estabilidade econômica. Quero aqui destacar também o democrata. O espírito do jovem que lutou pelos seus ideais, que perduram até os dias de hoje. Esse espírito, no homem público, traduziu-se na cresça do diálogo como força motriz da política e foi essencial para a consolidação da democracia brasileira em seus oitos anos de mandato. Fernando Henrique foi o primeiro presidente eleito desde Juscelino Kubitschek a dar posse a um sucesso opositorista igualmente eleito. Não escondo que nos últimos anos tivemos e mantemos opiniões diferentes, mas, justamente por isso, maior é minha admiração por sua abertura ao debate franco e respeitoso de ideias. Querido Presidente, meus parabéns e um afetuoso abraço! Assinado: Dilma Rousseff*

**Loc. off:** *Quem fala a verdade? A Dilma que ataca para ganhar votos ou a Dilma que escreve e assina embaixo?*

Um dos acontecimentos que funcionaram como interdiscurso, permitindo que esse enunciado emergisse pode ter sido um enunciado produzido pelo HGPE/TV de DR que, ao

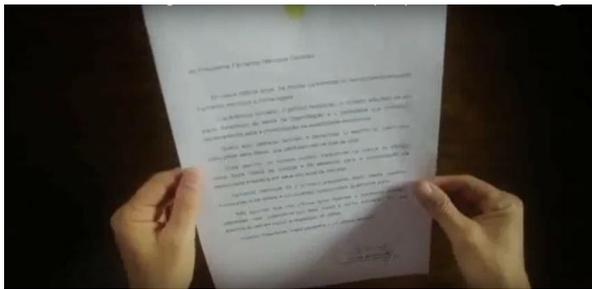
<sup>114</sup> Sequência repetida em: 13/10t. No entanto, nessa enunciação, veio precedida da seguinte sequência: “Dilma, em seu programa eleitoral, tem atacado de forma violenta, Fernando Henrique Cardoso, o presidente que acabou com a inflação e trouxe estabilidade financeira para o país. Mas há pouco tempo, a mesma Dilma enviou esta carta a Fernando Henrique” (Apresentadora, HGPE/TV, 13/10/14).

retomar os dizeres do ex-presidente Fernando Henrique Cardoso (FHC), produzia sentidos negativos ao partido PSDB e, conseqüentemente, ao candidato AN:

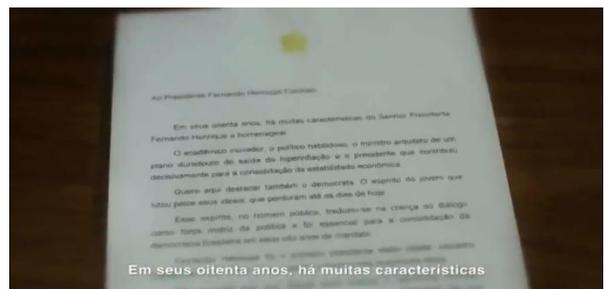
**Apresentador 2:** Fernando Henrique Cardoso, todos sabem, é o líder do PSDB, e, nessa condição, simboliza como ninguém, o estilo tucano de encarar o Brasil e o brasileiro em geral. Principalmente os mais humildes. Quando era presidente, ele chegou a chamar os aposentados de “vagabundos”. Agora, ao comentar o primeiro turno desta eleição FHC disse literalmente: “não é porque são mais pobres que votam no PT, mas porque são menos informados”. Ou seja, para o FHC, os 43.267.668 eleitores de Dilma são ignorantes. Ele não leva em conta outras três hipóteses: a) a candidata Dilma foi a mais votada porque as pessoas sentem que melhoraram de vida no seu governo; b) as pessoas lembram exatamente o que sofreram nas mãos do governo tucano; c) as duas alternativas estão corretas. Vamos ver alguns exemplos: Nos governos tucanos o Brasil chegou a ser o segundo País do mundo com maior numero de pessoas desempregadas. Isso mesmo, o segundo maior do mundo em desemprego. No governo Dilma, temos as menores taxas de desemprego da nossa história e uma das menores do mundo. Nos governos tucanos, o Brasil chegou a ter 50 milhões de indigentes. Hoje só no governo Dilma 22 milhões de brasileiros superaram a miséria e o Brasil saiu do mapa da fome elaborado pelas Nações Unidas. (HGPE/TV/DR 09/10/14)

A formulação “o estilo tucano de encarar o Brasil e o brasileiro, em geral” produz o efeito de generalização, ao associar os dizeres de FHC à forma como seu partido, PSDB, percebe o país e seus cidadãos, afetando a candidatura, conseqüentemente, de AN.

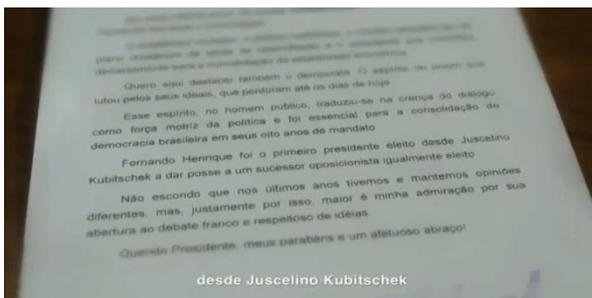
Dois dias após esta enunciação, o programa eleitoral de AN inicia sem vinheta de abertura, com o enunciado apresentado pela SD 11/10n A e com essa sequência de imagem:



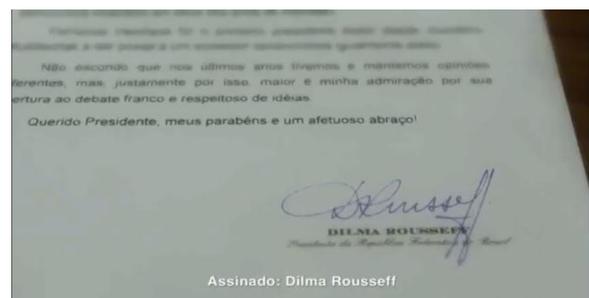
Frame 10



Frame 11



Frame 12



Frame 13

A cenografia que a sequência de imagens propunha era a leitura de uma carta. Conforme a locução se desenvolvia, o enquadramento ficava mais fechado (*zoom*), a fim de que os telespectadores pudessem identificar que o conteúdo da carta era o mesmo da locução. A materialidade significativa dispõe de elementos discursivos que podem ser reconhecidos pelos telespectadores/eleitores: o local (Brasília) e o brasão da República Federativa, alocado no centro superior da página, além do conteúdo temático, sugerem que se tratava não apenas de uma “simples” carta, mas de um documento oficial. O fato de essa sequência abrir o programa de AN, sem a vinheta de início, “descaracteriza”, em um primeiro momento, que se trata de um programa eleitoral, silencia o lugar de inscrição em que a informação está sendo transmitida, atribuindo ao material significativo um valor de verdade, assemelha-se aos efeitos produzidos pelo discurso do campo jornalístico.

A SD funciona como uma narrativa no sentido de que há um elemento surpresa, uma quebra na expectativa: a suposta autora (já que a locução em off foi realizada por uma voz feminina) correspondia à presidenciável candidata à reeleição, Dilma Rousseff. Assim, a materialidade significativa causa, em um primeiro momento, estranhamento, pelo fato dos elogios virem de um sujeito-político pertencente a um partido opositor ao do FHC. Desse estranhamento, depreendem-se efeitos de sentido que estão relacionados à noção de credibilidade política, materializado pelo enunciado que fecha a sequência: “*Quem fala a verdade? A Dilma que ataca para ganhar votos ou a Dilma que escreve e assina embaixo*”?

O jogo que se dá pelo mecanismo linguístico de designação faz irromper dois tipos de sujeito-político candidata DR: a que ataca para ganhar votos (retomando e ressignificando o enunciado exposto acima, que teve circulação no HGPE/TV/DR) e a que escreve e assina embaixo (“explicitada” pela encenação da leitura da carta). O contraste que se dá pela comparação entre os dois tipos de DR é reforçado pelo tom do enunciado: irrompe a imagem de uma Dilma agressiva e egoísta, “porque” ataca para ganhar votos e a de uma Dilma mansa e consentidora, que reconhece as virtudes do opositor “porque”<sup>115</sup> o elogia e assina embaixo. Ao apresentar o sujeito-político DR dessa forma, os sentidos deslizam para aqueles que constituem saberes do pré-construído, como a expressão “duas caras”, por exemplo, desconstruindo o agente político DR pela sua credibilidade. Assim se silencia o fato de que DR estava em um lugar discursivo diferente (o de presidente da República), o qual determinava o seu poder/dever dizer, porque estava regido por uma FD política governamental e não eleitoral. Pode-se considerar que a relação dualista verdade *versus*

---

<sup>115</sup> As orações foram transformadas em causais propositalmente, para mostrar os sentidos possíveis por meio da paráfrase.

mentira está intrínseca ao discurso político e, em período eleitoral – condição em que o duelo é travado em sua plenitude – a recorrência de discursos que se sustentam nessa lógica costuma ser mais intensa.

Depreende-se desse enunciado, no entanto, uma contradição, dado que AN silencia que essa crítica opera sobre valores (mentira e falsidade, relacionados ao caráter de DR como pessoa). Ora, para um candidato que defendia a necessidade de se recuperar os bons valores dos cidadãos de bem, a atitude de sua adversária em elogiar FHC deveria, nesse sentido, ser aprovada. No entanto, esse reconhecimento está no interdito da FD eleitoral peessedebista. O sujeito-político AN, ao negar ao sujeito-político DR o direito de falar de uma posição-sujeito diferente da de candidata, produz como efeito de sentido um tom agressivo, pois seu discurso a obriga elogiar o adversário. Nesta perspectiva, pode-se afirmar que a própria materialidade significativa vai contra o conteúdo pregado pelo enunciado, isto é, a própria performance discursiva do candidato contraria seu próprio discurso, indicando um deslocamento no funcionamento discursivo de desconstrução sobre valores morais.

Semelhantemente, o recorte abaixo opera por meio da noção de falta de credibilidade, no sentido de não ser crível, isto é, pôr em xeque a capacidade do sujeito-político de poder-dizer.

Recorte 16: Candidata que não cumpre o que promete

**SD 20/10n<sup>116</sup> B**

**Locutor off 2:** *Preste atenção no que a presidente Dilma afirmou ontem no debate da Record.*

**Dilma Rousseff:** *Nós concluímos, candidato, a ferrovia Norte-Sul.*

**Locutor off 2:** *Ferrovia Norte-Sul, Jandaia, Goiás, seis dias atrás*

**Repórter:** *Aqui em Jandaia, encontramos os últimos vestígios de obra da Norte-Sul, no trecho que vem de Palmas e deveria ir até a Estrela do Oeste, em São Paulo. O atraso na construção da Norte-Sul é marcado por longas paralisações, abandono das empreiteiras e falta de projetos, como contenção de barrancos.*

**Testemunha 1** *Na verdade os trilhos não chegaram aqui ainda. Os trilhos prometidos para o desenvolvimento da nossa região.*

**Testemunha 2:** *A Dilma promete muita promessa e não faz quase nada.*

**Testemunha 3:** *Já se pagou bastante e não se executou nada.*

**Testemunha 4:** *A Dilma começa e não termina obras.*

**Testemunha 5:** *Tudo que ela começa, ela não termina.*

**Testemunha 6:** *Tudo que eles prometem eles não cumprem, não terminam o que eles fazem.*

**Testemunha 7:** *Porque a Dilma só prometeu e não cumpriu nada do que ela prometeu.*

**Testemunha 8:** *São obras que só começam só para chamar para a campanha, mas não tem fim.*

<sup>116</sup> Sequência repetida em 21/10n

**SD 21/10t<sup>117</sup> G**

**Locutor off:** *Preste atenção no que a Presidente Dilma afirmou no debate da Record no domingo passado.*

**Dilma Rousseff:** *“A integração do São Francisco está em pleno vapor”.*

**Locutor off:** *Obras de transposição do rio São Francisco, em Cabrobó-PE, no dia 13 de outubro de 2014.*

**Locutora off:** *Enquanto a maior obra de infraestrutura hídrica do Brasil, a transposição do Rio São Francisco, se arrasta por 7 anos, 12 milhões de sertanejos enfrentam a seca no Nordeste, e com ela, a fome e a miséria e ver seu gado morrer pela falta de água.*

**Repórter:** *Este é um canal de irrigação do rio São Francisco. Aqui, onde eu estou, deveria estar coberto pelas águas vindas do rio.*

**Testemunha 1:** *A promessa aqui era para 2013 estar tudo pronto. E agora 2013 já passou, 2014 já está passando. A promessa é pra 2016, mas não acredito que saia não.*

**Locutora off:** *A obra está orçada em 8 bilhões e 200 milhões de reais. Quase quatro bilhões de reais a mais do que o previsto, em seu início em 2007. A transposição do São Francisco a todo momento enfrenta paralisações, problemas de projetos e obras tendo que ser refeitas, enquanto quilômetros de canais, ainda na terra, esperam pelo término.*

**Testemunha 2:** *Às vezes, amanhece o dia e a gente fica pensando: será que eu vou estar viva quando esse canal funcionar?*

Neste recorte, a credibilidade do sujeito-político é afetada, porque os efeitos de sentido produzidos levam o eleitor/telespectador a interpretar que DR não seria crível por não cumprir o que promete, deslizando para o sentido de que DR poderia ser mentirosa.

O funcionamento discursivo se estabelece na articulação das formulações, isto é, no jogo que se deu pela contradição entre dizer *versus* fazer: ao mostrar o sujeito-político DR afirmando que fez ou que irá concluir uma determinada obra e, posteriormente, apresentar imagens de obras paradas, produz-se um efeito de “prova da denúncia”. As oposições semânticas, bem marcadas pelos operadores argumentativos, em “*Dilma promete muita promessa e não faz quase nada*”; “*Já se pagou bastante e não se executou nada*”; “*Dilma começa e não termina as obras*”; sendo que algumas delas estão atreladas à generalização, como “*Tudo que ela começa ela não termina*” e “*Tudo que eles prometem eles não cumprem*” funcionam na produção de sentidos que definem DR como sendo “a candidata que diz, mas não faz”, “a candidata que não cumpre o que promete”.

O efeito de verdade é reforçado pelo discurso dos entrevistados, possíveis moradores da região, os quais ocupam o papel de sujeito discursivo-testemunha. Conforme elucidado no capítulo teórico, o sujeito discursivo-testemunha é, ao mesmo tempo, sujeito *de* e sujeito *a* um determinado discurso. Sujeito *de* ao ocupar um lugar social e emprestar a imagem de sua

<sup>117</sup> Sequência repetida em 22/10; 23/10t

condição para testificar algo (empresa, marca, produto, fato). Sujeito *a* por ocupar o lugar discursivo de testemunha, sofrendo, portanto, as coerções que este lugar impõe: falar a favor da entidade/discurso ao qual se filia.

No caso deste recorte, os sujeitos discursivo-testemunhas ocupam o lugar social de sujeito ordinário, de “cidadão comum”: na SD 20/10n B, apresentam certa distinção social, etária e étnica – homens e mulheres de classes, idades e cor de pele variadas; na SD 21/10t G, pelo pré-construído do que seja um típico cidadão nordestino, é possível descrever e interpretar que os sujeitos discursivo-testemunhas são negros ou pardos e aparentam ser de classe baixa. Os sentidos de identificação, depreendidos dessa representação do povo brasileiro, corroboram para a interpelação de grande parte do eleitorado, que se identifica com a situação comunicativa apresentada, pois o eleitor se vê na figura daquele que dá seu testemunho. Tais sentidos são acionados pela memória e afetam o processo de significação dos testemunhais, conferindo credibilidade a esses enunciados, uma vez que o sujeito discursivo-testemunha e o eleitor ocupam o mesmo lugar social: cidadão brasileiro.

Aliada a essa similaridade, entretanto, há algumas especificidades que distinguem o funcionamento do sujeito discursivo-testemunha da SD 20/10n B daquele que funciona na SD 21/10t G. O HGPE/TV de AN exibido no dia vinte de outubro, no período da noite, apresentou oito testemunhos, conforme exposto na SD 20/10n B:



**Frame 14**



**Frame 15**



**Frame 16**



**Frame 17**



Frame 18



Frame 19



Frame 20



Frame 21

Na cenografia do testemunha 1 (frame 14), há uma legenda<sup>118</sup> em que consta o nome e profissão do entrevistado, assemelhando-se ao gênero jornalístico, em telejornal. Excetuando o primeiro testemunha, não constam para os demais as legendas com seus nomes e respectivas profissões.

Como é tarefa do analista problematizar aquilo que se apresenta como natural, não se pode desconsiderar que o testemunha 1, cujo nome e profissão estiveram circunscritos na legenda, ocupava o lugar social de agricultor. Ora, há, pelo menos, dois tipos de imaginários acerca da imagem de um agricultor: aquele produtor rural de grande porte e o de pequeno porte. No caso do testemunha 1, pode-se considerar que a memória que funciona sustenta uma espécie de legitimidade em se poder falar sobre as implicações de obras paradas no “

<sup>118</sup> Pimentel (2009), ao discorrer acerca da memória e do apagamento presentes no imaginário dos telejornais, explica, pelo viés discursivo, o funcionamento das legendas no telejornal. A autora, ao problematizar a função-repórter, descreve que “Os caracteres, na condição de materialidade verbal escrita, se inscrevem na imagem como assinatura do dizer oralizado e da própria imagem representativa do sujeito repórter. Estabelece a relação necessária entre fala, imagem-visual e imagem-institucional, pondo em funcionamento, na função-repórter, a posição-jornalista, que sustenta o dizer institucional como legítimo”. Salienta que “a inserção de caracteres não se dá na função-repórter, sendo feita, geralmente, por um técnico, que põe no ar a legenda no momento mesmo da circulação do ritual”. Apesar de a legenda a que se refere nosso trabalho ser direcionada a um entrevistado e as considerações de Pimentel dizerem respeito à legenda na função-repórter, podemos mobilizar para a pesquisa o funcionamento discursivo deste recurso do telejornal. Como o HGPE/TV se apresenta como um gênero discursivo cuja composição é mista de outros gêneros, é relevante problematizar como um recurso intrínseco do ritual telejornalístico apontou para relações de forças no enunciado presente na SD 20/10n B. Se a fala de um repórter é legitimada pela sua posição atrelada à instituição a qual se filia, no caso do Testemunha 1, o que legitima a sua fala é o imaginário acerca do agricultor de grande porte. Dito de outra forma, dos testemunhais apresentados, aquele que teve mais notoriedade (materializada pela identificação do sujeito ordinário) não foi, por exemplo, o vendedor ambulante, a manicure ou o aposentado, mas o agricultor de grande porte..

desenvolvimento e crescimento da nação”, interpretação possível pelo enunciado proferido por ele: “*Os trilhos prometidos para o desenvolvimento da nossa região*”.

Enquanto, no primeiro testemunho, o lugar social ganha relevância e autoridade no dizer, os demais entrevistados foram restringidos ao lugar social de sujeito ordinário. Suas formulações estiveram padronizadas; são paráfrases delas mesmas. Não se preenchem as lacunas dos enunciados (quais foram as outras promessas não cumpridas?). Nas várias formas de se dizer o mesmo se dá o efeito de homogeneização justamente naquilo que é intrinsecamente heterogêneo, se for levado em consideração que o sujeito discursivo-testemunha indica o entrelaçamento do lugar social, do lugar discursivo e da multiplicidade de posições-sujeito.

Já na SD 21/10t G, curiosamente, os dois entrevistados também eram agricultores. Mas a memória que funciona para significar o testemunha 1 da SD 20/10n B não é a mesma acionada para significar os dois testemunhas da SD 21/10t G, se considerado o pré-construído acerca de um produtor rural de pequeno porte, conforme a materialidade abaixo:



**Frame 22**



**Frame 23**

Enquanto a SD 20/10n B apresenta um agricultor de Goiás, a SD 21/10t G mostra agricultores de Pernambuco. Enquanto a SD 20/10n B traz o peso da opinião de um produtor rural de grande porte, a SD 21/10t G enaltece o sofrimento dos agricultores devido à falta de esperança diante das obras inacabadas, diante do “sonho” ainda não realizado da transposição do Rio São Francisco. O testemunho que funciona na SD 20/10n B é racional e se estabelece em uma rede de formulações atreladas ao sentido de desenvolvimento econômico. Já os que funcionam na SD 21/10t G estão arraigados na espetacularização da dor e do “desamparo”, conforme exposto:

SD 20/10n B	SD 21/10t G.
<p><b>Testemunha 1:</b> <i>“Na verdade os trilhos não chegaram aqui ainda. Os trilhos prometidos para o desenvolvimento da nossa região”.</i></p>	<p><b>Testemunha 1:</b> <i>“A promessa aqui era para 2013 estar tudo pronto. E agora 2013 já passou, 2014 já está passando. A promessa é pra 2016, mas não acredito que saia não.”</i></p> <p><b>Testemunha 2:</b> <i>“Às vezes, amanhece o dia e a gente fica pensando: será que eu vou estar viva quando esse canal funcionar?”</i></p>

Nota-se que, ao se colocar em choque as formulações dessas duas SD, emergem distintas posições-sujeito desses sujeitos discursivos-testemunha. Tais enunciados configuram-se como materialização da ideologia pela qual esses sujeitos se interpelaram, como o lugar da articulação entre a forma-sujeito da FDPE peessedebista, e as diferentes posição-sujeito, depreendida dos enunciados dos sujeitos discursivo-testemunha. E, mesmo ocupando posições-discursivas diferentes, pelo fato de esses sujeitos discursivo-testemunha estarem filiados à mesma FD, os efeitos de sentido produzidos foram semelhantes: atrelar à imagem de DR a falta de credibilidade.

Assim, o imaginário social que se tem sobre prometer e não cumprir aponta para sentidos de falsidade. A ineficiência do governo petista indicaria para a mentira da candidata, deslizando para a construção de um *antiethos* de falta de caráter. A cenografia da materialidade significativa produz um apelo que confere indignação e dramaticidade ao enunciado, refletindo em DR e a significando como se ela fosse uma pessoa má, por “permitir o povo sofrer”.

O modo de desconstrução a seguir trata da relação entre o agente político DR e a questão dos valores.

#### 4.3.4.4 Relação entre candidata e valores

Recorte 17: Candidata da opressão

**SD 11/10t D<sup>119</sup>**

**Fernando Brant:** *Se você pode escolher um caminho bom, por que escolher o caminho errado?*

<sup>119</sup> Sequência repetida em: 11/10n; 13/10t;

**SD 12/10n A**

**Marina Silva:** *Chegou o momento de interromper esse caminho que não é virtuoso, que pode ser suicida. (Coletiva de imprensa)*

**SD 12/10t<sup>120</sup> C**

**AN:** *Os brasileiros estão ávidos, sedentos e na expectativa de que **alguém possa libertá-los do jugo desse governo** que não respeita a democracia, não respeita reputações, não respeita seus adversários. É a eles que digo, aqui de Pernambuco, estou pronto para vencê-los e para dar ao Brasil o governo que os brasileiros esperam. A partir deste instante **somos um só corpo, uma só alma** e uma só responsabilidade para com o Brasil sonhado por tantos brasileiros, para o Brasil, dona Madalena, de Miguel Arraes, como o Brasil, Gabriela, do seu bisavô Tancredo. Para que todos os brasileiros nos ouçam nesse instante: não vamos hoje e nunca mais, desistir do Brasil. (Proferido em comício)*

**SD 15/10 C<sup>121</sup>**

**AN:** *A impressão que eu tenho é que temos dois candidatos de oposição. (Recorte de debate político inserido em HGPE)*

**SD 15/10 I<sup>122</sup>**

**Loc. off:** *O candidato da libertação.*

**AN:** *Não pode ser esse vale-tudo em que a senhora transformou a campanha eleitoral, como a senhora dizia, em uma campanha faz-se o diabo. Não é verdade, candidata, eleve o nível desse debate. Os brasileiros estão aqui para saber o que nós vamos fazer para o nosso futuro. Eu terminei o meu mandato sem qualquer denúncia, não respondo a nenhum processo, candidata. Ao contrário do seu governo que virou um mar de lama, a grande verdade é essa. Eu trago aqui a indignação dos brasileiros e brasileiras com os quais eu encontro em toda parte do Brasil. Que me pede que eu diga isso. Sabe qual a palavra, candidata, que eu mais tenho ouvido, é libertação. Os brasileiros têm me pedido o seguinte: Aécio, nos liberte desse governo do PT, nós não merecemos tanta irresponsabilidade, tanto descompromisso com a ética e tanta incompetência. (Recorte de debate político inserido em HGPE)*

**SD 15/10 O**

**Loc. off:** *O candidato da união e da reconciliação.*

**AN:** *Mais de 30 milhões de brasileiros confiaram na nossa proposta de mudança. Acreditaram que nós temos condições sim de reconciliar o Brasil com o seu futuro.*

**SD 16/10n I**

**AN:** *Eu vou lutar até o último instante porque eu acredito cada vez mais, cada dia que passa, que nós temos o melhor caminho para o Brasil: a mudança segura, a mudança de valores, a mudança com competência. E nós não temos o direito de perder essa oportunidade. Eu estou pronto para fazer com que o Brasil e o governo brasileiro voltem a ser respeitados.*

**SD 21/10t<sup>123</sup> B**

**AN:** *O segundo turno também começou marcado por muitas agressões. O que é uma pena.*

<sup>120</sup> Sequência repetida em: 12/10n; 13/10n

<sup>121</sup> Sequência repetida em 16/10t

<sup>122</sup> Sequência repetida em 16/10t

<sup>123</sup> Sequência repetida em 21/10n; 23/10t

*Olha, eu não tenho o menor problema em aceitar críticas, isso faz parte do jogo político de toda campanha, mas quando a crítica se transforma em ataque e quando esse ataque se transforma em mentira e mais grave ainda, quando uma mentira é anônima, aí a campanha vai para lama. E quem perde, com isso, claro é você. Mas se ser atacado é o preço que uma pessoa tem que pagar para melhorar a vida da nossa gente, se esse é o preço que eu tenho que pagar para resgatar aquilo que o Brasil tem de melhor, então esse é um preço muito pequeno. Não é nada comparado aos problemas que a nossa gente enfrenta todos os dias. Olha, eu sou candidato a Presidente porque eu acredito e acredito do fundo do meu coração que o Brasil tem tudo para ser uma país muito melhor para a sua gente.*

**SD 21/10t<sup>124</sup> E**

**AN:** *O Brasil, minha amiga, meu amigo, não precisa só de um bom presidente, ele precisa de todas as pessoas de bem que amam este país e que estão dispostas a deixar as diferenças de lado para construir um futuro melhor para todos.*

**SD 22/10<sup>125</sup> P**

**Marina Silva:** *É hora de recuperarmos a esperança. Aécio assumiu publicamente fortes compromissos com o povo brasileiro. Com esses compromissos, Aécio acende uma luz na escuridão dessa campanha eleitoral.*

Na SD 12/10tC, AN se posiciona no lugar discursivo não de candidato apenas do PSDB, mas de todos os brasileiros, posicionados pelo efeito ideológico da evidência de estar “ávidos, sedentos e na expectativa de que alguém possa libertá-los do jugo do governo” petista. Esse pré-construído de governo opressor sustenta a necessidade de um líder libertador. Daí que a partir de marcas como “sedentos”, “libertá-los”, “jugo”, ecoem sentidos filiados ao campo religioso, mais especificamente, da FD cristã. É possível acionar da memória uma metalinguagem que é recorrente em textos bíblicos, nos quais tais termos aparecem para fazer referência ao messias cristão, como “Porque derramarei água sobre o sedento, e rios sobre a terra seca; derramarei o meu Espírito sobre a tua posteridade, e a minha bênção sobre os teus descendentes<sup>126</sup>”, ou ainda, que são utilizados pelo Próprio messias, como “Tomai sobre vós o meu jugo, e aprendei de mim, que sou manso e humilde de coração; e encontrareis descanso para as vossas almas<sup>127</sup>” e “E conhecereis a verdade, e a verdade vos libertará<sup>128</sup>”. A expressão “somos um só corpo”, nessa situação de comunicação, permite resgatar do pré-construído o sentido de união proposto pelo cristianismo ao fazer referência à Igreja<sup>129</sup>.

<sup>124</sup> Sequência repetida em 21/ 10n; 23/10t; 23/10n

<sup>125</sup> Sequência repetida em 23/10

<sup>126</sup> Isaías 44:3, ACF, 1997

<sup>127</sup> Mateus 11:29, ACF, 1997

<sup>128</sup> João 8:32, ACF, 1997

<sup>129</sup> “Há um só corpo e um só Espírito, como também fostes chamados em uma só esperança da vossa vocação” Efésios 4:4 ACF, 1997

O “nós” político que AN constrói nessa SD engloba a si, os eleitores de Eduardo Campos e Marina, e de toda família do partido peessebista de Arraes e dos tucanos, enfim, uma grande junção de todos (do bem) contra Dilma e o PT (do mal, do jugo). AN se coloca na posição de porta-voz do povo brasileiro que é contra o PT e contra o governo de DR, por isso, na função de enunciador ele fala a esse povo (“É a eles que digo”) e por esse povo (“os brasileiros estão ávidos por”). Dessa forma, ao mesmo tempo em que o HGPE/TV de AN apresenta o candidato tucano como um libertador, construindo para ele um *ethos* de guia supremo (CHARAUDEAU, 2006), o sujeito-político DR é desconstruído pelo dito (“libertá-los do jugo desse governo que não respeita a democracia, não respeita reputações, não respeita seus adversários”) e pelo não dito (se AN é alguém capaz de libertar os brasileiros, logo implica que há alguém os oprimindo. Se DR é o agente político de situação, logo, ela é quem oprime os brasileiros). Um governo opressor não pode continuar no poder, portanto é preciso trocar o agente desse governo: DR, já que esta se postula como candidata à reeleição o que significaria continuar no poder oprimindo o povo brasileiro.

Outra questão que coaduna para vislumbrar o funcionamento discursivo desse recorte é a noção de discurso-transverso (PÊCHEUX, 2014a). Considera-se que o interdiscurso intervém no intradiscurso pelo pré-construído – “sempre-já-ai” (ibidem, p.151) – e pela articulação – “o que eu digo agora, com relação ao que eu disse antes e ao que eu direi depois” (ibidem, p. 153). Esta última configura-se como um processo de sustentação, o qual “constitui o sujeito em sua relação com o sentido, de modo que ela [a articulação] representa, no interdiscurso, aquilo que determina a dominação da forma-sujeito”. Segundo o filósofo, no discurso-transverso funciona “o efeito de incidência ‘explicativa’ que a ele corresponde”, “o funcionamento do discurso com relação a si mesmo”, noção que aproxima àquilo que é conhecido como metonímia. Desse modo, “o efeito de determinação do discurso-transverso sobre o sujeito induz necessariamente neste último a relação do sujeito com o Sujeito (universal) da Ideologia, que é ‘evocada’, assim, no pensamento do sujeito” (PÊCHEUX, 2014a, p. 154)

Trazer a noção de discurso-transverso neste momento é relevante porque ele aponta para o raciocínio de inferência, muito frequente no corpus em questão. O ataque ao partido e à gestão de DR pode ser feita de maneira mais direta, mas o mesmo não pode ser feito à pessoa de DR (a FDPE não permitiria). Assim, o processo de desconstrução pela candidata se deu pelo jogo linguístico das pressuposições, inferências, subentendidos, os quais funcionam através da noção do discurso-transverso.

A articulação dos enunciados que compuseram este recorte permite ao eleitor/telespectador realizar inferências determinadas pela FDPE do HGPE/TV de AN: DR seria o caminho errado (SD 11/10t D), não virtuoso e suicida (SD 12/10n A); DR seria a candidata da desunião e da dissensão (15/10 O); DR representaria o pior caminho para o Brasil (SD 16/10n I); DR seria uma má presidente (em termos de gestão) e presidente má (em termos pessoais), pois aparentaria não amar o país, não estaria disposta a deixar de lado todas as diferenças para “construir um futuro melhor para todos” (SD 21/10t E); DR seria a culpada pela falta de esperança dos brasileiros (SD 22/10 P). Esse encadeamento<sup>130</sup> de enunciados permite que se construa o efeito de evidência de que DR representaria um caminho de maus valores.

A proposição “Aécio acende uma luz na escuridão dessa campanha eleitoral”, (SD 22/10 P) recupera a expressão “luz no fim do túnel”, sustentando o fio discursivo de que o Brasil vivia um momento de desesperança devido ao cenário apocalíptico gerado por DR e o PT. Aliado a esse discurso, sustenta-se também que esse cenário só poderia ser vencido pela troca do agente político, que, neste caso, corresponderia a AN.

O jogo linguístico que se dá pela palavra “oposição” (SD 15/10 C) viabiliza a interpretação de que AN, por estar no lugar discursivo de oposição (enquanto instância adversária), estaria legitimado a denunciar os possíveis problemas do governo. Já DR, por ocupar o lugar de partido de situação, estaria cerceada de se posicionar contra as adversidades que afetaram sua gestão. Os revezes políticos e econômicos, então, são significados pelo HGPE/TV de AN como um indício de que DR seria uma candidata de oposição no sentido de “estar contra”: o crescimento econômico, contra o Brasil, contra a democracia e contra os brasileiros. Tem-se, como efeito de sentido, a culpabilização de DR pela desesperança dos brasileiros, reiterando os sentidos de que DR e o PT visam à manutenção do poder a qualquer custo, ao mesmo tempo em que apresenta DR como sendo a candidata da desunião, da dissensão e antidemocrática.

O recorte abaixo também está relacionado com aquilo que se apresenta como (maus) valores, correspondendo à negativização que o HGPE/TV de AN faz da figura de DR.

---

<sup>130</sup> Ao estudar sobre o efeito da construção “*idem per idem*”, Pereira, Cazarin, Quevedo (2013) trazem reflexões sobre o funcionamento que se dá pela noção de discurso-transverso. Conforme as autoras (2013, p. 135), “essa articulação, por estar identificada com uma FD, rege o processo discursivo sob, por exemplo, a possibilidade de substituição: tanto como equivalência (meta-relação de identidade) quanto como implicação”, em cuja substituição orientada não se vê uma relação de identidade, mas de encadeamento. Essas considerações têm a ver com a forma como o sentido acerca de DR é construído no HGPE/TV de AN neste recorte: ao trabalhar com a ideia de “caminho”, os enunciados são articulados de modo a funcionar para a desconstrução de DR em termos de valores morais.

## Recorte 18: Candidata da indecência

**SD 17/10 D**

**AN:** *Nós somos, candidata, candidatos à Presidência da República. É preciso que haja um limite, que haja um limite nas nossas posturas e também na ação daqueles que nos cercam.* (Recorte de debate político inserido em HGPE)

**SD 17/10 G**

**Locutor:** *Aécio rebateu com firmeza as agressões a sua família.*

**AN:** *No meu governo, me ajudou muito a minha irmã, candidata! A minha Irmã Andrea é uma figura extraordinária. Costuma-se achar que eu sou o neto preferido de Tancredo. Era ela. Ela assumiu o serviço de voluntariado do Estado de Minas Gerais, me ajudou a coordenar a área de comunicação sem remuneração, candidata. A senhora, é porque não conhece Minas Gerais. Se conhecesse um pouco, iria saber o respeito que Minas tem por ela. Nas enchentes, nas catástrofes, era ela que mobilizava empresários, mobilizava as igrejas para resolver os problemas das pessoas mais simples. Por isso eu me orgulho muito da Andrea ser minha companheira. Agora candidata, a senhora conhece o senhor Igor Rousseff? Seu irmão candidata. Não queria chegar nesse ponto. Foi nomeado pelo prefeito Fernando Pimentel, no dia 20 de setembro de 2003 e nunca apareceu para trabalhar, candidata. Essa é a grande verdade, lamento ter que trazer esse tema aqui. A diferença entre nós é que a minha irmã trabalha muito e não recebe nada. O seu irmão recebe e não trabalha nada. Infelizmente, agora nós sabemos por que a senhora disse que não nomeou parentes no seu governo. A senhora pediu que os seus aliados o fizessem, candidata Dilma Rousseff.* (Recorte de debate político inserido em HGPE)

**SD 17/10<sup>131</sup> H**

**Apresentador 2:** *Dilma bem que tentou descer o nível, mas Aécio conduziu debate para os temas que realmente interessam aos brasileiros.*

**AN:** *Vamos falar aqui para o telespectador, para a telespectadora, as boas coisas têm que continuar. O que nós precisamos é qualificar a gestão pública, colocar gente séria, gente honrada para que os resultados atinjam as pessoas. Eu quero sim fazer a nova escola brasileira. A senhora fala em flexibilizar o currículo do Ensino Médio, depois de 12 anos de governo? Por que não fez isso antes?* (Recorte de debate político inserido em HGPE).

**SD 20/10t<sup>132</sup> F**

**AN:** *O que eu vi hoje pela manhã no Rio de Janeiro, ao lado da minha mãe, da minha filha, da minha esposa com mais de 20 mil pessoas nas ruas, podem ter certeza, é algo que eu levarei comigo para sempre, **para fazer um Brasil decente e honrado para todos e todas as brasileiras.*** (Recorte de debate político inserido em HGPE)

Neste recorte, o campo familiar foi articulado de modo a corroborar a produção dos efeitos de sentido de que a candidata DR era indecente. A Família pode ser compreendida a partir da noção de instituição, a qual funciona como um Aparelho Ideológico do Estado

<sup>131</sup> Sequência repetida em 20/10

<sup>132</sup> Sequência repetida em 20/10n

(AIE), pelo fato de se configurar, conforme Althusser (1974) como lugar em que acontece a reprodução das relações de produção. Segundo o filósofo, é nesse processo que se manifestam a ideologia e a repressão.

A respeito do AIE familiar, Althusser explica que este funcionava muito próximo do AIE religioso e, posteriormente, passou a se articular com o escolar. Esta condição permite entender o porquê de alguns ditos já estarem naturalizados no imaginário social, como “a família é por essência sagrada” (ALTHUSSER, 1974, p. 111) ou ainda “a educação vem de berço”. Sobre esse último enunciado, vale ressaltar que o HGPE/TV de AN explorou o fato de o candidato peessedebista ser neto de Tancredo Neves. As considerações de Charaudeau (2006) acerca da legitimidade por filiação e sobre *ethos* de chefe, na figura de chefe-soberano, coadunam na compreensão desse processo discursivo estabelecido na propaganda política eleitoral de AN.

Segundo Charaudeau (2006, p. 70), “a legitimidade por filiação se funda sobre a ideia de que o sujeito deve ser ‘bem nascido’; de que ele obtém sua legitimidade como uma herança dita “natural” (ele é o filho legítimo de...)”. Em relação ao *ethos* de chefe, na figura de chefe-soberano, Charaudeau explica que, pelo fato de a soberania ser o fator que funda a legitimidade do político, reflete na maneira como este sujeito pode construir para si um *ethos* que lhe permite assumir uma posição de fiador dos valores, ao ponto de confundir-se com eles. Mais adiante, Charaudeau define que este tipo de *ethos* toma para si uma posição de estar acima do conflito:

O político deve mostrar que não entra no jogo das pequenas querelas politiquieras, que se recusa a polemizar quando é diretamente implicado, de maneira a se dar uma estatura de homem que domina a cena política: não se rebaixar ao nível dos agitadores, não se comprometer em vãs controvérsias, mas, ao contrário, elevar-se acima de tudo que poderia parecer conflitos estéreis (CHARAUDEAU, 2006, p. 157).

Ao estabelecer para si o *ethos* de chefe-soberano, a fim de construir sua legitimidade política, tem-se, como efeito de sentido o anti-*ethos* de DR, a qual é apresentada como uma candidata que corrompe os valores morais, seja por não obedecer às regras do processo eleitoral ou pelo fato de sua linhagem “ser corrompida”. Percebe-se esse funcionamento discursivo na SD 17/10 D (“*é preciso que haja um limite em nossas posturas*”), na SD 17/10 H (“*Dilma bem que tentou descer o nível*”) e na SD 17/10 G (“*Agora candidata, a senhora conhece o senhor Igor Rousseff? Seu irmão candidata. Não queria chegar nesse ponto. Foi nomeado pelo prefeito Fernando Pimentel, no dia 20 de setembro de 2003 e nunca apareceu*”).

*para trabalhar, candidata. Essa é a grande verdade, lamento ter que trazer esse tema aqui.”*), na SD 20/10f F (“*para fazer um Brasil decente e honrado para todos e todas as brasileiras*”).

Tal como asseverou Pêcheux (2014b, p. 4), os AIE não são a expressão da dominação da ideologia dominante, mas “[...] eles são o lugar e o meio de sua realização”. Desse modo, o atributo decente/indecente, pela lógica, só pode ser designado para uma “pessoa humana”, impossibilitando, por esse raciocínio, o termo “Brasil decente e honrado”, por exemplo. A figura de linguagem que antropomorfiza a gestão e o país indica o agente político, além de reproduzir o imaginário filiado à FD familiar, enquanto um AIE, do que seja uma mulher decente. Pelo jogo parafrástico, estes enunciados indicam que DR é indecente e não é honrada e sustentam a memória que já funciona para significar o partido ao qual ela pertence, como questões do comunismo, ou da corrupção atrelada à imoralidade.

Um acontecimento enunciativo que pode ser bem explorado está circunscrito na SD 17/10 G, por trazer a problemática muito recorrente nos discursos políticos, que é a tensão entre esfera pública *versus* esfera privada. Ao elogiar sua própria família e enaltecer sua vida privada, AN constrói para si, além do *ethos* de chefe, o *ethos* de inteligência, que, segundo Charaudeau (2006), pode derivar-se para a figura de “homem de bem”. Esta figura, segundo o autor, “depende do capital cultural que o político herdou de sua origem social e de sua formação, mas deve ser confirmada pelos comportamentos atuais” (CHARAUDEAU, 2006, p. 146). A articulação que se estabeleceu na SD 17/10 G se sustentou nesse imaginário de “homem de bem”. Para explicar como esse processo se estabeleceu, é necessário voltar à discussão de compreender o campo familiar como um AIE.

No Brasil, uma expressão material da família como AIE pode ser encontrada na Sociedade Brasileira de Defesa da Tradição, Família e Propriedade (TFP), fundada por Plínio Corrêa de Oliveira em 26 de julho de 1960. De modo geral, a TFP representa o pensamento conservador no Brasil, mais precisamente a direita católica. A entidade define seu tripé filosófico da seguinte maneira:

A tradição autêntica afirma: o verdadeiro progresso não é destruir, mas somar; não é romper, mas continuar para o alto. É a soma do passado com um presente que lhe seja afim. Visa impedir que o progresso se torne desumano, odioso. [...] A família gera necessariamente a tradição e a hierarquia social. Depauperar e enfraquecer a família destrói a cultura e a civilização impregnadas de tradições cristãs. É o ensinamento do Papa Pio XII. [...] O fundamento da propriedade está na própria natureza do ser humano. Os direitos à liberdade, ao trabalho e ao fruto de seu trabalho, isto é, à propriedade nascem da essência do homem<sup>133</sup>.

<sup>133</sup> Disponível em <<http://www.tfp.org.br/tradicao-familia-e-propriedade/por-que-tpf>> Acesso em 10 abr. 2017

Depreendem-se desse enunciado sentidos que indicam uma filiação ideológica conservadora/direita, isto é, que significa a revolução como desordem, o enfraquecimento da hierarquia como anti-cristão, a propriedade como direito, desde que tenha sido fruto do trabalho (apagando, assim, as relações de força que se dão naquilo que apresentam como trabalho).

Outra característica da TFP é que seus discursos estão filiados a uma ideologia patriarcal. Altoé (2006) explica que, no interior dos discursos tefepistas, existia uma aversão às mulheres, muito provavelmente pela própria cosmovisão “falocêntrica”, que prevaleceu nos discursos cristãos por interpretar a mulher não como feita “à imagem e semelhança de Deus”, mas derivada do homem (de sua costela), sendo, por isso, tratada como secundária. Outro tipo de discurso dominante acerca da figura feminina foi representá-la como “portadora do mal”; Altoé cita Duby para elucidar como tal imagem foi construída na memória tefepista: “as damas são indóceis, agressivas, *naturalmente* hostis e se entregam à luxúria” (2006, p.88, grifo nosso).

Depreende-se dessa nomenclatura/definição de mulher, isto é, do imbricamento entre “mulher que é secundária” e “mulher como portadora do mal”, um pré-construído que opera na FDTFP apresentando como evidente o sentido de que a única maneira tolerável da presença feminina é na figura de uma santa: “a tradição cristã promoveu uma idealização das mulheres que se dedicaram à virgindade consagrada” (ALTOÉ, 2006, p. 89). Assim, as únicas mulheres que estavam presentes na TFP era a Virgem Maria e a mãe do fundador da organização, Lucília Corrêa de Oliveira.

Altoé problematiza a implicação dessa prática, alertando que a veneração a essas duas mulheres silencia sua ausência no público, no social e no pessoal. Na TFP, a figura feminina é afastada das decisões políticas, não são participantes ativas no interior da organização, na vida afetiva e sexual dos militantes, ou seja, não participam daquilo que é concreto, agindo somente no plano sobrenatural: “elas estão presentes e ao mesmo tempo não estão em lugar algum”. O autor toma de empréstimo as considerações de Perrot para descrever tal funcionamento: “reificar, deificar a mulher é uma maneira de colocá-la ‘em seu lugar’, sobre os altares, isto é, à parte e em parte nenhuma” (ibidem, p. 91). Nesse sentido, a SD 17/10 D e a SD 17/10 H recuperam esse imaginário de que, por não estar no lugar destinado *naturalmente* (o lugar privado), a mulher não saberia se comportar como presidente da República.

Desse modo, ao estabelecer para si um lugar de candidato de família honrada e decente, concomitantemente é estabelecido à DR o lugar oposto: não apenas ela, mas toda sua

família seria corrompida, indecente, maligna. Os sentidos de honra, decência, respeito e honestidade são constituídos devido a sua relação com outros já ditos, com um “saber discursivo que torna possível todo o dizer e que retorna sob a forma do pré-construído, o já-dito que está na base do dizível, sustentando cada tomada da palavra” (ORLANDI, 2013, p. 31).

Recorte 19: Candidata da falsidade e da mentira

**SD 17/10 E**

**AN:** A senhora mentiu dizendo e postou um vídeo em que eu havia votado contra o salário mínimo de R\$ 545,00. Cortou o vídeo na sequência quando mostrava que nós votamos a favor do salário mínimo de R\$ 600,00, para fraudar uma informação. A senhora, no seu twitter, candidata, disse que Minas Gerais teve a menor redução da taxa de mortalidade infantil do Brasil. Mentiu, candidata. Minas Gerais, no meu tempo de governo, foi o Estado que mais reduziu a mortalidade entre todos os Estados do Sudeste, do Sul e do Centro-Oeste, candidata. A senhora chegou ao cúmulo de mandar a sua equipe de filmagem filmar uma escola, a escola Barão de Macaúbas, em Belo Horizonte, num domingo, no dia 12 de outubro, quando ninguém estava lá, para mostrar que a obra estava parada e que a escola não funcionava. (recorte de debate político inserido em HGPE)

**SD 17/10 F**

**Locutor:** Dia 12 de outubro, domingo passado, eu estava aqui, era o meu plantão. Por volta das 3h 30 m da tarde, dois cidadãos bateram no portão perguntando se poderiam tirar algumas fotos. Eles disseram que era um trabalho artístico, tentaram me levar na conversa, aquela coisa. Eu permiti que entrassem para fotografar. Andaram dizendo por aí que a escola está parada, que estava abandonada, o que é uma mentira. (Depoimento do segurança inserido em HGPE)

A SD 17/10 E e SD 17/10 F funcionam juntas e permitem que a interpretação se dê pela noção de boato. Pelo viés discursivo, Orlandi (2001, p. 134) considera o boato como “um modo de dizer em que há sempre uma diferença a significar, um ruído (protesto ou falta de verdade)”. A relação entre o já-dito e o não-dito que se estabelece no boato se apresenta, segundo a autora, sob a forma do “diz-se-que”, o que produz o efeito de separação entre o verdadeiro e o não confirmado, possibilitando a articulação das palavras ao silêncio. Depreende-se disso que “o boato produz um efeito de verdade a partir de palavras não asseveradas” (ibidem, p. 136). A autora acrescenta que o boato “é ocasião de arregimentação de discursos sociais disponíveis” (ibidem, p. 146), é por ele que uma multiplicidade de discursos emerge. Para existir e se tornar legítimo, o boato se sustenta em outros discursos e é determinado por uma situação histórica específica. É possível interpretar que, pela cenografia da materialidade significativa, houve um boato de que DR e sua equipe teria

fraudado uma informação ao filmar uma escola no domingo, período em que as obras estavam paradas.

Durante o segundo turno das eleições presidenciais de 2014, muitos noticiários apresentavam a campanha de DR como sendo pautada por distorções da “realidade”, como, por exemplo, o mascaramento da crise, a qual já estaria afetando a situação econômica do país<sup>134</sup>. Tal representação permitiu que se fortalecesse o sentido de que toda a campanha de DR estaria montada em mentiras<sup>135</sup>. Esses discursos ajudaram a construir a rede de sentidos de campanha mentirosa, na qual este boato encontrou sustentação.

Assim, é possível considerar que o boato funciona por uma política do silêncio, uma vez que o seu autor permanece no anonimato. Não havendo um responsável por esse dizer, irrompe a figura fantasmática que produz uma palavra “autorizada”, mas que evita o confronto direto, justamente por seu caráter não verificável.

No HGPE/TV de AN, esses enunciados foram organizados por uma cenografia que se assemelha ao jornalismo. AN expõe “os fatos”, os quais “são comprovados” pelo depoimento do vigilante que trabalhava na referida escola. A marca linguística “andaram dizendo por aí” funciona de modo semelhante à estrutura “diz-se-que”, conforme salientado por Orlandi (2001). Construções como “tentaram me levar na conversa, aquela coisa” reiteram o efeito de sentido de mentira, representando a campanha da petista como causadora de boatos. Tece o fio discursivo de que, “como sempre, o PT adora apostar na confusão”<sup>136</sup>.

Com essa articulação, o sentido de mentira é apreendido como um tipo de perversidade, como falta de caráter por parte de DR, por induzir o eleitor ao erro. Produz-se como efeito de sentido a generalização, por responsabilizar DR por algo feito pela equipe da campanha, apresentando aos eleitores/telespectadores como se a candidata tivesse participado ativamente desta estratégia.

---

<sup>134</sup> Tão recorrentes foram os enunciados contrários ao cenário político e econômico do Brasil que uma das estratégias adotadas pela campanha política petista foi criar um personagem, cujo nome era “Pessimildo”, a fim de “amortecer” as críticas à gestão de DR. Tal estratégia funcionou como uma representação dos autores do discurso desfavorável, inferindo que aquele que criticava a realidade brasileira estaria sendo pessimista. Um dos spots desta estratégia encontra-se em <<https://www.youtube.com/watch?v=xS4BA0C2ZGI>>

<sup>135</sup> Compuseram o interdiscurso do segundo turno enunciados que discursivizavam a campanha do PT como mentirosa, por representar o país como um lugar sem dificuldades, portanto, um país da ilusão. Exemplos dessa regularidade discursiva podem ser verificados em uma *fotomontagem* que traz o contraste de um eleitor em uma casa simples assistindo ao HGPE de DR, presente na pesquisa de Nezo (2016) e na capa da revista *Isto É*, edição 2344, cuja data foi 29 de outubro de 2014, logo após a vitória da petista. Esta materialidade traz como manchete principal o seguinte enunciado: “Uma campanha montada na mentira”. Disponível em: <<http://www.bivirloc.com/ejournals/ISTOE/2014/num%202344%202014.pdf>> Acesso em 03 abr. 2017

<sup>136</sup> Proposição extraída da SD 14/10 A, já analisada no Recorte 6, retomada para mostrar como esse discurso foi sustentado ao longo da campanha do tucano.

Merece destaque o tom agressivo da SD 17/10 E, ataque que reflete em DR enquanto pessoa. A repetição do termo “a senhora” reforça o funcionamento discursivo de atrelar a mentira às questões de valores, porque funciona como um julgamento, reforçando o sentido de “indignação”, o qual vinha se sustentando ao longo do HGPE/TV de AN. Vale trazer neste momento as considerações de Charaudeau (2006) quando descreve o *ethos* de caráter. Segundo o estudioso, este *ethos* está relacionado à força do espírito e pode aparecer, dentre outras formas, por meio da figura da vituperação:

A vituperação que brada, critica e indigna-se ao exprimir-se aos “berros” [...] o berro é dominado, ele testemunha uma indignação pessoal e provém de um julgamento da mente, que tem necessidade de ser expresso com força. [...] para vituperar, para dar berros – calculados – que tenham efeito político, é preciso encontrar-se em uma posição que os justifique. É por isso que são sempre reativos [...] (CHARAUDEAU, 2006, p. 140).

Ao produzir para si um *ethos* de caráter, na figura de vituperação AN desconstrói sua adversária produzindo como efeito de sentido um *antiethos* de “falta de caráter” para ela.

Foi visto, pelos recortes 12 ao 19, que as formas de desconstrução mais recorrentes estão atreladas às questões de valores morais e de culpabilização do adversário, viabilizadas, conforme ressaltou Piovezani (2009), por taxionomias binárias e disjuntivas, como verdadeiro/falso, legítimo/ilegítimo, bom/mal, e que nesta pesquisa se convencionou chamar de “estratagema da lógica herói X vilão”, pelo fato de essa noção concentrar todo aquilo que se apresenta como bom, legítimo, verdadeiro corresponder ao herói e o oposto, ao vilão.

Os efeitos de sentido produzidos por esse tipo de funcionamento discursivo possibilitou apresentar DR como uma candidata não virtuosa, incapaz de ter firmeza em sua gestão, desonesta, incoerente, além de não cumprir o que promete e de ser responsável pelo descrédito dos brasileiros. O HGPE/TV de AN apresentou ainda o agente político DR como a candidata da opressão, da falsidade e da mentira, apelando para a memória conservadora da TFP, inferindo que DR fazia uma campanha indecente.

## FIM DA BATALHA, MAS NÃO DA GUERRA

*“Se você prende uma água, ela escapará pelas frestas.  
Se você tirar de um ser a liberdade, ele escapará por metáforas”.*  
(Manoel de Barros)

O processo discursivo de desconstrução do adversário político se dá pela relação constitutiva dessa instância nos discursos políticos de propaganda eleitoral: pelo lugar social, o candidato de situação, geralmente, representa a continuidade e o candidato de oposição representa a mudança. Assim, em um primeiro momento, DR representaria a candidata da continuidade e AN representaria o candidato da mudança. Nessa relação “mercadológica”, em que o eleitor/consumidor precisa escolher um candidato/produto para que se efetive o voto/a compra, existe uma lógica de comparação: qual deles seria o que mais representaria (tanto em termos cívicos quanto em atribuição de valor) a instância cidadã? Como se sabe, o “público-alvo” é amplo e heterogêneo, tornando os critérios de escolha e expectativas divergentes entre si. Logo, para “facilitar” esse processo de escolha por parte da instância cidadã, o HGPE/TV dos candidatos precisa, concomitantemente à estratégia de comparação, estabelecer lugares para si e para o adversário, o que, traduzido para o viés discursivo, pode ser compreendido pelo funcionamento discursivo da interincompreensão do Outro, proposto por Maingueneau (2008a) e principalmente pelas Formações Imaginárias, isto é, pelas projeções que se estabeleceram em relação aos lugares ocupados pelos sujeitos nos processos discursivos, as quais funcionam principalmente por meio de pré-construídos.

Nesse sentido, ao buscar a resposta da pergunta condutora da pesquisa, foi possível chegar a três grandes funcionamentos discursivos de desconstrução de DR, enquanto adversária política de AN: a Dilma do PT, ou seja, em que AN procura desconstruí-la pela sua relação com o PT; a Dilma presidente, em que se desconstrói sua imagem como gestora e governante; e a Dilma enquanto sujeito-político feminino que se candidata à reeleição.

Em relação ao primeiro funcionamento, associado à necessidade de troca do agente político por ele ser ligado ao PT, verificou-se que o discurso de crítica ao partido se sustenta em torno de três pontos principais: um partido que visaria um projeto de manutenção de poder a qualquer custo; um partido atrelado à corrupção e um partido com maus valores ou sem valores. Cada um desses pontos produz efeitos de sentidos negativos ao partido e derivam para efeitos negativos à DR.

No tocante à manutenção do poder, foram destacados os efeitos de sentido de que o partido se mantém no poder pela falta de respeito à democracia, pelo aparelhamento do Estado e pela instauração do medo no cidadão para esconder o próprio medo de perder o poder.

Quanto ao estabelecimento intrínseco de uma relação entre o PT e a corrupção, o enfoque foi no caso da Petrobrás, que já estava sob o governo Dilma, derivando para efeitos de sentido de que ela também seria corrupta, pelo fato de pertencer a esse partido.

E, finalmente, quanto ao PT como sendo um partido sem valores ou com maus valores, o efeito de sentido predominante foi o valor de falsidade ou mentira atribuído à campanha do PT, derivando efeitos negativos para o sujeito-político DR.

Em relação ao segundo funcionamento, associado à necessidade de troca do agente político pelo seu governo, constatou-se que o discurso de crítica se sustenta em torno da relação entre gestão e quatro temas: inflação, credibilidade, competência e valores.

Ao relacionar gestão e inflação, depreenderam-se como efeitos de sentido uma gestão que negava a inflação, marcada pela instabilidade econômica e pela falta de crescimento, significada como responsável por provocar a estagnação do país.

Da relação entre gestão e credibilidade, depreendeu-se como efeito de sentido a culpabilização de DR pela baixa confiança dos brasileiros em relação ao governo e à política no país.

Quanto à gestão e competência, os efeitos de sentido foram de um governo ineficiente e incompetente, sendo recorrente o atravessamento de uma memória que atrela a esquerda com sentidos de despreparo e incompetência.

Em se tratando da relação entre gestão e valores, os efeitos de sentido foram de falta de respeito e decência, atrelados à culpabilização do governo petista pela falta de crédito e otimismo dos brasileiros, e também o sentido de que DR era a candidata da desunião, da dissensão e antidemocrática.

Em relação ao terceiro funcionamento, associado à necessidade de troca do agente político pelo próprio candidato, verificou-se que o discurso de crítica à DR se sustenta em torno de quatro pontos: quanto ao gênero (produzindo como efeito o sentido de que DR não é virtuosa e é incapaz de ter firmeza na gestão); quanto à corrupção (o que produziu como efeito de sentido que a candidata era desonesta); quanto à sua credibilidade (o que possibilitou apresentar DR como incoerente e que não cumpre suas promessas); quanto aos valores morais (produzindo como efeitos de sentido que DR era a candidata da opressão, da indecência, da falsidade e da mentira).

Importa destacar que a corrupção, enquanto forma de desconstrução, não apareceu de maneira explícita associada ao governo/gestão; apesar de esse tema ter sido muito recorrente no HGPE/TV de AN, tal regularidade funcionava ora para significar o partido adversário, ora a candidata DR. Essa constatação que se apresenta possibilita depararmos com um possível equívoco do PSDB, uma vez que o silenciamento da relação entre gestão e corrupção pode apontar para a condição de que os programas de governo desses partidos são semelhantes, impossibilitando um ataque direto. Nesse sentido, tanto o programa petista quanto o peessedebista não representariam a “mudança real”, visto que ambos estão alinhados ao mercado. Sendo assim, a mudança estaria naquilo que se sustenta no imaginário que constitui a diferença entre os partidos, sendo mais pertinente reproduzir o sentido de PT como o partido intrinsecamente corrupto.

Assim, vislumbrou-se que a imagem que AN faz de seu próprio lugar e do lugar de DR permitiu reproduzir já-ditos e pré-construídos acerca do PT (predominantemente sendo relacionado com corrupção), da gestão petista (predominantemente sendo relacionada com à ineficiência e despreparo) e do sujeito-político mulher (predominantemente sendo relacionada à incompetência).

O quadro abaixo sintetiza esse processo de desconstrução de DR enquanto adversário político:

<b>A DESCONSTRUÇÃO DE DR COMO ADVERSÁRIA POLÍTICA</b>		
O Brasil quer mudança. AN é o agente da mudança. Logo, DR, enquanto agente da continuidade, precisa ser trocada, por essas três razões:		
<b>A DILMA DO PT</b> A desconstrução do agente pelo partido	<b>A DILMA PRESIDENTE</b> A desconstrução do agente pela sua má gestão	<b>A DILMA CANDIDATA MULHER</b> A desconstrução do agente pela pessoa
Partido e manutenção do poder	Gestão e inflação	Candidata e gênero
		Candidata e corrupção
Partido e corrupção	Gestão e credibilidade	Candidata e credibilidade
Partido e valores	Gestão e competência	Candidata e valores
	Gestão e valores	
Efeitos de sentido: <b>FALTA DE SERIEDADE</b>	Efeitos de sentido: <b>INCOMPETÊNCIA</b>	Efeitos de sentido: <b>FALTA DE VIRTUDES</b>

A estratificação desses três grandes funcionamentos, demonstrada no quadro acima, permite realizar um gesto de interpretação que aponta para “o caráter material do sentido das palavras e dos enunciados” (PÊCHEUX, 2014a, p. 146). Ao traçar um eixo representativo dos efeitos de sentidos que irromperam desse processo discursivo de desconstrução do adversário político, pode-se considerar que ele aponta para a materialização da ideologia, a qual funciona como um efeito de personificação, que se dá na figura do candidato, tendo em vista que se trata de uma disputa eleitoral.

Depreende-se também dessa estratificação o eixo das formações ideológicas, que funciona em um movimento inverso quando comparado ao dos efeitos de sentido. Dele é possível vislumbrar o que Pêcheux (2014, p.129) explica sobre as “condições ideológicas da reprodução/transformação das relações de produção”. Ao mergulhar através dos níveis “candidato”, “governo”, “partido”, o analista se depara com a grande engrenagem<sup>137</sup> da história: a luta ideológica de classes. E, se é a luta ideológica de classes que está na camada mais profunda do oceano dos sentidos, então, o tsunami da propaganda eleitoral de 2014 pode ter sido determinado pela batalha que se travou entre PT X PSDB, já que o nível mais profundo corresponde ao do partido. E as SDs apresentadas (camada mais superficial) assemelham-se a mísseis programados pela FD de cada partido em questão.

Importa esclarecer que, ao apresentar a tensão entre PT e PSDB como representação da luta ideológica de classes, não se quer dizer que tal conflito se restringe à mera disputa entre partidos. O que se pretende (dentro das possibilidades de um sujeito cindido) é reiterar as constatações de Pêcheux, no que diz respeito aos fundamentos de uma teoria materialista do discurso; mostrar “o caráter intrinsecamente contraditório de *todo modo de produção que se baseia numa divisão em classes, isto é, cujo ‘princípio’ é a luta de classes*” (PÊCHEUX, 2014a, p. 130). Desse modo, as relações de desigualdade-subordinação que se travaram entre PT e PSDB, por meio dos “objetos” ideológicos (a Moral, a Família, a Justiça, a Lei), compuseram a cena da disputa eleitoral, apontando para a cena da luta ideológica de classes. Dessa condição, é possível compreender a função atribuída à classe dominante – “assegurar o contato e o diálogo com o adversário de classe” (PÊCHEUX, 2014a, p. 133) – e à classe adversária, que é a subordinada, mas, conforme Pêcheux, é inevitável e necessária, já que tais funções não podem coincidir<sup>138</sup>.

<sup>137</sup> Vale citar aqui um trecho da música “Primavera nos dentes”, do grupo Secos & Molhados, do qual só tive conhecimento graças à leitura dos agradecimentos de Silveira (2015) a Romualdo: “No centro da própria engrenagem, inventa a mola que resiste”.

<sup>138</sup> Essa “atribuição” de função para a ideologia (da classe) dominante pode ser percebida pelos seguintes enunciados: “Quarenta e cinco! Por quê ? Dilma sai. Chega! (Testemunha 1, HGPE/TV, 10/10/14)”; “Essa é a

Ao longo da pesquisa, a tessitura do texto se deu pelo mote “Guerra” pelo fato de o discurso político eleitoral (objeto de investigação) se configurar como uma prática discursiva em que a lógica do conflito é o motor para seu funcionamento, servindo como uma metáfora (aqui como figura de linguagem) desse processo. Foi possível constatar que a luta pelo poder se dá por meio da luta pelo sentido, ou, nas palavras de Pêcheux (1997, p.87), há “ligação entre as relações de força (exteriores à situação do discurso) e as relações de sentidos que se manifestam nessa situação, colocando sistematicamente em evidência as variações de dominância”.

Dentre os desafios de se realizar um gesto de interpretação a partir dos pressupostos teórico-metodológicos da AD, pelo menos no que se refere ao lugar de desestabilização no qual o analista se insere, ressalta-se a noção de sujeito: ao falar sobre o “contrato de comunicação” existente no discurso político, Charaudeau destaca que

Nascem aí as dificuldades a serem enfrentadas pelos políticos, que gostariam de assegurar a eficácia de seu discurso; pelos cidadãos, que gostariam que sua força de contestação tivesse um impacto; e pelo analista, que se lança na empreitada perigosa de interpretar esses discursos, procurando extrair deles todos os sentidos possíveis (CHARAUDEAU, 2006, p. 52).

À luz dos pressupostos da AD, a dificuldade dos políticos pode ser explicada pelo fato de não se controlar os efeitos de sentido dos enunciados, “bombardeando” a noção de sujeito de intenção – “com meu nome, minha família, meus amigos, minhas lembranças, minhas ‘ideias’, minhas intenções e meus compromissos” (PÊCHEUX, 2014a, p. 145). A dificuldade dos cidadãos reside na relação assimétrica das relações de forças (há resistência, mas até onde ela funciona?). Já a dificuldade do analista encontra-se na condição de que o real da Língua e o real da História são inapreensíveis, o que impossibilita extrair “todos” os sentidos possíveis.

Consciente dessa impossibilidade, admite-se que o gesto analítico realizado aqui não esgota as possibilidades de outras interpretações; mais relevante que tentar fechar os sentidos em “evidências” e “constatações”, é colocar novas questões a serem discutidas, as quais só podem ser apreendidas pelo empreendimento do gesto analítico. Apesar de ser previsível a desconstrução do adversário no discurso político eleitoral, vislumbrou-se, nesse processo, ecos de FDs outras, deslizamento de sentidos e até equívocos, reiterando a concepção de que a propaganda política eleitoral não produz um efeito de sentido unívoco, visto que é concebida

---

hora da mudança, porque mais quatro anos de PT não tem a mínima condição.(Testemunha 3, HGPE/TV, 10/10/14)”; “Esse tempo todo só PT, PT, e não mudou nada. Só atraso de vida. Agora é Aécio! (Testemunha 6, HGPE/TV 19/10/14)”. Os efeitos de sentido produzidos apontam para a não aceitação da “troca” de funções por parte da ideologia (da classe) dominante.

em um lugar de conflito. E, uma vez que a política “age em lugares e com palavras que lhes são comuns, se for preciso, reconfigurando esses lugares e mudando o estatuto dessas palavras” (RANCIÈRE, 1996 apud CAZARIN, 2013, p. 176), o campo político se configura como um terreno fértil para pesquisas que visam problematizar a relação entre práticas discursivas e práticas sociais.

## REFERÊNCIAS

- ALBUQUERQUE, Afonso. Propaganda política e eleitoral. In: RUBIM, Antonio Albino Canelas (Org.). **Comunicação e política: conceitos e abordagens**. Salvador: Edufba, 2004. p. 451 - 482.
- ALMEIDA, Jorge. O marketing político-eleitoral. In: RUBIM, Antonio Albino Canelas (Org.). **Comunicação e política: conceitos e abordagens**. Salvador: Edufba, 2004. p. 309 - 346.
- ALTHUSSER, Louis. **Ideologia e aparelhos ideológicos do estado**. Tradução de Joaquim José de Moura Ramos. Portugal, Presença/Brasil, Martins Fontes, 1974.
- \_\_\_\_\_. Resposta a John Lewis. In: **Posições 1**. Rio de Janeiro, RJ: Graal, 1978.
- ALTOÉ, André Pizetta. **Tradição Família e Propriedade (TFP): uma instituição em movimento**. 2006. 106f. Dissertação (Mestrado) – Instituto de Ciências Humanas e Filosofia, Programa de Pós-Graduação em Ciência Política. Universidade Federal Fluminense, Niterói, RJ: 2006.
- ALVES, Mércia. Eleições e HGPE: o acesso à propaganda eleitoral nos municípios paulistas. In: X Encontro da ABCP. 2016, Belo Horizonte. **Anais eletrônicos ... Belo Horizonte**, ABCP, 2016. Disponível em: <[http://www.encontroabcp2016.cienciapolitica.org.br/resources/anais/5/1474481825\\_ARQUIVO\\_ALVES\\_MERCIA\\_ABCP\\_2016.pdf](http://www.encontroabcp2016.cienciapolitica.org.br/resources/anais/5/1474481825_ARQUIVO_ALVES_MERCIA_ABCP_2016.pdf)>. Acesso em: 25 fev. 2017.
- ARCINE, Raquel de Freitas. **Ethos e antiethos no discurso político eleitoral de José Serra (PSDB) no HGPE/TV da eleição presidencial de 2010 no Brasil**. 2012. 149f. Dissertação (Mestrado) – Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes, Programa de Pós-Graduação em Letras. Universidade Estadual de Maringá, Maringá, PR:2012
- BIROLI, Flávia. Mulheres e política nas notícias: estereótipos de gênero e competência política. **Revista Crítica de Ciências Sociais** [Online], 90, Setembro, 2010, p. 45 - 69. Disponível em <<http://rccs.revues.org/1765>> Acesso em: 22 fev. 2015.
- BOURDIEU, Pierre. **A economia das trocas linguísticas**. 2. ed. São Paulo: EDUSP, 1998.
- \_\_\_\_\_. **O poder simbólico**. 16. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2012.

BRITO, Patrícia Duarte de; PASSETTI, Maria Célia Cortez. A (des)construção representacional do partido dos trabalhadores na revista *Veja*. **Revista Entretextos**, v.7, n.1, jan/dez 2007, p. 91-106.

CARVALHO, João Eduardo Coin; FINAMORE, Cláudia Maria. Mulheres candidatas: relações entre gênero, mídia e discurso. **Revista Estudos Feministas**, 14, Florianópolis, maio, 2006, p. 347-362.

CAZARIN, Ercília Ana. A análise do discurso e sua interface com o político. In: INDURSKY, Freda; LEANDRO FERREIRA, Maria Cristina; MITTIMANN, Solange (Org.). **O acontecimento do discurso no Brasil**. Campinas, SP: Mercado de Letras, 2013.

CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso político**. Tradução Fabiana Komesu e Dilson Ferreira da Cruz. São Paulo: Contexto, 2006.

CHAMPLIN, Russell Norman. **Enciclopédia de bíblia teologia e filosofia**. 5. ed. v.6. São Paulo: Hagnos, 2001.

CHAUÍ, Marilena. Público, privado, despotismo. In: NOVAES, Adauto (Org.). **Ética**. São Paulo: Companhia das Letras, 1992.

COURTINE, Jean-Jacques. **Análise do discurso político: o discurso comunista endereçado aos cristãos**. São Carlos: EduFSCar, 2009.

COLLING, Leandro. O “estado da arte” dos estudos sobre mídia e eleições presidenciais de 1989 a 2002. **Revista Diálogos Possíveis**. Disponível em <<http://www.faculdadesocial.edu.br/revistas/index.php/dialogospossiveis/article/view/169>> Acesso em 8 dez. 2016.

CORRÊA, R. **Contato imediato com planejamento em propaganda**. São Paulo: Global, 1986.

COSTA, Josebely Martins de Souza. **Mulher e política: discursivizações sobre candidatas na mídia on-line**. 2010. 163 f. Dissertação (Mestrado) – Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes, Programa de Pós-Graduação em Letras. Universidade Estadual de Maringá, Maringá, PR: 2010

DRESCH, Márcia. Ideologia – um conceito fundante na/da Análise do Discurso – considerações a partir do texto Observações para uma teoria geral das ideologias, de Thomas Herbert. In: SEAD - Seminário de estudos em análise do discurso, 1., 2003, Porto Alegre.

**Anais eletrônicos...** Porto Alegre: UFRGS, 2003. Disponível em:  
<[http://anaisdosead.com.br/sead1\\_paineis.html](http://anaisdosead.com.br/sead1_paineis.html)>. Acesso em: 28 nov. 2016.

FREITAS, Viviane G. Imagens de mulher e agenda de gênero na reta final da campanha da primeira presidenta do Brasil. **Revista Ártemis**, v. XVI, n.1, ago-dez, 2013, p. 186-203.

GARCIA, Othon Moacyr. **Comunicação em prosa moderna: aprenda a escrever, aprendendo a pensar**. 27. ed. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2010.

GREGOLIN, Maria do Rosário. A mídia e a espetacularização da cultura. In: **Discurso e mídia: a cultura do espetáculo**. Maria do Rosário Gregolin (Org.). São Carlos: Claraluz, 2003. p. 9 - 17.

GRIGOLETTO, Evandra. Do lugar social ao lugar discursivo: o imbricamento de diferentes posições-sujeito. In: SEAD - Seminário de estudos em análise do discurso, 2., 2005, Porto Alegre. **Anais eletrônicos...** Porto Alegre: UFRGS, 2005. Disponível em:  
<<http://www.ufrgs.br/analisedodiscurso/anaisdosead/2SEAD/SIMPOSIOS/EvandraGrigoletto.pdf>> Acesso em: 15 nov. 2015

HENRY, Paul. Os fundamentos teóricos da “Análise Automática do Discurso” de Michel Pêcheux (1969). In: GADET, Françoise; HAK, Tony. (Org.). **Por uma análise automática do discurso: uma introdução à obra de Michel Pêcheux**. 3. ed. Campinas, SP: Editora da Unicamp, 1997. p. 13 - 38.

HERBERT, Thomas. Observações para uma teoria geral das ideologias. **Revista Rua**, n. 1, Campinas: 1995. p. 63-89.

INDURSKY, Freda. Que povo é esse? **Revista de Estudos da Linguagem**, n.4, v.1, Belo Horizonte, jan/jun 1995, p. 101- 114. Disponível em:  
<<http://periodicos.letras.ufmg.br/index.php/relin/article/view/1007/1117>> Acesso em: 20 mar. 2017

\_\_\_\_\_. **A fala dos quartéis e as outras vozes**. Campinas, SP: UNICAMP, 1997.

\_\_\_\_\_. Lula lá: estrutura e acontecimento. **Organon**, v.17, n. 35, 2003. p. 101-121. Disponível em <<http://www.seer.ufrgs.br/organon/article/viewFile/30020/18616>> Acesso em: 23 mar. 2017

\_\_\_\_\_. A memória na cena do discurso. In: INDURSKY, F.; MITTMANN, S.; FERREIRA, M.C.L. (Orgs.). **Memória e história da/na análise do discurso**. Campinas, Mercado de Letras, 2011.

KEHL, Maria Rita. Visibilidade e espetáculo. In: BUCCI, Eugênio; KEHL, Maria Rita. **Videologias: ensaios sobre televisão**. São Paulo: Boitempo, 2004. p. 141 - 161.

KOTLER, P. **Administração de marketing: a edição do novo milênio**. Tradução Bazán Tecnologia e Linguística. São Paulo: Prentice Hall, 2000.

LAGAZZI, Suzy Rodrigues. O Político na linguística: processos de representação, legitimação e institucionalização. In: ORLANDI, Eni Puccinelli (Org.). **Política linguística no Brasil**. Campinas: Pontes, 2007. p. 11 - 18.

\_\_\_\_\_. O recorte significativo da memória. In: INDURSKY, Freda; FERREIRA, Maria Cristina Leandro; MITTMANN, Solange (Org.). **O discurso na contemporaneidade: materialidades e fronteiras**. São Carlos: Claraluz, 2009. p. 67-78.

\_\_\_\_\_. O recorte e o entremeio: condições para a materialidade significativa. In: RODRIGUES, Eduardo Alves; SANTOS, Gabriel Leopoldino dos. CASTELO BRANCO, Luiza Kátia Andrade (Org.). **Análise de discurso no Brasil: pensando o impensado sempre. Uma homenagem a Eni Orlandi**. Campinas: Editora RG, 2011.p. 401-410.

LAVAREDA, Antonio. **Emoções Ocultas e Estratégias Eleitorais**. Rio de Janeiro: Objetiva, 2009.

LIMA, Fernanda Fernandes Pimenta de Almeida. Entre o diálogo e a (re)significação do sentido: um olhar sobre a identidade da mulher política. **Bakhtiniana**, São Paulo, v.1, n.3, 2010. p.90-112.

LUPETTI, M. **Gestão estratégica da comunicação mercadológica: planejamento**. 2 ed. São Paulo: Cengage Learning, 2012.

MAINGUENEAU, Dominique. **Análise de textos de comunicação**. Trad. Cecília P. de Souza e Silva, Décio Rocha. São Paulo: Cortez, 2002.

\_\_\_\_\_. **Gênese dos discursos**. Curitiba: Criar Edições, 2008a.

\_\_\_\_\_. **Cenas da enunciação.** (Org.). Sírio Possenti, Maria Cecília Pérez de Souza e Silva. São Paulo: Parábola Editorial, 2008b.

MALDIDIER, Denise. **A inquietação do discurso** – (Re)ler Michel Pêcheux hoje. Tradução Eni P. Orlandi. Campinas: Pontes, 2003.

MARIANI, Bethania. **O PCB e a imprensa:** os comunistas no imaginário dos jornais (1922-1989). Rio de Janeiro: Revan; Campinas, SP. UNICAMP, 1998.

MARQUES, Ludmila Machado. **Efeitos de legitimidade e de credibilidade no discurso propagandístico de Dilma Rousseff nas eleições presidenciais de 2010.** 2013. 129 f. Dissertação (Mestrado) – Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes, Programa de Pós-Graduação em Letras. Universidade Estadual de Maringá, Maringá, PR: 2013.

MIGUEL, Luis Felipe; BIROLI, Flávia. Gênero e política no jornalismo brasileiro. In: **Revista Famecos**, 36, Agosto, 2008. p. 24 - 39.

\_\_\_\_\_. Mídia e representação política feminina: hipóteses de pesquisa. In: **Opinião pública.** Campinas, vol. 15, n. 1, Junho, 2009. p. 55 - 81.

MORAIS, Fernanda Beatriz Caricari. **As mulheres na política brasileira:** um estudo sob a perspectiva sistêmico-funcional. 2008. 133f. Dissertação (Mestrado em Linguística) – Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2008. Disponível em <<https://sapientia.pucsp.br/handle/handle/14005>> Acesso em 28 abr. 2015

NEZO, Ronaldo. **Formulação, circulação e funcionamento discursivo da fotomontagem no facebook na des-estabilização de imagens de Dilma Rousseff como sujeito-político.** 2016. 195f. Dissertação (Mestrado) – Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes, Programa de Pós-Graduação em Letras. Universidade Estadual de Maringá, Maringá, PR: 2016.

NUNES, Márcia Vidal. Mídia e eleição. In: RUBIM, Antonio Albino Canelas (Org). **Comunicação e política:** conceitos e abordagens. Salvador: Edufba, 2004. p.347 - 378.

ORLANDI, Eni Pulcinelli. Discurso, imaginário social e conhecimento. **Em Aberto**, Brasília, ano 14, n. 61, jan. / mar. 1994.

\_\_\_\_\_. **Discurso e texto:** formação e circulação dos sentidos. Campinas, SP: Pontes, 2001.

\_\_\_\_\_. A Análise de Discurso em suas diferentes tradições intelectuais: o Brasil. In: SEAD - Seminário de estudos em análise do discurso, 1., 2003, Porto Alegre. **Anais eletrônicos...**

Porto Alegre: UFRGS, 2003. Disponível em:

<<http://www.ufrgs.br/analisedodiscurso/anaisdosead/1SEAD/Conferencias/EniOrlandi.pdf>>

Acesso em: 1 dez. 2016

\_\_\_\_\_. **As formas do silêncio:** no movimento dos sentidos. 6 ed. Campinas, SP: Editora da UNICAMP, 2007.

\_\_\_\_\_. **Terra à vista** – Discurso do confronto: Velho e Novo Mundo. 2 ed. Campinas, SP: Editora da UNICAMP, 2008.

\_\_\_\_\_. **Análise de Discurso:** princípios e procedimentos. 11. ed. Campinas, SP: Pontes, 2013.

PASSETTI, Maria Célia Cortez. Formação discursiva e a análise do *ethos* no discurso político eleitoral. In: SEAD - Seminário de estudos em análise do discurso, 5., 2011, Porto Alegre.

**Anais eletrônicos...** Porto Alegre: UFRGS, 2011. Disponível em:

<<http://anaisdosead.com.br/5SEAD/SIMPOSIOS/MariaCeliaCortezPassetti.pdf> > Acesso em: 18 fev. 2017

\_\_\_\_\_; MESTI, Paula. O funcionamento do *ethos* no discurso de propaganda eleitoral televisiva. In: POSSENTI, S.; BENITES, S. A. L (Orgs.). **Estudos do texto e do discurso** – materialidades diversas. São Carlos: Pedro & João, 2011.

\_\_\_\_\_; ARCINE, Raquel de Freitas. *Ethos e antiethos* no quadro cênico do discurso político eleitoral. In: TASSO, I.; SILVA, E. (Orgs.). **Lingua(gens) em discurso** – a formação dos objetos. Coleção: Linguagem e sociedade. Vol. 7. Campinas, SP: Pontes Editores, 2014.

PÊCHEUX, Michel. Delimitações, inversões, deslocamentos. In: **Caderno de estudos linguísticos**, v.19, jul/dez, 1990. p. 7 - 24.

\_\_\_\_\_. Análise automática do discurso. In: GADET, F.; HAK, T. (Orgs.) **Por uma análise automática do discurso:** uma introdução à obra de Michel Pêcheux. Trad. Bethania S. Mariani [et al]. 3 ed. Campinas, SP: Editora da UNICAMP, 1997. p. 61 - 162.

\_\_\_\_\_. Papel da memória. In: ACHARD, Pierre [et.al]. **Papel da memória.** Tradução José Horta Nunes. Campinas, SP: Pontes, 1999.

\_\_\_\_\_. Foi “propaganda” mesmo que você disse? In: ORLANDI, E.P. **Análise de discurso:** Michel Pêcheux. Campinas, SP: Pontes, 2011.

\_\_\_\_\_. **Semântica e discurso:** uma crítica à afirmação do óbvio. 5. ed. Campinas, SP: Editora da UNICAMP, 2014a.

\_\_\_\_\_. **Ousar pensar e ousar se revoltar.** Ideologia, marxismo, luta de classes. Décalages: Vol. 1: Iss. 4. (2014b). Disponível em <<http://scholar.oxy.edu/decalages/vol1/iss4/15>>. Acesso em 10 abr. 2017.

\_\_\_\_\_. **O discurso:** estrutura ou acontecimento. 7. ed. Campinas, SP: Pontes, 2015.

\_\_\_\_\_; FUCHS, Catherine. A propósito da análise automática do discurso: atualização e perspectivas (1975). In: GADET, F.; HAK, T. (Org.). **Por uma análise automática do discurso:** uma introdução à obra de Michel Pêcheux. Trad. Bethania S. Mariani [et al]. 3. ed. Campinas, SP: Editora da UNICAMP, 1997, p. 163 - 252.

PEREIRA, Maísa Ramos. O discurso do presidente operário a trabalhadores: a função de porta-voz e seus desdobramentos. In: SEAD - Seminário de estudos em análise do discurso, 6., 2013, Porto Alegre. **Anais eletrônicos...** Porto Alegre: UFRGS, 2013. Disponível em: <http://analisedodiscurso.ufrgs.br/anaisdosead/6SEAD/PAINEIS/ODiscursoDoPresidente.pdf> Acesso em: 10 fev. 2017

PEREIRA, Aracy Ernst; CAZARIN, Ercília Ana, QUEVEDO, Marchiori. Para além do efeito de circularidade: interpretando as noções de pré-construído e articulação a partir de enunciados *idem per idem*. **Gragoatá.** Niterói, n. 13, jan/jun. 2013, p. 131- 143.

PIMENTEL, Renata Marcelle Lara. Memória e apagamento no imaginário dos telejornais. **Discursos fotográficos,** Londrina, v.5, n.6, jun. 2009. p. 13-33

PIOVEZANI, Carlos. Política midiaticizada e mídia politizada: fronteiras mitigadas na pós-modernidade. In: GREGOLIN, Maria do Rosário (Org.). **Discurso e mídia:** a cultura do espetáculo. São Carlos: Claraluz, 2003. p. 49 - 64.

\_\_\_\_\_. **Verbo, corpo e voz:** dispositivos de fala pública e produção da verdade no discurso político. São Paulo; Editora Unesp, 2009.

POSSENTI, S. Sobre as noções de sentido e efeitos de sentido. In: \_\_\_\_\_ **Os limites do discurso:** ensaios sobre discurso e sujeito. Curitiba: Criar, 2002. p. 167 - 186.

\_\_\_\_\_. Teoria do discurso: um caso de múltiplas rupturas. In: MUSSALIM, Fernanda; BENTES, Anna Christina (Org.). **Introdução à Linguística:** fundamentos epistemológicos, volume 3, 3 ed. São Paulo: Cortez, 2007.

RIES, Al; TROUT, J. **Posicionamento: a batalha por sua mente.** Tradução Roberto Galman. São Paulo: Pearson Makron Books, 2002.

RUBIM, A. A. C. **Comunicação e política.** São Paulo: Hacker Editores, 2000.

SANT'ANNA, A.; JÚNIOR, I. R.; GARCIA, L. F. D. **Propaganda: teoria técnica e prática.** 8. ed. São Paulo: Cengage Learning, 2014.

SWIFT, Jonathan. **A arte da mentira política.** Campinas, SP: Pontes, 2006.

ZAMPAR, D. **Mídia e eleições presidenciais de 1994 a 2010: o funcionamento do imaginário na Folha de S. Paulo acerca da corrupção no PT.** 2014. 227 f. Dissertação (Mestrado) – Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes, Programa de Pós-Graduação em Letras. Universidade Estadual de Maringá, Maringá, PR: 2014.

ZOPPI-FONTANA, M. **Cidadãos modernos: discurso e representação política.** Campinas, São Paulo: Editora da UNICAMP, 1997.