

# Pistas Lingüísticas na Construção do Fenômeno Collor

Liana de Andrade Biar(FAPERJ)<sup>1</sup>

**Resumo:** Baseando-se na proposta de Gee (1999) de análise de discurso, bem como em conceitos da Sociolingüística Interacional, como *face* e *self*, este trabalho buscou analisar qualitativamente os discursos de campanha de Fernando Collor, datados da eleição de 1989, visando à identificação de pistas lingüístico-discursivas significativas para a co-construção da imagem do candidato junto ao seu eleitorado. A análise mostrou que a transitividade e as colocações lexicais podem estar marcando polarizações valorativas fundamentadas em modelos culturais pré-estabelecidos, que ajudam a promover a imagem de Collor, a desqualificar seus opositores e a fragilizar o eleitorado.

## 1) Introdução:

A eleição presidencial de 1989 é comumente considerada uma das mais importantes da história da política brasileira contemporânea. Além de marcar o processo de redemocratização pós-ditadura militar, a campanha eleitoral caracterizou-se de maneira particular, consolidando uma nova forma de se fazer propaganda política no Brasil, protagonizada, agora, pelos meios de comunicação em massa, agentes e veículos da disputa pelo poder<sup>2</sup>. A partir do ano de 1989, a mídia torna-se o grande palanque das campanhas, e a propaganda passa a fundamentar-se na veiculação de imagens atraentes, construídas, em geral, por empresas especializadas em *marketing* político.

Emergindo deste contexto, a figura de Fernando Collor de Mello, lançado por uma legenda inexpressiva, meteoricamente atinge os primeiros lugares de todas as pesquisas de intenção de voto, chegando à presidência, que ocupou até 1992, quando renunciou após aprovação de um processo de *impeachment*.

A relevância histórica da campanha de 89, aliada ao instigante fenômeno Collor, fez disparar, na comunidade científica brasileira, até então sem tradição no estudo de processos eleitorais, uma série de trabalhos dedicados a considerar as relações entre a propaganda política e o fenômeno eleitoral (Albuquerque, 1996; Carvalho, 1993; Souza, 1994; Tavares, 1999). Dentre eles, destaca-se Figueiredo *et al.* (1998), que, procurando estabelecer uma metodologia para o estudo de propagandas eleitorais, chama atenção para o fato de as principais análises realizadas nas áreas de Ciências Políticas e de Comunicação se darem a partir de inferências indiretas, e não de análises baseadas em metodologias rígidas, sistemáticas. Além disso, para o autor, a ciência política brasileira não vem dispensando a devida atenção às estratégias comunicativas e discursivas das candidaturas.

---

<sup>1</sup> Orientadora: Profa. Tania Saliés.

<sup>2</sup> Fenômeno conhecido como “*espetacularização da política*” (Albuquerque, 1996).

Visando ao preenchimento dessa lacuna, o presente trabalho propõe-se a analisar, em uma pequena amostra dos discursos de campanha de Fernando Collor, as estratégias discursivas que materializam elementos constitutivos da imagem que este candidato intencionava co-construir junto a seus eleitores. Para tal, nos serviremos das ferramentas disponibilizadas pela Análise do Discurso anglo-americana, conforme proposto por Gee (1999), bem como de conceitos da Sócio-lingüística Interacional (Gumperz, 1982; Goffman, 1980).

## **2) Considerações Teóricas:**

Como anunciado na Introdução, os discursos de campanha de Collor já foram objeto de pesquisa no âmbito da comunicação política e da semiótica. No entanto, as abordagens existentes distanciam-se do tipo de análise que pretendemos empreender neste trabalho, seja por não abordar especificamente a questão da construção de imagem, seja por não explorar o objeto em sua dimensão lingüístico-discursiva. O presente estudo olhará para as pistas verbais como categorias de análise, buscando encontrar regularidades que ajudem a caracterizar o discurso de Fernando Collor. A construção da imagem, bem como os modelos culturais que se deixam entrever por este discurso, será explicada à luz dos pressupostos teóricos delineados a seguir.

### **2.1) O Discurso na Construção de Identidades/Atividades Socialmente Situadas**

Para Gee (1999), a linguagem, mais que mero instrumento de comunicação, deve ser vista em seu aspecto multifuncional, sendo uma de suas principais funções a construção de identidades e atividades sociais. A análise de discurso, sendo assim, consistiria no desvelamento destes processos, a partir de pistas lingüístico-semióticas.

Ao usar a linguagem, nós sempre estamos atuando uma identidade social e nos engajando em uma determinada atividade. Isso quer dizer que a linguagem tem significação apenas a partir de práticas, e todo enunciado revela uma perspectiva particular do mundo baseada em ideologias, valores e relações de poder. Momento a momento, via interações comunicativas, as pessoas se engajam em um *trabalho de reconhecimento* de quem elas são e das atividades nas quais estão engajadas. Essas atividades e identidades, tanto criadas quanto refletidas no discurso, são socialmente situadas, ou seja, referem-se ao aqui e agora.

Esta idéia é fundamental para este trabalho, que pretende estudar as perspectivas com as quais o enunciador em questão se alinha, construindo-se enquanto uma identidade social específica materializada em um discurso.

Acreditamos ser esse arcabouço consistente com nossos objetivos, já que, se as diferentes identidades e atividades são encenadas na e através da linguagem, então o estudo desta está inegavelmente conectado à política. E, a análise proposta por Gee (1999) oferece ferramentas que nos permitem olhar para a linguagem mesclando abordagens sociais, cognitivas e interacionais.

Um conceito relacionado à proposta de Gee que se mostrou fundamental para o tipo de análise aqui empreendida é o de *modelos culturais*. Complementando a idéia de que os significados resultam de uma construção socialmente situada, os modelos culturais são como imagens ou descrições inconscientes de mundo, simplificadas em eventos prototípicos, que nos ajudam a explicar porque as palavras têm diferentes significados para situações ou grupos sociais específicos. O exercício de construir significado é sempre relativo às nossas experiências sócio-culturais, e mais ou menos rotinizado através dos modelos culturais. Pensar nesses significados construídos a partir das pistas lingüístico-discursivas presentes no discurso de Collor, refletindo sobre quais modelos culturais estão sendo ativados, é algo central neste trabalho.

### **2.3) Contribuições de Gumperz e Goffman**

De acordo com Figueiredo (1998), uma análise dos processos eleitorais só se completa quando estes são entendidos como processos interativos de comunicação política, em que dois atores – candidato e eleitor – dialogam e estabelecem um pacto fundamentado na troca de intenções: políticos querem ser eleitos, e eleitores querem suas necessidades atendidas. Na tentativa de responder ao menos em algum grau a esta demanda, lançaremos mão de alguns conceitos presentes na Sociolingüística Interacional, que complementam o modelo teórico proposto por Gee (1999), e nos parecem pertinentes para análise de discursos políticos.

A Sociolingüística Interacional é uma área de conhecimento que, baseando-se na Antropologia, na Sociologia e na Lingüística, busca dar conta de fenômenos que envolvem cultura, sociedade e linguagem. Gumperz e Goffman são os principais nomes vinculados a esta área.

O trabalho de Gumperz (1982), representante da influência antropológica da disciplina, contribui com um olhar interpretativo para a análise de encontros face-a-face. Também para esse autor o significado, a estrutura e o uso da linguagem são social e culturalmente relativos:

*O que Gumperz procura é uma teoria geral da comunicação verbal que integre o que nós sabemos sobre Gramática, Cultura e convenções*

*interativas dentro de uma única estrutura de conceitos e procedimentos analíticos (Shiffrinn, 1995:99).*

De acordo com Gumperz (1982), uma elocução pode ser compreendida de várias maneiras, e as pessoas decidem como interpretá-la com base em definições do que está acontecendo no momento da interação. O tipo de atividade restringe as interpretações possíveis, pois é através de “*constelações de traços presentes na estrutura de superfície das mensagens que falantes sinalizam e interpretam a atividade que está ocorrendo*” (Gumperz, 1982:99), tendo dirigidas as suas inferências.

Mecanismos de sinalização como entonação, ritmo de discurso, escolhas lexicais, fonéticas e sintáticas constituem as pistas para estereótipos de classe, assimetrias de poder e *status* e mal entendidos. São *pistas de contextualização*, i.e., aspectos de linguagem e comportamento que “revelam” aspectos não explícitos do que é dito mas que, a partir dessas pistas, são acessíveis ao conhecimento cultural, contribuindo para as pressuposições necessárias à comunicação.

No trabalho de Gumperz interessa-nos, além do conceito de *pistas de contextualização*, os de *pressuposição e inferência*, devido às negociações de interpretação inerentes a qualquer discurso, e particularmente presentes no *corpus* deste estudo.

Outro trabalho de natureza interacionista, igualmente relevante para os nossos objetivos, é o de Goffman (1980). De acordo com Shiffrinn (Cf. 1995: 103), interessa a Goffman a relação entre significado interpessoal e estrutura social. Para o sociólogo, os processos de inferências nas comunicações humanas requerem envolvimento e devem ser estudados enquanto fenômenos socialmente situados.

Uma pessoa em contatos face-a-face ou mediados tende a pôr em ação uma linha, um padrão de atos verbais e não verbais através dos quais expressa sua visão da situação e sua avaliação de si mesma (e leva em consideração a impressão que possivelmente formarão dela). A *face*, então, é o valor social positivo que uma pessoa efetivamente reclama para si através daquilo que os outros presumem ser a linha por ela tomada durante um contato específico (Cf. Goffman, 1980). É uma imagem do *self* (construção interativa do eu) delineada em termos de atributos sociais aprovados por outros.

Apesar desses trabalhos se darem principalmente em contextos de comunicação espontânea, os conceitos desenvolvidos por Gumperz e Goffman também podem ser aplicados ao discurso político em contextos não espontâneos, pois colaboram para o nosso entendimento sobre como se constrói a imagem do enunciador.

### 3) Considerações Metodológicas:

Neste trabalho, nos serviremos de aspectos de dimensão microestrutural para tentar explicar fenômenos sócio-culturais, de dimensão macroestrutural. Para tal, contamos com as seguintes perguntas de pesquisa: (i) até que ponto pode-se afirmar que pistas lingüísticas no discurso “collorido” têm função ativa na construção da imagem do candidato que o levou à eleição?; (ii) como estas pistas lingüístico-discursivas sinalizam alinhamentos com determinados modelos culturais?

Para responder a essas perguntas, procedemos à análise qualitativa de discursos de campanha de Fernando Collor, procurando demonstrar as principais estratégias retóricas utilizadas no discurso, bem como identificar os modelos culturais por ele acionados

Partiremos da hipótese de que determinadas regularidades lingüísticas presentes no discurso de Fernando Collor constituem pistas para os processos de construção de imagem positiva do candidato, assim como acionam modelos culturais condizentes com as expectativas populares em um momento de vácuo e incerteza política.

O *corpus* selecionado para a análise advém dos três primeiros programas apresentados em rede nacional pela coligação a que Collor pertencia, a saber, PRN, PTR e PSC, no início da campanha de 1989, entre os dias 30 de março a 18 de maio de 1989. Estes programas foram escolhidos devido à sua importância para as pesquisas de intenção de voto, que mudaram radicalmente suas tendências iniciais após a apresentação deles, colocando Fernando Collor no inesperado primeiro lugar das intenções de voto, onde se manteve até o fim da campanha (cf. Singer, 2000:62).

Para fins desta pesquisa, escolhemos aleatoriamente um trecho de cada um dos programas. Os trechos foram transcritos<sup>2</sup> e analisados qualitativamente, à luz das teorias explicitadas na seção 2.

### 4) Análise dos Dados:

A análise do *corpus* revelou alta frequência de pistas lingüísticas que sinalizam processos de polarização. Isso significa que, a partir dos trechos analisados, pudemos constatar que o enunciador do discurso estabelece, como uma de suas principais estratégias, diferenciações e conflitos entre: (i) ele próprio e seus adversários; (ii) o país tal como se encontra e o país sob sua tutela (construído discursivamente); (iii) o sentimento de derrota dos eleitores frustrados com a situação do país e um sentimento de esperança proveniente da

---

<sup>2</sup> Convenções: (sublinhado): ênfase na entoação; (..): pausa de menos de um segundo; (...): pausa maior que um segundo; [ ]: comentário sobre gesto ou imagem; /?/: trecho não compreendido.

crença no candidato.

Descreveremos a partir de agora alguns dos elementos que apontaram para esta lógica de construção.

No exemplo (1), retirado do primeiro programa exibido pela legenda, em 30 de março de 1989, Collor discursa em uma convenção partidária, provavelmente de lançamento de sua candidatura:

(1)

1 Graças ao mau exemplo desses políticos, que entendem ..chegar ao  
2 poder ..como um processo de apropriação do poder, e não como uma  
3 doação ao poder, como deve ser. Em função dos políticos, ..em  
4 função dos maus políticos, que nós sabemos que não são (todos),  
5 os maus políticos que entendem ... ((a câmera fecha em Collor, que  
6 passa a mão no cabelo)) que ter um mandato eletivo .. é o primeiro  
7 passo ..para enriquecer a si e a sua família, ... ((a câmera aproxima o  
8 rosto de Collor)) para empregar .. até a quarta geração de sua família,  
9 para intermediar favores, ..para corromper e ser corrompido.

A estrutura argumentativa deste trecho está organizada de modo a marcar pelo menos três polarizações: (i) políticos que dão maus exemplos X políticos que “*sabem como deve ser*”; (ii) políticos que se apropriam do poder X políticos que se doam ao poder; (iii) políticos que mentem e se apropriam do bem público X nós (plural de modéstia).

Observamos nesse trecho de discurso três períodos, e em cada um deles uma polarização é construída. A principal pista lingüística que marca a primeira polarização é a nomeação e a pressuposição que esta implica. O uso de *(d)estes políticos*, sujeitos da ação *entendem que chegar ao poder é se apropriar do poder*, marca uma oposição implícita entre *estes* (que se apropriam do poder) e aqueles *outros* políticos (informação implícita) que não se apropriam do poder (se doam ao poder), porque *sabem como deve ser*. Esta mesma oposição está na relação entre as escolhas lexicais *apropriação* (de cunho depreciativo) e *doação* (escolha valorizada). Isso acontece porque estas palavras remetem a juízos de valor fundamentados culturalmente (*apropriação* – invasão, *doação* – caridade, por exemplo).

Marcar oposições por meio de pressuposições foi uma ferramenta significativa para o propósito de preservar a face do enunciador, já que se, neste caso, o próprio fosse o responsável (em posição sintática de agente) pela opinião a respeito do que *deve ser* (ex. *Estes políticos se apropriam do poder, nós (ou eu) nos doamos ao poder*), sua face estaria necessariamente comprometida, não só por uma questão de polidez, mas também pela baixa credibilidade que a posição frasal acarretaria. Isso explicaria a opção pelo apagamento do responsável pela opinião.

Da mesma maneira, se a primeira oração do enunciado fosse “*Políticos entendem chegar ao poder (...)*”, estando *políticos* na posição de sujeito do verbo *entender*, também esta informação seria passível de negociação ou contestação de sentido, já que ficaria vulnerável como tópico da sentença. Mas a escolha efetuada foi marcar o sujeito a partir do relativo *que* (*que entendem chegar ao poder...*), que tem como seu co-referente o sintagma preposicional *desses políticos* que o precede, o qual está dentro do sintagma adverbial maior da linha 1, *ao mau exemplo desses políticos*. Desta forma, a agentividade é atribuída a um elemento que já está previamente enquadrado valorativamente, pelo adjetivo dentro desse sintagma adverbial, o que reduz as chances de contestação. Este sintagma adverbial é responsável por enquadrar tudo o que o segue, gerando pressupostos – *apropriação do poder é um mau exemplo, estes políticos dão maus exemplos* – que servem de chão para as informações verbais.

Algo parecido acontece na linha 2 (*não como uma doação ao poder*), que antecede a oração *como deve ser* (linha 3). Caso a seqüência estivesse invertida (“*entendem chegar ao poder como uma apropriação do poder e não, como deve ser, uma doação ao poder*”), a opinião de que a doação ao poder é ideal seria marcadamente atribuída apenas ao locutor (não estaria compartilhada), pondo em risco a credibilidade da afirmativa e ameaçando a face do político.

A polarização (ii) também começa a ser construída a partir de uma nomeação. A expressão *maus políticos*, na linha 4, novamente implica na oposição a outro tipo de políticos, já que *maus políticos* se opõe, no plano lógico pressuposto, a *bons políticos*. As escolhas lexicais corroboram a depreciação do sujeito *maus políticos*: *enriquecer* [linha 7], *corromper* [linha 9], *por exemplo*.

O gancho para os períodos seguintes, então, está configurado: Se os políticos já explicitamente mencionados até aí entendem o mandato eletivo de maneira deturpada, ou dão maus exemplos no poder, quem são os políticos, então, que entendem o mandato como uma doação, sem se aproveitar do poder?

O terceiro período, ex. (2), é uma espécie de clímax discursivo. A estrutura argumentativa, com um 1º período com propósito de desconstruir moralmente os políticos, um 2º período, com propósito caracterizá-los como maus políticos, e com ambos os períodos subordinados ao terceiro, é, ela mesma, pista para a terceira polarização.

## (2)

1. É chegado o momento de nós resgatarmos esses valores,
2. até .. em benefício do próprio sistema democrático, que não
3. sobreviverá, ((gesto de “não”))minha gente, .. enquanto nós não
4. tivermos partidos políticos consolidados, ..

5. partidos políticos de vergonha ((ênfase no gesto)), que façam
6. ..((ênfase no gesto)), que exercitem .. ((ênfase no gesto))
7. o discurso, que nas épocas das campanhas eleitorais,
8. com tanta eloquência, com tanta mentira, ((ênfase no gesto))
9. costumam colocar.

Após uma “preparação” do tipo pano-de-fundo na qual depreciam-se aqueles que fazem parte do cenário político até então, marca-se o “momento” (eleição) de se resgatar os valores perdidos: um herói se apresenta. Sua primeira marca de interlocução é o *nós* (linha 1). Neste ponto, o consenso já foi suficientemente construído, e o uso do *nós* não representa ameaças a face.

O caráter messiânico, já apontado por Tavares (1999), também pode ser verificado aqui, a partir da rede de colocações lexicais (o uso do verbo *resgatar*mos [linha 1], metaforicamente relacionado à salvação [através do voto], *doação* [linha 3], *sobrevivência* [linha 3]).

A transitividade do enunciado também é pista importante para a atribuição de papéis temáticos aos pólos contrapostos, porque caso a oração tivesse sido construída de outra forma, na voz passiva, por exemplo (*\*Chegou o momento de os valores serem resgatados*), o apagamento do sujeito não permitiria a agentividade do herói (que resgata). Nas linhas 5 a 9 (*partidos políticos de vergonha que exercitem o discurso* [...]) também é fundamental que o sujeito seja ativo, pois são justamente os partidos políticos o centro do propósito enunciativo (de apresentar o novo partido PRN, ao qual Collor afilia-se). Sendo assim, *Nós* (1, 3) e *Partidos* (4, 5) têm função ativa sempre no período. Ora porque são marcadamente responsabilizados pela mentira dos discursos (os outros partidos), ora por serem marcadamente responsáveis pela “salvação”, pelo “resgate”.

Nota-se, a partir do exposto, que há dois modelos culturais em conflito no discurso – o primeiro é a **POLÍTICA COMO FAVORECIMENTO PESSOAL POR PARTE DE POLÍTICOS DESONESTOS**. Esse modelo é compartilhado, pois é pressuposto pelos interlocutores do programa, e é em torno dele que as três polarizações se constroem, já que, paralelamente, o enunciador se contrapõe a partir do modelo **POLÍTICA COMO BEM SOCIAL**, associado ao discurso cristão de auxílio aos necessitados, discurso este do qual Collor se apropria para a construção de uma imagem política.



No exemplo (3), retirado do programa exibido pelo em 27 de Abril de 1989, pelo partido PTR, Collor dirige-se às pessoas que pretendem deixar o país, pedindo para que elas fiquem, votem nas eleições presidenciais e assistam à melhora que ocorrerá no país em seu governo.

(3)

1. A mensagem que eu gostaria .. de dizer a vocês, ..de dar a vocês, .. é que
2. esperem mais um pouco, .. não se desesperem... Aguardem mais um
3. pouco, .. participem do processo político brasileiro... Da decisão de vocês,
4. .. no próximo dia quinze de novembro, .. vai depender .. o futuro, .. aí sim,
5. rigorosamente, desse país... Porque, após de trinta anos de jejum, .. nós
6. temos um encontro marcado com as urnas, temos um encontro marcado
7. com a nossa cidadania, ..com a nossa consciência, ..com o amor próprio,
8. ..com a nossa vontade .. e com o nosso desejo de transformar esse
9. país...Não abandonem o Brasil, ..não abandonem a fronteira, não
10. abandonem a trincheira de luta... Vamos todos nos dar as mãos .. com os
11. corações unidos .. num só sentimento .. e num só objetivo...Resgatar esse
12. Brasil das mãos daqueles .. que já ludibriaram tantas infelicidades ..e
13. tantas dificuldades. O Brasil é maior do que tudo isso... Nós somos
14. brasileiros, sejamos patriotas,
15. sejamos nacionalistas, vamos lutar aqui dentro, .. para que o Brasil
16. reencontre o seu futuro e retome a trilha de seu crescimento econômico
17. com a justiça social.

Observamos as seguintes polarizações no exemplo (3): (i) sentimento de derrota, fuga X sentimento de esperança, consciência cidadã; (ii) Brasil atual X Brasil com Collor.

As pistas lingüísticas para as duas polarizações são as escolhas lexicais. O discurso se inicia com o enunciador dirigindo-se a seus interlocutores com o uso da terceira pessoa gramatical. Os pedidos são feitos com a utilização de verbos como *esperem*, *não se desesperem*, *aguardem* (todas na linha 2). À medida que as pessoas a quem o discurso se dirige começam a ser implicadas no processo eleitoral (*da decisão de vocês[...] vai depender o futuro [...]*), a terceira pessoa dá lugar ao *nós* inclusivo (linha 5), que mais que marcar polidez, representa uma estratégia de envolvimento, propósito comunicativo mais superficial do discurso. Toda essa seqüência chama ao comprometimento do agora “eleitor”. Novamente as colocações lexicais são importantes nesta transição, pois palavras de encorajamento são substituídas por palavras relacionadas à luta, guerra: *fronteira* (linha 17), *trincheira* (linha 18), *resgatar* (linha 21), *patriotas* (linha 23), *nacionalistas* (linha 23).

A segunda polarização é facilmente pressuposta: este investimento no eleitor, a inclusão dele na luta, é condição (*para que ...* [linha 15]) de melhora, pois só através do voto Collor chegará ao poder e o Brasil *reencontrará o seu futuro* (linha 16) e *retomará sua trilha* (*idem*); sendo assim pressupõe-se que a transformação do *eles* em *nós*, dos “desistentes” em “lutadores”, propiciará a transformação de um país de *infelicidades* e *dificuldades* (linhas 12-

13) em um país com um futuro de *crescimento* e *justiça* (linha 17). Pode-se dizer que o modelo cultural subjacente a estas oposições é VOTAR É LUTAR POR UM PAÍS MELHOR.

O exemplo (4), retirado do programa do partido PSC, exibido em 18 de Maio de 1989, constrói-se a partir de uma única bipolarização, semelhante àquela presente no exemplo (3). Perguntado sobre como seria o Brasil no governo Fernando Collor, este, em sua resposta, inicia um processo de atribuição de papéis para o “Brasil sem Collor” e “Brasil com Collor”. Esse é o tema geral do enunciado, amarrado com várias pistas lingüísticas que apontam para a oposição que se deseja marcar.

(4)

1. Vitor .. ((a câmera aproxima o rosto de Collor)) eu diria a você, .. que ..
2. será um Brasil mais justo... Será um Brasil que vai manter .. intacta a sua
3. soberania...Um país que vai dignificar .. o seu povo.. Um país .. dos
4. sonhos .. do Presidente Juscelino Kubitschek, que você ((a câmera
5. focaliza por um instante Vitor Nólseis)) em tão boa hora .. cita .. e traz ..
6. a nossa lembrança... Esse .. será o nosso Brasil. Este é o Brasil que todos
7. nós desejamos criar. Esse é o nosso Brasil ..Este é o Brasil que todos nós
8. queremos criar... Um Brasil a que não mais falem esperanças .. em seu
9. futuro.. Um Brasil .. em que não falte mais o desejo de promover o bem
10. estar social.. Somente um país .. sem tanta::s mazelas, .. sem tantas ..
11. dificuldades, .. sem tantas injustiças, como essas que vem sendo
12. cometidas, .. é que nós .. teremos aquele Brasil de JK, .. aquele Brasil ..
13. de cada um de nós brasileiros,.. que ousa, .. apesar das dificuldades, ..
14. sonhar .. com um país próspero, .. digno, .. e sobretudo .. solidário.

A oposição, aqui, é marcada pela rede de pressuposições aliadas à rede de colocações lexicais. Observamos no texto escolhas como *justo* (linha 2), *próspero* (linha 14), *digno* (linha 14), *solidário* (linha 14), *soberano* (linha 3), para o Brasil de Collor, e, no plano pressuposto, o oposto destas qualidades são atribuídas ao Brasil atual (anterior a Collor): injusto, indigno, sem prosperidade, etc.

A estrutura argumentativa também constitui pista, e pode ser descrita da seguinte forma: da linha 1 a 6 temos o Brasil como tema e como agente de todos os verbos. Já a partir da linha 6, apesar de Brasil continuar sendo o tema, o agente dos verbos passa a ser o “nós”, responsável por *desejar criar* (linha 8), *querer criar* (linha 9), *ter um Brasil melhor*.

Quando, no entanto, como na linha 11, a atitude que no plano pressuposto seria atribuída ao *nós* é negativa, a ação é nominalizada. O apagamento da agentividade do *nós*, nesse caso, tem o objetivo de preservar a face do povo, que tem de ser celebrado.

Isso tudo é dito com poucos índices de modalidade, com exceção do uso do *nós* inclusivo, que parece ser um recurso bastante freqüente no discurso político.

A análise da posição frasal se mostrou fértil, como se vê, por ex., entre as linhas 6 e 7,

quando se diz : “*Este é o Brasil que todos nós desejamos criar*”. Se esse desejo fosse afirmado em posição inicial, dizendo-se, por ex., “*Nós queremos criar esse Brasil*”, ficaria mais sujeito a negociação, seria mais agressivo e questionável.

### **5) Considerações Finais:**

A análise dos programas eleitorais selecionados demonstrou um padrão bastante recorrente nas estratégias retóricas do discurso: a de estabelecer polarizações a partir de pistas lingüísticas como transitividade, colocação lexical e nomeação.

Como bem aponta Gee (1999), ao engajar-se em Discursos, os interlocutores envolvidos travam trabalhos de reconhecimento, em que se constroem, a si e aos outros, coerentemente de acordo com certas identidades sociais. As polarizações estabelecidas nos discursos de Collor acionam determinados modelos culturais que revelam não só a identidade que este reclama para si, mas também a identidade de seus eleitores. Vimos no *corpus* analisado a imagem de Collor sendo construída em torno de ideais heróicos, de coragem, luta, destemor.

Desta forma, confirmamos a hipótese levantada anteriormente, já que demonstramos que o estabelecimento de polarizações de certos elementos do discurso constituem pista para a imagem construída pelo candidato, ancorada nos modelos culturais que subjazem às polarizações.

Se olharmos para o contexto das eleições de 89, poderemos explicar o porquê dos modelos culturais acionados e das imagens construídas: Este período se caracterizou pela enorme descrença, por parte da população, nos políticos que atuavam no cenário de então. Negar este fato, como fizeram alguns candidatos, seria um erro estratégico grave, pois segundo Figueiredo (1998), a lógica das campanhas eleitorais exige que uma oposição forte descreva o mundo atual no sentido de desqualificá-lo, e garantir um mundo futuro diferente, oposto ao atual. O que se opunha, então, à situação vigente, era a coragem, a ação heróica e justa, que se contrapunha aos “maus exemplos” de corrupção e favorecimento, por um lado (o dos políticos), e de inércia e descrédito por outro (dos eleitores).

Com esse trabalho, procuramos demonstrar de que forma essas estratégias de campanha (na dimensão das práticas sociais) manifestam-se discursivamente (nas práticas discursivas) visando a contribuir, não para a explicação causal do fenômeno Collor, porque isso seria bastante reducionista das complexas variáveis envolvidas nesse processo, mas de alguns mecanismos de materialização discursiva de suas estratégias.

**Bibliografia:**

- ALBUQUERQUE, A. A batalha pela presidência: O horário gratuito de propaganda eleitoral na campanha de 1989. Tese de Doutorado. Rio de Janeiro: UFRJ, 1996.
- CARVALHO, F. O centro do labirinto: Um estudo sobre a competição eleitoral na TV. Dissertação de Mestrado. Rio de Janeiro: IUPERJ, 1994.
- FIGUEIREDO et al. Estratégias de persuasão em Eleições Majoritárias: Uma proposta metodológica para o estudo da propaganda política. Série *Estudos*, nº 100, Iuperj, julho de 1998.
- GEE, J.P. Introduction to discourse analysis. London/New York: Routledge, 1999.
- GOFFMAN, E. A elaboração da face. In: Figueira, S. (Org.). *Psicanálise e Ciências Sociais*. Rio de Janeiro: Livraria Francisco Alves, 1980.
- GUMPERZ, J. Discourse strategies. Cambridge: Cambridge University Press, 1982.
- SHIFRINN, D. Interactional sociolinguistics. In: *Approaches to discourse analysis*, 1995.
- SOUZA, L. The role of television “free time” in Brazil: a study of the 1989 presidential election in a comparative perspective. MA thesis. New York: Fordham University, 1993.
- TAVARES, O. Fernando Collor: O discurso visual. Ascensão e queda. Tese de Doutorado.. São Paulo: PUC-SP, 1999.