

## **ELEIÇÕES À REITORIA DA UERJ 2008/2011:**

### **ANÁLISE DO DISCURSO POLÍTICO EM CONTEXTO ACADÊMICO**

*Ana Carolina de Souza da Silva Pinto (UERJ)*

*Kelly Virgínia Martins (UERJ)<sup>1</sup>*

*Resumo: Refletir sobre a língua enquanto processo em construção permanente, que se materializa nas práticas sociais sempre se mostrou um desafio. Neste caminho, atravessado por valores provisórios e reconfigurações de sentido, desejar investigar diferentes modos de funcionamento dos discursos nos parecia um investimento produtivo. Assim, ao vivenciar o contexto das eleições à reitoria da UERJ 2008/2011, nos vimos estimuladas em aprofundar esse estudo a partir da análise do material de campanha de cada chapa concorrente, uma vez que apresentavam, em ambiente acadêmico, expressões cristalizadas, remetendo, em alguns casos, a estereótipos da cena política. Para tal engenho, selecionamos, como material de análise, os folhetos distribuídos ao longo das semanas de campanha pelas quatro chapas. Em nossas análises, demos ênfase aos slogans, uma vez que tais enunciados se constituem, na maior parte das vezes, de expressões cristalizadas. Nosso estudo apontou que elementos como “mudança”, “reconstrução”, “autonomia” e “democracia”, recorrentes nos enunciados dos slogans, tinham seus sentidos deslocados devido ao interdiscurso. Destacamos, assim, as polêmicas que emergem dos referidos deslocamentos de sentido, vinculando a produção de sentido ao universo das configurações sociais, históricas e ideológicas, que atravessavam a apreensão de significado desses discursos eleitorais.*

#### **1) Introdução**

Refletir sobre a língua enquanto processo em construção permanente que se materializa nas práticas sociais sempre se mostrou um desafio. Neste caminho, atravessado por valores provisórios e reconfigurações de sentido, desejar investigar os diferentes modos de funcionamento dos discursos nos parecia um investimento produtivo.

Assim, ao vivenciar o contexto das eleições à reitoria da UERJ 2008/2011, nos vimos estimuladas em aprofundar esse estudo a partir da análise do material de campanha de cada chapa concorrente, uma vez que apresentavam, dentro de um ambiente acadêmico, expressões cristalizadas, remetendo, em alguns casos, a estereótipos da cena política. Para tal engenho, selecionamos como material de análise, os folhetos distribuídos ao longo das semanas de campanha pelas quatro chapas concorrentes no referido pleito, enfatizando os enunciados que lhes servem de *slogan*.

Considerando as diferentes práticas de linguagem que caracterizam um processo eleitoral, nossa proposta era investigar os sentidos em disputa nos enunciados dos slogans e compreender os valores que lhes são incorporados devido ao contexto em que se apresentavam, pois, segundo Maingueneau [1997, p. 34], “*cada gênero presume um contrato específico pelo ritual que define*”. Além desta noção de “contrato”, Maingueneau ainda

---

<sup>1</sup> Orientador: Bruno Deusdará (UERJ)

declara que existem gêneros a partir do momento em que vários textos se submetem a um conjunto de coerções comuns e que estes variam segundo os lugares e as épocas, destacando, portanto, que o importante é “*articular o como dizer ao conjunto dos fatores do ritual enunciativo*” [Maingueneau, 1997, p. 34].

Estimuladas por estas reflexões, percebemos que o slogan de campanha, ao pretender instituir a marca de uma determinada chapa, parece cumprir um duplo papel: ao mesmo tempo em que apresenta o diferencial de seus candidatos frente aos demais, o slogan o faz produzindo uma leitura do contexto em que tal candidatura se mostra não só importante, mas necessária. Por tudo isso, e ainda compartilhando da aposta de que todo discurso, de alguma forma, produz uma atitude, uma mudança de postura no destinatário, o objetivo a ser atingido, bem como a maneira como foi apresentado cada slogan era exatamente o que nos questionávamos. Foi assim que decidimos nos aventurar na tentativa de compreender os mecanismos que compõem o funcionamento discursivo destes slogans nos folhetos políticos, em contexto acadêmico.

Iniciamos nosso estudo analisando o que diferencia um processo eleitoral. Percebemos que este só é validado através de um regimento, discutido e aprovado por um órgão competente da universidade – o Conselho Universitário – e este processo é constituído por diferentes tipos de práticas, entre elas as práticas de linguagem. Para atuação de tais práticas, vários são os instrumentos, ou materiais, utilizados em campanhas eleitorais como faixas, adesivos, revistas, pôsteres, folhetos, etc. Um fato remarcável, e neste caso, comum a todos os materiais de campanha, é a presença do slogan.

A modalidade slogan caracteriza-se por resumir uma idéia em um enunciado curto e objetivo. Entretanto, o slogan não se configura da mesma forma em cada gênero de campanha. Ele pode se desdobrar de várias maneiras segundo o aspecto de apresentação de cada material, o que irá intervir na decodificação de determinada mensagem pelo receptor, conforme nos adverte estudioso Maingueneau [2001, p. 72]: “*O modo de transporte e recepção do enunciado condiciona a própria constituição do texto, modela o gênero de discurso*”. Tem-se assim que o gênero folheto apresenta os candidatos e suas propostas de forma ampla, contudo sem muita delonga, desta forma, o slogan, poder-se-ia dizer, é “justificado”, seja através de subtítulos (ou “sub-slogans”), seja no decorrer do próprio texto. Um aspecto relevante é que, em se tratando de slogans políticos, o conhecimento de mundo do interlocutor aponta para a expectativa de que esta modalidade seja uma síntese dos projetos de cada candidato.

Já mencionamos que se trata de eleições num ambiente universitário envolvendo como eleitores alunos, professores e funcionários. Obviamente o que se pretende com qualquer propaganda política é cativar o eleitor e obter seu voto. O contexto específico de eleições apresenta traços que o legitimam como tal. A própria divisão em chapas que concorrem entre si e sugerem um candidato e seu vice, remarca este contexto. Cada chapa possui o seu número correspondente, sendo este, o meio mais objetivo de reivindicar o voto. Aliás, esta reivindicação é simples e direta – “vote n° X”.

## 2) Quadro teórico

Para guiar este trabalho, valemo-nos dos preceitos da análise do discurso (AD) para embasar nossas percepções. De acordo com o referencial teórico mobilizado, sabe-se que a apreensão de sentidos é estimulada segundo uma gama de valores que foram incorporados pelo indivíduo, a qual é atualizada constantemente na vasta rede rizomática de sentidos. Sendo discurso uma prática de linguagem, seus dizeres se relacionam com outros dizeres realizados, imaginados ou possíveis, entendendo-se aí que o discurso é uma palavra em movimento [Orlandi, 2000]. Desta forma, é razoável não vincular o discurso ao campo do individual, uma vez que sua condição de produção é viabilizada pelo conjunto de práticas sociais, as quais só podem ser analisadas em se considerando seu contexto histórico-social. Outros conceitos relevantes em nossas análises são o de gêneros do discurso, sobretudo na caracterização dos folhetos, e o de interdiscurso, ao pôr o foco nos *slogans* enfatizando uma compreensão da produção de sentidos em constante reconfiguração.

Os pressupostos da AD nos indicam que qualquer discurso sofre um embate de diferentes vozes, que cortam, recortam e interferem na apreensão dos significados. Estas vozes pertencem a outros discursos vinculados às práticas sociais e variáveis conforme o processo de singularização do sujeito. A presença de tais vozes é como forças atuantes que evidenciam um sujeito em processo contínuo de atualizações, e não um indivíduo fechado, pronto, como mera representação. Estas afirmações referem-se ao interdiscurso, que é indissociável de qualquer enunciação. O conceito de interdiscurso estimula o exercício reflexivo, questionando a relação entre a língua e o mundo, e relendo questões instituídas como verdades na sociedade. Esta reflexão realça a transversalidade que permeia os discursos, e que afeta o sentido das próprias palavras, permitindo que o indivíduo leia o discurso segundo o conjunto de valores que lhe é próprio, associado aos valores sociais. Assim, a interpretação de significados dos folhetos e dos *slogans* da campanha fica, claramente,

passível de reconfigurações de sentido, sobretudo, se considerarmos as intenções do emissor e a vasta possibilidade de hipóteses que sustentam a compreensão por parte do interlocutor.

### 3) Análise

Passamos agora à apresentação dos slogans das citadas cinco chapas que disputaram os cargos de reitoria e vice-reitoria:

Chapa 10 – “Mudar pra valer”

Chapa 20 – “Reconstruindo a UERJ”

Chapa 30 – “UERJ acima de tudo”

Chapa 40 – “A vida é mutirão de todos... A UERJ também”

Chapa 50 – “Autonomia e democracia”

Conforme já mencionado, por ser um processo inerente a toda prática de linguagem, ressignificar os enunciados dos slogans, torna-se, pois, algo inevitável, mesmo porque as diversas interpretações são variáveis segundo cada indivíduo. Fica, portanto, evidente que os eleitores alvos deste processo eleitoral estarão atualizando, e por tal, individualizando, os enunciados que lhes chegam. É justamente este conceito que nos permite “prever” a motivação de uma possível leitura do eleitor, por exemplo, da chapa 30 - “UERJ acima de tudo”. Ilustramos tal afirmativa evidenciando as possíveis inferências ao termo “acima de tudo”, que para determinado eleitor pode ligar-se à questão política, tida como uma inoportuna subordinação ao governo do Estado do Rio de Janeiro, e já para outro pode estar diretamente relacionada à precária estrutura física do prédio e ao sucateamento tecnológico que abarca a universidade.

Associar, pois, o slogan a uma questão ou outra, dependerá de valores intrínsecos a cada eleitor, bem como de todo o contexto social no qual este enunciado esta inserido. Onde podemos identificar que, nesse exemplo, o termo “acima de tudo” parece instituir uma polêmica com as outras chapas, fazendo supor que, ao menos algumas delas, não estariam pondo a UERJ “acima de tudo”. Ao reivindicar o lugar daqueles que elegem a UERJ como prioridade a referida chapa o faz, denunciando aqueles que não o fariam. Esta postura levaria o eleitor a indagar-se: O que as outras chapas colocam como prioridade? Interesses pessoais, relações partidárias, subordinação a governos? Enfim, nosso papel aqui não é o de encontrar respostas para tais questões, mas destacar a figuração do slogan que se institui exatamente polemizando e levantando a dúvida, e ao mesmo tempo, fazendo supor que o problema atual

da UERJ se deveria ao risco de seus dirigentes não a terem como prioridade.

Seguindo o pensamento polêmico deste contexto eleitoral, o exemplo da chapa 10 também nos parece confirmar este desdobrar dos valores que estão sustentando um determinado slogan. Quando esta chapa apresenta “Mudar pra valer” podemos pressupor que promessas outras de mudanças, propostas pelas demais chapas que participam deste pleito, não poderiam ser consideradas como mudanças efetivas, ou mesmo suficientes para atender as “reais” necessidades da universidade. Podemos depreender ainda quais elementos que para a Chapa 10 deveriam estar presentes como prioritários na mudança “pra valer” a qual se propõem, quando desenvolvem o pensamento do slogan em seu subtítulo: “Programa para uma UERJ pública, autônoma e democrática”. Entretanto, tais termos podem incorporar diversos valores que atuam na apreensão de seus significados. Considerando tal afirmação, não nos apresentou clara as possíveis atribuições a estes termos por parte da referida chapa.

Desta forma, a inferência de que certos elementos não estão presentes na gestão administrativa da universidade, pode ser atribuída ao eleitor que também associará a sugestão do candidato como apto a solucionar aquilo que carece à universidade. O exemplo do slogan da chapa 10 – “Mudar pra valer” – incorpora este caráter.

Identifica-se ainda a temática da reconstrução, presente em “Reconstruindo a UERJ” e “A vida é um mutirão de todos”, se configura de duas formas. É evidente, em ambos, a referência à estrutura física da universidade. Os aspectos precários do prédio, acentuado pela queda de uma passarela em 2006 e o “oportuno” incêndio em 2007, sugerem o corpus para estes discursos. Todavia, no primeiro slogan, o diálogo se mostra claro e harmônico com o contexto social. Já o segundo, além de sugerir a reconstrução, remete a união de todos para este fim, inserindo a palavra “mutirão”. O que se percebe é que esta palavra já está incorporada de valores que, em uma primeira leitura, remetem a voluntariado, trabalho assalariado. Ora, se o objetivo dos slogans é cativar o eleitor, o termo “mutirão” automaticamente o afasta, colocando-o, inclusive, como coadjuvante do sucesso ou fracasso da gestão. Certamente, a expectativa com o slogan não era a de ligar-se a este significado.

Podemos inferir que a intenção das candidatas foi a de associar o termo ao uso atribuído a este no livro *Grande Sertão: Veredas*, de Guimarães Rosa, conforme ficou expresso no folheto da chapa 40. A idéia era que o eleitor fizesse uma conexão entre o sertão e a universidade, e desconstruísse a imagem de um espaço estéril e sem esperanças, tal como foi apresentado no livro. Além de sentir o termo “mutirão” como sinônimo de solidariedade

(também inferido por Guimarães), propondo a participação de todos em prol de um só objetivo, o de “ser tão UERJ” – expresso no folheto – um trocadilho com o vocábulo sertão e o intensificador da expressão “ser UERJ”. A convocação de todos para este fim, era, pois, algo positivo ao passo que convidava a uma nova concepção da UERJ. No entanto, a problemática se apresentou quando a mensagem não se harmonizou com seu destinatário, uma vez que nem todos os eleitores compartilhavam desta associação. Aqui, o texto do slogan pode ter favorecido uma interpretação equivocada, onde o interdiscurso reconfigurou o objetivo do enunciador por estar incorporado de elementos pré-construídos.

Destacando as temáticas marcadamente recorrentes nos enunciados dos slogans, como mudança, reconstrução, autonomia e democracia, percebemos que aquelas que focalizam os conceitos de “autonomia” e “democracia” são as mais presentes nas propostas dos candidatos. Entretanto, nossa pesquisa identificou que os conceitos que lhes atribuídos assumem valores distintos em cada chapa. O estudo dos textos expressos nos folhetos nos permitiu reconhecer quais os pontos conceituais focados em determinadas chapas concorrentes, conforme passamos a analisar nos próximos parágrafos.

A chapa 50 é a única que traz os dois termos de forma direta em seu slogan – “Autonomia e Democracia” – valer-nos-emos deste enunciado para contrapor as outras ocorrências destas palavras, consoante as perspectivas dos outros candidatos. Tem-se assim que o termo “autonomia” na chapa 50 configura-se da seguinte forma: “*O exercício da autonomia conduz à produção do conhecimento transformador, necessário, à construção de uma sociedade justa e pressupõe dotação orçamentária definida e garantida*”. Enquanto que a chapa 40 expressa: “*Entretanto, o maior desafio a ser enfrentado é o da autonomia universitária, que embora seja garantida por lei, é constantemente debilitada pelo cerceamento orçamentário-financeiro e pelas tramitações legislativas*”. A análise destes dois trechos nos mostra que relacionar autonomia à condição orçamentário-financeira da universidade é algo “previsto”, até mesmo pelo próprio eleitor, especialmente, quanto à suposta ausência desta autonomia na universidade. É justamente neste aspecto que os textos das chapas se distanciam, apresentando a diferenciada atitude que cada chapa se presta diante da ausência da autonomia. Na primeira, reconhece-se que a ausência da autonomia orçamentária somente será combatida por meio de todo um trabalho transformador, que envolve proficuamente o conhecimento intelectual crítico na construção de uma sociedade justa, logo correta quanto à administração financeira. Já a segunda, a chapa 40, aponta o “cerceamento orçamentário-financeiro” como causa de uma possível inibição da autonomia,

devendo, portanto, ser arduamente combatido como um embate político a ser travado para além da universidade, e conclama a união de todos ativamente para este fim. Logo, a postura de uma chapa sugere o desenvolvimento intelectual e, a da outra, propõe o planejamento coletivo. Todavia, as propostas de ambas parecem concordar quando a questão é a busca da autonomia pela administração da universidade, ainda que suas “noções” sobre o termo “autonomia” sejam distintas e, por tal, apresentem sugestões diferentes para atingir o fim almejado.

Democracia também é um termo que se constitui de forma distinta em comparando as chapas 50 e 10. Na chapa 50, democracia assim se configura: *“O respeito e valorização dos espaços institucionais de deliberação democrática, dos diferentes grupos sociais, combatendo-se os preconceitos e a discriminação”* e na chapa 10: *“É muito comum na tradição política brasileira a imposição de projetos políticos calcados em personalidades e ‘acordos’. Propomos, todavia, caminhar no sentido contrário desta nefasta tradição”*. Entendemos que, na chapa 50, democracia se mescla com o sentido de valores e direitos humanos, uma vez que ataca preconceitos e discriminações. Já na chapa 10 encontramos a mesma palavra com enfoque político, expressando que a imposição dos interesses deste universo é contrária ao que os candidatos à reitoria primam por democracia.

Ainda abordando o perfil político-partidário das chapas, percebemos que o slogan da chapa 50 – “Autonomia e Democracia”, embora não necessariamente evidencie o que o candidato pensa sobre tais conceitos, parece nos apontar, desde o princípio, o como esta chapa pretende se inserir nas polêmicas da cena política, já que tais termos se identificam com uma corrente do movimento docente universitário nacional, historicamente identificado o campo de esquerda no ANDES-AD.

Temos, nesse exemplo, uma evidencia da importante atuação do interdiscurso, pois aqueles docentes ligados ao perfil esquerdista citado poderiam imediatamente identificar-se com a chapa 50, simplesmente pela alusão que esta parece remeter, ainda que os valores atribuídos aos termos autonomia e democracia não estejam explicitados. Será somente ao logo do texto apresentado no folheto que encontraremos: *“A autonomia constitui garantia do caráter público da universidade, voltada para os interesses da sociedade”*, e ao referir-se à democracia: *“Respeito e valorização dos espaços institucionais de deliberação democrática, dos diferentes grupos sociais, combatendo-se os preconceitos e a discriminação”*. Faz-se relevante também apontar que no folheto, encontramos outros elementos que parecem retificar os princípios subjacentes ao slogan, ou mesmo, ao ideal político da chapa 50, a qual

exibe a flor girassol que faz uma alusão ao partido político “PSOL”, seja pela associação entre “girassol” e “PSOL”, seja pelo próprio número 50, que também caracteriza este partido e marca o ideal partidário do candidato à reitoria.

#### 4) Considerações finais

Como apontamento final, podemos afirmar que somos levados o tempo todo a redefinir conceitos, reconfigurando os discursos que nos chegam. Assim, nossa tentativa de análise do discurso no âmbito da campanha à reitoria da UERJ nos permitiu identificar alguns pontos da vasta rede rizomática de sentidos que atravessa esses enunciados políticos. Diante dessas percepções, nosso estudo apontou que elementos como “mudança”, “reconstrução”, “autonomia” e “democracia”, recorrentes nos enunciados dos *slogans*, tinham seus sentidos deslocados devido ao interdiscurso. Destacamos, pois, em nossas análises, as polêmicas que emergem dos referidos deslocamentos de sentido. Onde se identificou que por tais conceitos serem flexíveis, remetendo ao campo do individual, geravam embates de sentidos que se vinculavam ao universo das configurações sociais, históricas e ideológicas de cada eleitor, imprimindo valores que atuavam diretamente na apreensão de significado desses discursos.

Assim, diante de um cenário eleitoral, tais embates, não só interferiam na leitura feita de um determinado slogan, mas também condicionavam leituras outras frente às demais chapas concorrentes, levando, inevitavelmente, a uma avaliação das mesmas e influenciando a tomada de postura do eleitor. Tudo isso nos leva a perceber que o slogan não apenas evidencia o que uma chapa promete, mas parece remeter também a uma definição dos próprios contornos do embate político, dando visibilidade ainda ao que as concorrentes não poderiam oferecer.

#### Referências

- BAALBAKI, A. Vozes legitimadoras em interlocução: quando a mídia se pronuncia sobre concurso para professores. In: SANT’ANNA, V.; DEUSDARÁ, B. (orgs.). *Trajetórias em enunciação e discurso: conceitos e práticas*. São Carlos: Claraluz, 2007.
- MAINGUENEAU, D. *Novas tendências em Análise do Discurso*. Tradução Freda Indursky. 3 ed. Campinas: Editora da Unicamp, 1997
- MAINGUENEAU, D. *Análise de textos de comunicação*. S. Paulo: Cortez, 2001.
- ORLANDI, P. *Análise do Discurso*. Campinas: Pontes, 2002.
- ROCHA, D.; DEUSDARÁ, B. *Análise de Conteúdo e análise do discurso; aproximações e afastamentos na (re)construção de uma trajetória*. Alea, Estudos neolatinos. Rio de Janeiro, v7, n.2, jul – dez, 2005.