

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE VIÇOSA**

**LUCAS BRAGA SCARAMUSSA**

**ELEIÇÕES PRESIDENCIAIS 2014: UMA ANÁLISE DO DISCURSO  
CRÍTICA SOBRE A CAMPANHA ELEITORAL DO PT**

**VIÇOSA – MINAS GERAIS  
2014**

**LUCAS BRAGA SCARAMUSSA**

**ELEIÇÕES PRESIDENCIAIS 2014: UMA ANÁLISE DO DISCURSO  
CRÍTICA SOBRE A CAMPANHA ELEITORAL DO PT**

Monografia apresentada como exigência da disciplina Monografia (SEC 499) do curso de Secretariado Executivo Trilíngue da Universidade Federal de Viçosa, sob a orientação da Profa. Rosalia Beber de Souza.

**VIÇOSA – MINAS GERAIS  
2014**

**LUCAS BRAGA SCARAMUSSA**

**ELEIÇÕES PRESIDENCIAIS 2014: UMA ANÁLISE DO DISCURSO  
CRÍTICA SOBRE A CAMPANHA ELEITORAL DO PT**

Monografia apresentada como exigência da disciplina Monografia (SEC 499) do curso de Secretariado Executivo Trilíngue da Universidade Federal de Viçosa, sob a orientação da Profa. Rosalia Beber de Souza.

APROVADA: 13 de novembro de 2014.

Débora Carneiro Zuin  
Professora Examinadora (DLA/UFV)

Nilson Aduino  
Professor Examinador (DLA/UFV)

Rosalia Beber de Souza  
Professora Orientadora (DLA/UFV)

## **AGRADECIMENTOS**

Aos professores do curso de Secretariado Executivo Trilíngue da Universidade Federal de Viçosa, em especial à Profa. Rosalia Beber de Souza, minha orientadora, pelo incentivo, carinho, amizade e, principalmente, pelos ensinamentos para a construção de senso crítico, tanto no âmbito pessoal quanto profissional.

Agradeço, ainda, aos meus amigos e aos de SEC 2009 pelos melhores momentos da minha vida, pela amizade e pelo companheirismo por tanto tempo nessa Viçosa linda e louca. Valeu Nati, Bárbara, Nathani, Valerio, Adriana e Lívia. E a você também, Mariana, agradeço por toda sua ajuda, força, apoio e amizade nessa reta final.

O meu muito obrigado a todos vocês!

*"Ainsi, pour la psychologie, l'interprétation n'est pas seulement une amère nécessité, c'est aussi un procédé de connaissance libérateur, fondamentalement fécond, un salto vitale qui devient un salto mortale pour les mauvais sauteurs."*

Vygostki

## **LISTA DE QUADROS**

Quadro 1 - Etapas do enquadre para ADC de Chouliaraki e Fairclough	23
--	----

## RESUMO

Compreender a estrutura e o funcionamento da política de seu país ajuda na formação social de cidadãos conscientes. Realizar trabalhos críticos sobre determinados discursos eleva a conscientização sobre a necessidade de vivermos em uma sociedade cada vez mais questionadora e menos conformada com aquilo que lhe é apresentado. Neste contexto, o presente trabalho procurou analisar o discurso do Partido dos Trabalhadores - PT e automaticamente o da candidata Dilma Rousseff, veiculado em vídeo na Internet, usado como campanha eleitoral nas Eleições Presidenciais 2014, de modo a constatar seus valores ideológicos, pressuposições, propósitos e representação de mundo. A natureza da pesquisa pode ser definida como qualitativa, pois se tratou de uma análise textual não envolvendo a contabilização de dados, mas uma relação entre prática social, prática discursiva e texto. Para isso, utilizou-se como método a Análise do Discurso Crítica, de Fairclough (2003), que está linguística e socialmente orientada. Sendo assim, foi possível definir um posicionamento do autor em relação ao tema, identificar a visão de mundo do partido e da candidata Dilma referente às eleições e identificar o gênero textual utilizado para a veiculação do vídeo e que nesse contexto apresenta-se como o gênero propaganda.

**Palavras-chave:** PT, Dilma Rousseff, Análise do Discurso Crítica, Eleições Presidenciais 2014.

## ABSTRACT

Understand the structure and operation of our country's policy helps in the social formation of conscious citizens. Produce critical researches on certain discourses raises awareness about the need of living in a society increasingly questioner and less resigned to what it is presented to. In this context, this paper aimed to analyze the Partido dos Trabalhadores – PT and the candidate Dilma Rousseff's discourses, diffused in video on the Internet and used as election campaign in Brazilian Presidential Elections 2014 so as to evidence their ideological values, assumptions, purposes and representation of the world. The nature of the research can be defined as qualitative, since this was a textual analysis and does not involve the recording of data, but a relationship between social practice, discourse and text. For this, we used as a method the Critical Discourse Analysis of Fairclough (2003), which is linguistic and socially oriented. Therefore, it was possible to define an author's position in relation to the subject, identify the party and the Dilma's worldview on the elections scenery and identify the textual genre used to spread the video that, in this context, is presented as advertisement.

**Keywords:** PT, Dilma Rousseff, Critical Discourse Analysis, Brazilian Presidential Elections 2014.



## RÉSUMÉ

Comprendre la structure et le fonctionnement de la politique d'un pays contribue à la formation sociale des citoyens conscients. Effectuer des travaux critiques par rapport à certains discours élève la conscientisation de la nécessité de vivre dans une société qui discute, investigue et que soit moins résignée à ce qui lui est présenté. Dans ce contexte, cette recherche a eu l'objectif d'analyser le discours du Partido dos Trabalhadores - PT et automatiquement ce de la candidate Dilma Rousseff, diffusé par vidéo sur l'Internet et utilisé comme campagne électorale aux Élections Présidentielles Brésiliennes 2014, de façon à constater leurs valeurs idéologiques, des présuppositions, des objectifs et la représentation du monde. La nature de la recherche peut être définie comme qualitative, puisqu'on a réalisé une analyse textuelle qui n'a pas le but d'enregistrer des données, mais de faire une relation entre la pratique sociale, le discours et le texte. Pour cela, on a utilisé comme méthode l'Analyse Critique du Discours de Fairclough (2003), qui est linguistique et socialement orientée. Par conséquent, c'était possible de définir la position de l'auteur par rapport au thème, d'identifier la vision du monde du parti et de la candidate Dilma concernant les élections et d'identifier le genre textuel utilisé pour la diffusion de la vidéo et que dans ce contexte est présentée comme un propagande.

**Mots-clés:** PT, Dilma Rousseff, Analyse du Discours Critique, Élections Présidentielles Brésiliennes 2014.

## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO</b> .....	<b>9</b>
<b>2</b>	<b>OBJETIVOS</b> .....	<b>11</b>
2.1	Objetivo geral .....	11
2.2	Objetivos específicos .....	11
<b>3</b>	<b>METODOLOGIA</b> .....	<b>12</b>
3.1	Apresentação do corpus .....	13
3.1.1	O Partido dos Trabalhadores (PT).....	13
3.1.2	Dilma Rousseff.....	13
<b>4</b>	<b>REFERENCIAL TEÓRICO</b> .....	<b>15</b>
4.1	Concepção tridimensional do discurso .....	18
4.2	O enquadre da ADC de Chouliaraki e Fairclough .....	23
4.3	Linguística Sistêmica Funcional .....	24
4.4	Gênero e significado acional.....	25
4.5	Discurso e significado representacional .....	27
4.6	Estilo e significado identificacional.....	28
<b>5</b>	<b>ANÁLISE DO DISCURSO DA CAMPANHA ELEITORAL DE DILMA ROUSSEFF</b> .....	<b>31</b>
5.1	Significado acional .....	32
5.1.1	Atividade .....	32
5.1.2	Relações Sociais .....	34
5.1.3	Tecnologias Comunicacionais.....	36
5.2	Significado representacional .....	36
5.2.1	Representação dos atores sociais.....	37
5.2.2	Ativação e passivação .....	37
5.2.3	Personalização .....	37
5.2.4	Genéricos.....	38
5.2.5	Interdiscursividade e escolha lexical.....	38
5.3	Significado identificacional .....	41
5.3.1	Modalização .....	41
<b>6</b>	<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	<b>43</b>
<b>7</b>	<b>REFERÊNCIAS</b> .....	<b>45</b>
<b>8</b>	<b>APÊNDICES</b> .....	<b>46</b>
8.1	Transcrição do vídeo do PT para a campanha de Dilma Rousseff .....	46

## 1 INTRODUÇÃO

Neste estudo, o discurso analisado tem como a o Partido dos Trabalhadores (PT) e a candidata à Presidência da República, e atual presidente do país, Dilma Rousseff, que são os criadores do vídeo utilizado para campanha eleitoral da candidata nas Eleições Presidenciais de 2014, evento que serviu de contexto para a divulgação do material audiovisual nos meios de comunicação.

O objetivo foi analisar o discurso elaborado pelo partido considerando a forma pela qual se refere aos candidatos adversários e o modo pelo qual se dirige ao público para obter votos. A escolha desse vídeo para a pesquisa foi decorrente da atmosfera agitada que as Eleições 2014 trouxeram ao país. Os escândalos na Petrobras, a morte do candidato Eduardo Campos e sua substituição por Marina Silva, as críticas diretas da candidata do Partido Socialismo e Liberdade (PSOL) Luciana Genro e suas ideias, além das frequentes notícias na mídia sobre corrupção, proporcionaram um cenário bastante conturbado para a política.

Esta pesquisa realizou-se sob a ótica da Análise do Discurso Crítica (ADC) proposta por Fairclough (2003), servindo como metodologia e referencial teórico para o desenvolvimento do trabalho. Com o auxílio dessa disciplina, é possível identificar e analisar construções de significados particulares de acordo com interesses próprios, ideologias, escolhas de representações, escolhas lexicais, ou seja, diversos fatores que contribuem para a formação de um pensamento geral de aceitação e naturalização e não

crítico. Essa vertente crítica da ADC foi o que instigou o pesquisador a utilizar esse método com o propósito de identificar e desconstruir certas naturalizações.

Como justificativa, este trabalho apoia-se tanto na importância de identificar as reais intenções que estão implícitas em discursos políticos, sejam por meio de vídeos, *jingles* e até mesmo discursos falados, como na de realizar o estudo da linguagem em seu viés crítico-discursivo. Para os profissionais de Secretariado Executivo, ter a capacidade de analisar um discurso torna-se uma característica que os diferencia dos demais, pois todos vivemos atravessados por diversos discursos em diferentes situações. A incorporação de um perfil profissional crítico é de extrema importância para a nossa valorização enquanto Secretários Executivos, dado que a inquietação diante das situações de trabalho nos motiva sempre a agir conforme a ética e a lutamos por nossos direitos, não aceitando, de forma passiva, aquilo que nos é apresentado, mesmo por aqueles que se encontram em níveis hierárquicos superiores. Desse modo, criar uma consciência crítica e analítica sobre os temas polêmicos da atualidade é uma consequência do estudo da Análise do Discurso Crítica, e, por essa razão, seu estudo constitui-se como motivador desta pesquisa.

Além disso, para a sociedade, de modo geral, este trabalho revela-se importante, pois pode despertar no leitor a consciência crítica e motivá-lo a desenvolver pesquisas ou estudos autônomos nessa área. Esse aspecto poderá contribuir, assim, para a formação de cidadãos menos conformados e mais questionadores em relação àquilo que lhes é imposto ou sugerido, assim como de pesquisadores que se preocupam cada vez mais com a qualidade de seus estudos e não com o volume produzido. Segundo Fairclough (2003), discursos distintos que usam as mesmas palavras trazem consigo diferenças que só são constatáveis quando se foca nas relações semânticas nele contidas. Além disso, visto que também possuem cargas ideológicas e pressuposições valorativas, contribuem para manutenção, criação ou destruição de um sistema de crenças e conhecimento. Nesse sentido, após a análise do discurso do PT e, automaticamente, da candidata Dilma, que tem como temática as Eleições Presidenciais de 2014, este trabalho buscará identificar as estratégias discursivas por ele adotadas.

## 2 OBJETIVOS

### 2.1 Objetivo geral

O objetivo desta pesquisa é analisar, sob a perspectiva da Análise do Discurso Crítica de Fairclough (2003), a campanha eleitoral de Dilma Rousseff, veiculada no *site* YouTube e nos canais de televisão do Brasil, e obtida no *site* UOL Notícias, mais precisamente no “Blog do Fernando Rodrigues”.

### 2.2 Objetivos específicos

Como objetivos específicos deste trabalho, têm-se:

- Identificar e analisar as escolhas feitas pelo PT, considerando os significados acional, representacional e identificacional de Fairclough (2003);
- Identificar os propósitos real e aparente do partido ao construir o referido discurso analisado na Internet;
- Identificar, por meio das escolhas lexicais usadas nas falas do vídeo, os propósitos implícitos e explícitos da campanha.

### 3 METODOLOGIA

A metodologia utilizada na execução deste trabalho consistiu de pesquisa exploratória, pois é aquela que, segundo Lakatos e Marconi (2003, p. 188), tem o propósito de “desenvolver hipóteses, aumentar a familiaridade do pesquisador com um ambiente, fato ou fenômeno, para a realização de uma pesquisa futura mais precisa ou modificar e clarificar conceitos”. Além disso, este é um estudo de natureza qualitativa, pois sua intenção não é coletar e contabilizar dados precisos, e sim analisar causas e efeitos que eles podem ter nas mais variadas esferas sociais.

A escolha do *corpus* deu-se pelo interesse em identificar e analisar as estratégias utilizadas pelo Partido dos Trabalhadores (PT) para divulgação da campanha eleitoral da candidata à Presidência da República Dilma Rousseff. Dessa forma, por meio do *site* UOL Notícias, escolheu-se um vídeo para ser estudado, no qual as propostas políticas de Marina Silva, adversária de Dilma nas Eleições 2014, são tomadas como possíveis causadoras de problemas para o país. Transcreveu-se, então, essa narração para análise.

Para discussão dos dados, utilizou-se a Análise do Discurso Crítica, disciplina que possui Norman Fairclough como expoente. Está orientada tanto social como linguisticamente, e, segundo o autor, sua abordagem contribui para que mudanças sociais aconteçam, pois torna claras as relações de poder, e pode beneficiar aqueles que se encontram em posições socialmente desfavorecidas (FAIRCLOUGH, 2003). Além desse pesquisador, outros auxiliaram na fundação e afirmação dessa corrente

metodológica, como Gunter Kress e Theo van Leeuwen. Os trabalhos mais atuais e mais utilizados como fonte são, entretanto, os de Fairclough, sendo que, a partir do seu método são realizadas conexões com outras áreas do conhecimento (campo transdisciplinar). Sua teoria mais conhecida defende a ideia de que prática social, prática discursiva e texto estão interligados e devem ser analisados simultaneamente. A partir disso, é possível compreender e relacionar conceitos de ideologias, relações de poder, lutas hegemônicas e presunções valorativas, conceitos que foram trabalhados nesta pesquisa.

### **3.1 Apresentação do *corpus***

#### **3.1.1 O Partido dos Trabalhadores (PT)**

O Partido dos Trabalhadores (PT) é um partido político brasileiro fundado em 1980 e um dos maiores e mais importantes movimentos de esquerda da América do Sul. Com 1.549.180 filiados, o PT é o segundo maior partido político do Brasil, atrás apenas do Partido do Movimento Democrático Brasileiro (PMDB).

Maior grupo na Câmara dos Deputados, o PT foi o partido favorito de cerca de um quarto do eleitorado brasileiro desde dezembro de 2009, segundo revista publicada em 2010. O Ex-Presidente Luiz Inácio Lula da Silva e a Presidente Dilma Rousseff são amplamente reconhecidos como seus membros mais notórios. Os símbolos do partido são a bandeira vermelha com uma estrela branca ao centro e a estrela vermelha de cinco pontas com a sigla PT inscrita ao centro; seu código eleitoral é o 13.

#### **3.1.2 Dilma Rousseff**

Dilma Vana Rousseff é economista e política, filiada ao Partido dos Trabalhadores e atual Presidente do Brasil. Durante o governo do Ex-Presidente Luiz Inácio Lula da Silva, assumiu a chefia do Ministério de Minas e Energia, e posteriormente, da Casa Civil. Em 2010, foi escolhida pelo PT para se candidatar à Presidência da República na eleição presidencial, sendo que o resultado do segundo turno, em 31 de outubro, tornou-a a primeira mulher a ser eleita para o posto de chefe de Estado e de governo em toda a história do Brasil.

Interessou-se pelos ideais socialistas durante a juventude, logo após o Golpe Militar de 1964. Ao se iniciar na militância de esquerda, integrou organizações que defendiam a luta armada contra o regime militar, como o Comando de Libertação

Nacional (COLINA) e a Vanguarda Armada Revolucionária Palmares (VAR-Palmares). Esteve quase três anos presa, entre 1970 e 1972, pela ditadura militar brasileira, primeiramente durante a Operação Bandeirante (Oban), na qual passou por sessões de tortura, e, posteriormente, no Departamento de Ordem Política e Social (DOPS).

Dilma ajudou na fundação do Partido Democrático Trabalhista (PDT) e participou ativamente de diversas campanhas eleitorais. Exerceu o cargo de secretária municipal da Fazenda de Porto Alegre de 1985 a 1988, no governo Alceu Collares. De 1991 a 1993, foi presidente da Fundação de Economia e Estatística e, mais tarde, foi secretária estadual de Minas e Energia, de 1999 a 2002, tanto no governo de Alceu Collares como no de Olívio Dutra, no meio do qual se filiou ao Partido dos Trabalhadores, em 2001. Em 2002, participou da equipe que formulou o plano de governo de Luiz Inácio Lula da Silva para a área energética. Posteriormente, nesse mesmo ano, foi escolhida para ocupar o Ministério de Minas e Energia. Em 2005, foi nomeada ministra-chefe da Casa Civil, em substituição a José Dirceu, que renunciara ao cargo após o chamado Escândalo do Mensalão. Dilma foi a primeira mulher a ser secretária de Fazenda de sua cidade, ministra de Minas e Energia, chefe da Casa Civil e Presidente da República no Brasil.



## 4 REFERENCIAL TEÓRICO

A Análise de Discurso Crítica (ADC) é uma disciplina voltada para o estudo da linguagem nas diversas esferas sociais contemporâneas. Constituindo um modelo teórico-metodológico, a ADC objetiva identificar o enlace entre relações de poder e recursos linguísticos selecionados por pessoas ou grupos sociais (RESENDE; RAMALHO, 2004). A ADC, dessa forma, traz à tona as ideologias e as hegemonias implícitas, de modo a produzir mudança social capaz de beneficiar as minorias que se encontram em posição menos favorecida e para que seja estabelecida uma base científica direcionada à análise crítica da vida social, em todas as suas esferas, usando para isso a linguagem.

O termo “Análise de Discurso Crítica” foi determinado e utilizado pela primeira vez em 1985, quando o linguista britânico Norman Fairclough, na Universidade de Lancaster, publicou o artigo *Critical and Descriptive Goals in Discourse Analysis* no *Journal of Pragmatics*. Diz-se que seus estudos são uma extensão das pesquisas no campo da Linguística Crítica, iniciadas na década de 1970, ampliando, porém, seus propósitos e suas aplicabilidades.

A ADC assumiu o caráter de disciplina no início da década de 1990, quando diversos pesquisadores como Teun van Dijk, Norman Fairclough, Gunter Kress, Theo van Leeuwen e Ruth Wodak se reuniram em um simpósio em Amsterdã para discutir teorias e métodos de Análise do Discurso. Desde então, o nome de Norman Fairclough

figura como o mais influente e preponderante da ADC, o qual explicita que seu interesse pela análise do discurso “está baseado na suposição de que a linguagem é uma parte irreduzível da vida social, dialeticamente interconectada a outros elementos da vida social” (FAIRCLOUGH, 2003, p. 2, tradução nossa) <sup>1</sup>.

Na concepção do linguista britânico:

“o discurso contribui para a constituição de todas as dimensões da estrutura social que, direta ou indiretamente, o moldam e o restringem: suas próprias normas e convenções, como também relações, identidades e instituições que lhe são subjacentes. O discurso é uma prática, não apenas de representação do mundo, mas de significação do mundo, constituindo e construindo o mundo em significado” (FAIRCLOUGH, 2001, p. 91).

Esse discurso pode ser abordado utilizando-se duas formas distintas: o modo formalista e o modo funcionalista (RESENDE; RAMALHO, 2006). Quando um discurso está sob a ótica do paradigma formalista, a linguagem é tida como um objeto autônomo, em que suas estruturas (fonologia, morfologia, sintaxe, semântica), que também são independentes, não dialogam entre si, não considerando, portanto, “a relação entre estrutura e função como algo instável, que reflete o caráter dinâmico da linguagem” (NEVES, 2009, p. 69). Já no paradigma funcionalista, as funções da linguagem são valorizadas e investigadas, examinando-se o significado e o uso das formas linguísticas em atos comunicativos, ou seja, abandona-se o conceito de autonomia da linguagem, uma vez que ela estabelece diálogo com esferas externas à sua estrutura, relacionando-se com elementos sociais.

Dessa forma, o conceito funcionalista interessa à Análise do Discurso, dado que uma das principais propostas dessa prática, segundo Souza (2014, p.18), é “oferecer ferramentas de desconstrução ideológica, principalmente, da mídia de massa e de outros grupos de elite, além de identificar e definir relações entre grupos étnicos, sociais e disputas entre grupos dominados e subordinados”. É importante salientar que apesar da divisão entre funcionalismo e formalismo, o conhecimento das duas vertentes deve ser considerado para que se compreendam as estruturas linguísticas como mecanismo de ação sobre o mundo e sobre as pessoas.

A Análise de Discurso Crítica apresenta-se como um campo transdisciplinar pelo fato de utilizar outras teorias e estudos em favor da abordagem sociodiscursiva.

---

<sup>1</sup> “[...] is based on the assumption that language is an irreducible part of social life, dialectically interconnected with other elements of social life [...]”.

Com relação à transdisciplinaridade da ADC, Chouliaraki e Fairclough (1999) ressaltam:

Vemos a ADC trazendo uma variedade de teorias ao diálogo, especialmente teorias sociais, por um lado, e teorias lingüísticas, por outro, de forma que a teoria da ADC é uma síntese mutante de outras teorias; não obstante, o que ela própria teoriza em particular é a mediação entre o social e o lingüístico – a 'ordem do discurso', a estruturação social do hibridismo semiótico (interdiscursividade) (CHOULIARAK; FAIRCLOUGH, 1999, p. 16 *apud* MAGALHÃES, 2005, p. 4).

Em sua obra *Analysing Discourse: textual analysis for social research*, Fairclough (2003, p. 6, tradução nossa)<sup>2</sup> diz que:

[...] há uma necessidade de desenvolver abordagens para análise de texto através de um diálogo transdisciplinar com perspectivas sobre a linguagem e o discurso dentro da teoria e pesquisa social, a fim de desenvolver a nossa capacidade de analisar textos como elementos em processos sociais.

Assim sendo, a ADC apropria-se dos ideais de diversos outros pesquisadores, como os de Foucault, principalmente os sustentados por Bakhtin, tornando-se um processo de análise social e lingüística que se concentra na relação entre mundo social e linguagem. Mediante a contribuição teórica desses cientistas sociais, os estudos discursivos assumem um papel de intervenção na consciência crítica dos falantes, conferindo-lhes meios para análises dos discursos.

Fundador da primeira teoria semiótica de ideologia e prógono na crítica à ideia objetivista abstrata de Saussure, Bakhtin contribui substancialmente para a expansão da ADC, trazendo-lhe conceitos fundamentais como: dialogismo, dialética e materialidade da linguagem. Segundo Souza (2014, p. 18), os estudos bakhtinianos foram extremamente relevantes para os estudos discursivos devido “ao fato de que a língua é um fenômeno social, produto da interação verbal realizada através da enunciação ou das enunciações”. Para Bakhtin (2006, p. 114), a enunciação é “o produto da interação de dois indivíduos socialmente organizados” e “um puro produto da interação social, quer se trate de um ato de fala determinado pela situação imediata ou pelo contexto mais amplo que constitui o conjunto das condições de vida de uma determinada comunidade lingüística”. Isto é, ao invés de um processo comunicativo rígido, no qual o

---

<sup>2</sup> There is a need to develop approaches to text analysis through a transdisciplinary dialogue with perspectives on language and discourse within social theory and research in order to develop our capacity to analyse texts as elements in social processes.

receptor/ouvinte figura como um agente passivo, depositário de informações, Bakhtin (2006) defende a interação do par “locutor-ouvinte”, na qual ambos contribuem para a construção de sentido por meio do entrecruzamento de discursos.

As formulações da base teórica da ADC estão na concepção da linguagem como espaço de luta hegemônica, mostrando que os sujeitos sociais selecionam e articulam determinadas estruturas linguísticas com o objetivo de manutenção do poder e fortalecimento hegemônico. As práticas discursivas “são investidas ideologicamente à medida que incorporam significações que contribuem para manter ou reestruturar as relações de poder” (FAIRCLOUGH, 2001, p. 121).

De acordo com Resende e Ramalho (2006), dentre as discussões foucaultianas, a ADC vale-se dos ideais sobre o aspecto constitutivo do discurso, a interdependência das práticas discursivas, a natureza discursiva do poder, a natureza política do discurso e a natureza discursiva da mudança social. Para as autoras, na obra “Vigiar e Punir”, escrita pelo filósofo francês em 1977, o autor cita e discute exemplos de discursos usados em escolas, hospitais e prisões para a imposição de disciplina, defendendo, assim, o fato de que as instituições sociais utilizam práticas discursivas para moldar indivíduos de acordo com as necessidades do poder e reforçando, portanto, a relação entre discurso e poder.

#### **4.1 Conceção tridimensional do discurso**

Fundamentado na Teoria Social do Discurso, o modelo tridimensional de ADC proposto por Fairclough em 1989 e aperfeiçoado em 1992 aborda três dimensões de discurso passíveis de ser analisadas: a prática social, a prática discursiva e o texto. Nesse modelo, portanto, a análise discursiva é seccionada em três partes (RESENDE; RAMALHO, 2004). Essa divisão ocorre apenas para fins metodológicos, pois, ao se analisar um texto, os conceitos de forma e de significado são considerados simultaneamente.

Para assimilar discurso enquanto texto, Fairclough (2001) propõe quatro categorias analíticas, sendo elas: vocabulário, gramática, coesão e estrutura textual. O vocabulário trata das palavras individuais; a gramática, das palavras combinadas em orações e frases; a coesão, da junção que orações e frases estabelecem entre si; e a estrutura textual, das propriedades organizacionais de larga escala dos textos.

Além das categorias analíticas, existem três importantes itens utilizados no exercício da análise da prática discursiva; são eles: a “força” dos enunciados, ou seja, a

natureza pela qual a fala se apresenta (promessas, desejos, ameaças, etc.); a “coerência” dos textos, que faz referência aos seus sentidos e à não contradição das ideias nele presentes; e a “intertextualidade”, que está relacionada ao diálogo que um texto estabelece com o outro objetivando a (re)significação do já dito.

Para Fairclough (2001, p. 106-107), “a prática discursiva envolve processos de produção, distribuição e consumo textual, e a natureza desses processos varia entre diferentes tipos de discurso, de acordo com fatores sociais”. Analisam-se, também, como citadas, as categorias força, coerência e intertextualidade.

A produção textual flui de acordo com o ambiente no qual aquela produção escrita foi criada, apresentando traços e influências visíveis da interferência da infraestrutura e das ações dos atores sociais participantes daquele momento linguístico. Ou seja, os textos moldam-se de acordo com os momentos históricos ao qual pertencem e “são produzidos de formas particulares em contextos sociais específicos” (FAIRCLOUGH, 2001, p. 107).

Os textos são consumidos pelo público específico e seletivo para o qual foram produzidos e a quem realmente interessará o assunto ali materializado. A leitura desses textos objetiva influenciar, de fato, o modo de viver e de pensar de seus leitores/atores sociais. Fairclough (2001) afirma que os textos são consumidos em seus contextos sociais variados, e essa prática relaciona-se ao processo de interpretação textual. Em seu artigo, Pedrosa (2010, p. 13) diz que:

[...] a produção e o consumo são, parcialmente, de natureza sociocognitiva. Essa afirmação se justifica porque ambas são práticas que abrangem processos cognitivos de produção e interpretação textual que, por sua vez, são fundamentados nas estruturas e nas convenções sociais interiorizadas (daí o uso do prefixo “sócio”). Portanto, nessa visão, os textos funcionam como traços do processo de produção e pistas do processo de interpretação.

Quanto à distribuição, considera-se, segundo Fairclough (2001), que alguns textos têm distribuição simples, e outros, complexa. Para o linguista, “especificar as cadeias intertextuais nas quais entra um tipo particular de discurso é um modo de especificar sua distribuição” (FAIRCLOUGH, 2001, p. 166). Para Pedrosa (2010), quando se especificam as cadeias intertextuais nas quais um tipo particular de discurso se insere, determina-se, em suma, a sua distribuição. As cadeias intertextuais podem ser complexas, quando se transforma um discurso presidencial em textos de diferentes gêneros (reportagens, artigos acadêmicos, etc.), ou podem ser muito simples, pois uma conversa informal pertencerá apenas ao contexto imediato da situação em que ocorre.

Assim, “os diferentes tipos de textos variam radicalmente quanto ao tipo de redes de distribuição e cadeias intertextuais em que eles entram, e, portanto, quanto aos tipos de transformação que eles sofrem” (FAIRCLOUGH, 2001, p. 167).

Ainda sob a ótica do discurso como prática discursiva, convém ressaltar três outros itens não usados na análise textual, mas utilizado na análise da prática discursiva, mesmo envolvendo aspectos formais dos textos: a força dos enunciados, a coerência dos textos e a intertextualidade dos textos.

A força dos enunciados está relacionada à forma pela qual os contextos afetam e influenciam a interpretação de um texto, abrangendo as diferentes classificações que um enunciado pode receber. Para que a força do enunciado seja interpretada, é necessário alcançar a interpretação sobre qual é o contexto da situação, permitindo ao interlocutor identificar se aquele ato, falado ou escrito, refere-se a uma pergunta, ou a uma sugestão, ou a uma reclamação.

A coerência, por sua vez, está voltada para as questões de sentido, ou seja, um texto coerente é aquele cujas estruturas estão interconectadas e delas emanam um sentido lógico, passível de entendimento e de interpretação, em que tudo “faz sentido”. Esse é o conceito comum que se aplica à coerência. A ADC, porém, está interessada no processo de interpretação que o leitor desencadeará com esse texto, isto é, a relação de sentido que essa leitura terá para determinado sujeito intérprete, levando-se em conta os princípios interpretativos particulares e os conhecimentos sociocognitivos. “(...) um texto só faz sentido para alguém que nele vê sentido, alguém que é capaz de inferir essas relações de sentido na ausência de marcadores explícitos” (FAIRCLOUGH, 2001, p. 113).

Em se tratando da última das dimensões estabelecidas por Fairclough (2003) para a análise do discurso como prática discursiva, destaca-se a intertextualidade. O termo sugere a criação de um texto a partir de outro pré-existente, estando presente, portanto, no novo texto, fragmentos de textos anteriores. Assim como na coerência, os conhecimentos de mundo do leitor conferem-lhe capacidade linguística para estabelecer relações entre as mensagens, mesmo estando elas em textos diferentes. O sujeito traz, dessa forma, outras leituras/textos ao seu processo de interpretação. Um exemplo clássico de intertextualidade ocorre em dois momentos da canção “Monte Castelo”, da banda brasileira de *rock* Legião Urbana. Composta por Renato Russo, a canção traz citações do poeta português Luís Vaz de Camões (“O amor é o fogo que arde sem se

ver”), além de um trecho da Primeira Carta de Paulo aos Coríntios, capítulo 13, livro da Bíblia (“Ainda que eu falasse a língua dos homens e falasse a língua dos anjos”).

Para analisar o discurso como prática social, Fairclough (2003) trabalha, especialmente, os conceitos de ideologia e hegemonia. De acordo com os estudos faircloughianos, as práticas sociais são como articulações de diferentes tipos de elementos sociais que são associados a diferentes áreas da vida social e articulam discursos com outros elementos sociais não discursivos, como ação e interação, relações sociais, pessoas, o mundo material e o discurso (FAIRCLOUGH, 2003). A análise do discurso como prática social está focada na relação que há entre a linguagem e o poder, ocupando-se, fundamentalmente, de estudos sobre dominação, discriminação, poder e controle e na forma pela qual elas se manifestam através da linguagem (WODAK, 2003 *apud* PEDROSA, 2010). Nessa perspectiva, a linguagem é um meio de dominação e de força social, servindo para legitimar as relações de poder estabelecidas institucionalmente.

Em *Analysing Discourse*, Fairclough (2003, p. 9, tradução nossa)<sup>3</sup> declara que ideologias são “representações de aspectos do mundo que podem ser expostas a fim de estabelecer, manter ou mudar as relações sociais de poder, dominação e exploração”. Isto é, são símbolos, ideias e crenças, particulares ou de um grupo, que são criadas e sustentadas ao longo do tempo por nichos dominantes, que usam a linguagem para conquistar a universalização de suas próprias perspectivas, estabelecendo relações de poder. Fairclough (2003) aponta, de acordo com uma concepção textual baseada na linguística crítica, que as ideologias estão presentes e inseridas nos textos, pois a forma e o conteúdo destes são capazes de apresentar traços ideológicos. Entretanto, esses atributos não podem ser lidos. Isso acontece porque ao mesmo tempo em que os sentidos são criados, a partir de interpretações, os textos também são submetidos a inúmeras e distintas visões, levando-se em consideração os ímpares conhecimentos de mundo pertencentes a tantos muitos sujeitos leitores envolvidos na compreensão de um texto. Afirma-se, portanto, que os processos ideológicos não pertencem apenas aos textos, mas também envolvem pessoas.

Estando inseridas em um dado processo ideológico, seja ele de manutenção ou resistência ideológica, as pessoas podem não estar cientes de que suas práticas tenham adquirido uma natureza voltada para a “relação de dominação”. É nesse contexto que o

---

<sup>3</sup>“Ideologies are representations of aspects of the world which can be shown to contribute to establishing, maintaining and changing social relations of power, domination and exploitation.”

objetivo da ADC se torna ainda mais relevante: criar no ser humano uma consciência crítica em relação às suas práticas e, principalmente, aos discursos ideológicos aos quais são submetidas. Os sujeitos não podem ser tomados apenas como peças completamente dominadas e influenciáveis, uma vez que são capazes de “agir criativamente no sentido de realizar suas próprias conexões entre as diversas práticas e ideologias a que são expostos e de reestruturar as práticas e as estruturas posicionadoras” (FAIRCLOUGH, 2001, p. 121). O grau de dominação é responsável pela identificação e diferenciação entre o sujeito “produto ideológico” e o sujeito ativo, aumentando ou enfraquecendo de acordo com as condições sociais desses sujeitos. À medida que as pessoas/sujeitos são capazes de transcender sociedades marcadas por essa relação de dominação, também são capazes de se libertar das ideologias ali inculcadas.

O segundo ponto a ser tratado na análise da prática social é a hegemonia, conceito procedente dos estudos de Gramsci (1971 *apud* FAIRCLOUGH, 2001) sobre o capitalismo ocidental e a estratégia revolucionária da Europa Ocidental. De acordo com Fairclough (2003, p. 122), a hegemonia “é o poder sobre a sociedade como um todo de uma das classes economicamente definidas como fundamentais em aliança com outras forças sociais, mas nunca atingido senão parcial e temporariamente, como um ‘equilíbrio instável’”. Em suma, hegemonia é o domínio baseado no consenso, na cessão que grupos poderosos fazem a grupos menores, a fim de não desestabilizar o poder. Para o autor, a maior parte do discurso insere-se no âmbito da luta hegemônica em instituições particulares, pequenas, como famílias e escolas, e não naquelas de grande abrangência, como a esfera política nacional. A hegemonia caracteriza-se como o embate presente nos pontos de maior instabilidade social para construir, manter ou romper alianças e relações de dominação/subordinação, utilizando meios ideológicos para ganhar o consentimento social. Em outras palavras, é liderança e exercício do poder em vários domínios de uma sociedade (econômico, político, ideológico, etc.).

Não se limitando às representações, a ideologia tem papel preponderante para o estabelecimento da hegemonia. Se, por exemplo, uma instituição, como o governo, é capaz de sustentar e disseminar um conceito sobre si ou sobre algo que seja parte de seus interesses por meio da imposição ideológica, pode-se dizer que ela está usando a ideologia para praticar a hegemonia. Fairclough já dizia (2003, p. 58, tradução nossa): “Buscar hegemonia é uma questão de buscar universalizar significados particulares a



fim de alcançar e manter o domínio, e isso é trabalho ideológico”<sup>4</sup>. Nessa perspectiva, quando uma instituição consegue inculcar na sociedade crenças estabelecidas por ela mesma, em favor de si e de seus interesses, ela é capaz de exercer domínio. Por essa razão, diz-se que ideologia e hegemonia são conceitos que se complementam e se articulam de modo evidente com a dimensão simbólica, cultural e comunicacional da atividade social e política, sustentando relações de poder e de dominação. Nesse sentido, ambos os conceitos ocupam uma posição importante no vasto campo dos estudos das relações entre comunicação e política (CORREIA, 2004).

#### 4.2 O enquadre da ADC de Chouliaraki e Fairclough

Além do modelo tridimensional, Fairclough (1999) propõe, agora, juntamente com Chouliaraki (1999), um novo modelo para a realização da análise do discurso. O objetivo, então, passa a ser a reflexão sobre a mudança social contemporânea, as transformações globais de larga escala e a possibilidade de práticas emancipatórias em estruturas cristalizadas na sociedade (RESENDE; RAMALHO, 2006). Essa nova proposta de estudos se divide em cinco etapas, como mostra o Quadro 1.

Etapas do Enquadre para ADC de Chouliaraki e Fairclough (1999)			
1) Um problema (atividade, reflexividade)			
2) Obstáculos para serem superados			
a) análise de conjuntura	b) análise da prática particular	c) análise do discurso	
	(i) práticas relevantes	(i) análise estrutural	
	(ii) relações do discurso com outros momentos da prática	(ii) análise interacional	
3) Função do problema na prática			
4) Possíveis maneiras de superar obstáculos			
5) Reflexão sobre a análise			

Quadro 1 - Etapas do enquadre para ADC de Chouliaraki e Fairclough

Fonte: CHOULIARAKI; FAIRCLOUGH, 1999, p. 60 *apud* RESENDE; RAMALHO, 2006, p. 37.

<sup>4</sup> “Seeking hegemony is a matter of seeking to universalize particular meanings in the service of achieving and maintaining dominance, and this is ideological service.”

O enquadre de Chouliaraki e Fairclough é mais complexo do que a abordagem tridimensional da ADC, uma vez que favorece uma análise mais ampla daquelas práticas oriundas de relações de exploração e dominação, sendo capaz de melhor demonstrar a interação entre discurso e outros elementos sociais.

Chouliaraki e Fairclough (1999 *apud* RESENDE e RAMALHO, 2006) propõem que a Análise do Discurso Crítica deve se iniciar com a percepção de um problema baseado nas relações de poder, na distribuição desigual de recursos materiais e na naturalização de discursos particulares considerados universais. O segundo passo trata da identificação de obstáculos que impedem a superação desse problema, ou seja, identificam-se os elementos responsáveis pela manutenção dos problemas que dificultam a mudança nas estruturas sociais. Nesse segundo momento, há três tipos de análises que ocorrem simultaneamente: (i) a *análise da conjuntura*, que se refere ao contexto na qual o discurso se insere, às práticas associadas ao problema e às suas consequências; (ii) a *análise da prática particular*, que tem como foco a própria prática daquele momento discursivo, atentando-se para a relação do discurso com outros momentos; e (iii) a *análise do discurso*, que está orientada para a estrutura (gêneros, vozes e discursos de ordens de discurso) e para a interação (estudo linguísticos dos recursos presentes no texto e sua relação com a prática social). A terceira etapa é a função do problema na prática, em que se verifica a existência de uma razão particular para a ocorrência do problema identificado e qual impacto este possui na ordem discursiva e também na estrutura social. Na quarta fase, investigam-se os possíveis modos de superar obstáculos, explorando as possibilidades de mudança e superação dos problemas identificados, valendo-se das contradições das conjunturas. Por fim, como é característico de toda pesquisa em ADC, tem-se uma reflexão sobre a análise, dado que toda pesquisa crítica deve ser reflexiva.

### **4.3 Linguística Sistêmica Funcional**

As análises de discurso críticas são orientadas linguisticamente e socialmente em razão da dialética existente entre momentos discursivos e práticas sociais. Essa concepção situada na Teoria Social do Discurso norteia-se pela Linguística Sistêmica Funcional (LSF) de Halliday. Segundo essa escola, a linguagem é “uma semiótica social afetada sistematicamente pelas circunstâncias sociais” (CALDAS-COULTHARD, 2008, p. 27-28 *apud* PEDROSA, 2010, p. 12).

A LSF é uma teoria em conformidade com a ADC, pois trata a linguagem como um sistema aberto em que os textos não são apenas estruturas do sistema, mas modificadores dessa estrutura, pois abrem “o sistema para novos estímulos de seu meio social” (RESENDE; RAMALHO, 2006, p. 56). Esse pensamento, portanto, confere à linguagem capacidade ilimitada de criar significados.

Inquirir o limite comum entre as funções e o sistema interno das línguas é descobrir um traço geral da linguagem humana, como afirma Resende; Ramalho, 2006. Surge, então, a necessidade de se estudar a língua e seu funcionamento com base nas funções sociais, considerando a forma pela qual ela é configurada por essas funções. Halliday (*apud* CALDAS-COULTHARD, 2008, p. 28 *in* Pedrosa, 2010, p. 12) afirma que “a forma particular apresentada pelo sistema gramatical de uma língua está estreitamente relacionada com as necessidades pessoais e sociais para as quais a língua irá servir”, sendo o texto, portanto, uma unidade semântica e uma forma de interação pautada em seu caráter multifuncional. Nessa ótica, Halliday estabelece três macrofunções que atuam simultaneamente em textos: ideacional, interpessoal e textual.

A função ideacional diz respeito à reflexão a cerca da realidade da língua e à expressão da experiência de mundo tendo, pois, uma função representacional. Caldas–Coulthard (2008, p. 33 *apud* PEDROSA, 2010, p. 11), assim, expressa:

A metafunção ideacional ou experimental é a manifestação no sistema linguístico de um propósito geral que nos permite entender ou experimentar o ambiente em que vivemos; a metafunção interpessoal ou relacional nos permite constituir e mudar relações sociais e identidades sociais, marcando a interação entre as pessoas.

A função interpessoal refere-se ao processo de interação social, da língua como ação, e expressa relações sociais e pessoais. A terceira função, a textual, considera os aspectos semânticos, gramaticais e estruturais como mecanismos que contribuirão para o estabelecimento de uma estrutura textual final unificada.

Em *Analysing Discourse*, Fairclough (2003) realiza um diálogo teórico entre a ADC e a LSF e articula as macrofunções de Halliday com os conceitos de gênero, discurso e estilo, sugerindo três tipos de significado da linguagem: o acional, o representacional e o identificacional.

#### **4.4 Gênero e significado acional**

O estudo dos gêneros discursivos possibilita compreender o funcionamento da sociedade, contribuindo para o entendimento da construção das interações e das ações sociais cujas mudanças implicam também alterações nos gêneros discursivos. Para Resende e Ramalho (2006), quando um texto é analisado sob a ótica dos gêneros, busca-se examinar como o texto opera na (inter)ação social e como a favorece em eventos sociais concretos. De acordo com os conceitos de Fairclough (2003, p. 65, tradução nossa), “gêneros são especificamente aspectos discursivos das formas de ação e interação no curso dos eventos sociais”<sup>5</sup>.

Estando intimamente ligados às práticas e interações sociais e às mudanças ocorrentes no campo das relações sociais, os gêneros também são inseridos nesse processo de transformação, “de tal modo que mudanças articulatórias em práticas sociais incluem mudanças nas formas de ação e interação, ou seja, nos gêneros discursivos” (RESENDE; RAMALHO, 2006, p. 62). Por isso, pode-se dizer que há uma grande variedade de gêneros, sejam eles com estruturas fixas ou mais flexíveis. Enquanto há gêneros que estão regularmente relacionados a outros, unindo eventos sociais, há textos que não estão em um único gênero, e sim hibridizados a outros gêneros, como nas publicidades.

Os gêneros podem ser definidos de acordo com os seus propósitos de atividades. Um único gênero pode ter vários propósitos, que podem ser dispostos em uma ordem hierárquica, de modo que um propósito pode ser classificado como principal e os outros como menos expressivos. É pouco provável que os gêneros sirvam a propósitos únicos, apresentando um agrupamento de finalidades que se torna um composto de intenções complementares. Apesar de o propósito ser tido como relevante para a identificação dos gêneros, o foco não deve se ater apenas a isso, uma vez que para Souza (2014, p. 36), “os gêneros variam em termos de natureza da atividade que a constituem ou que são parte dela, e que algumas atividades, e não outras, são estratégicas e orientadas ao propósito. O fato é que algumas atividades são mais estratégicas que outras”.

Fairclough (2003) assinala a diferença entre duas categorias de gêneros: os pré-gêneros e os gêneros situados. Os pré-gêneros são aqueles que fazem parte da composição de diversos gêneros situados, como a narrativa. Já os gêneros situados são utilizados para designar gêneros específicos, como a propaganda. Dessa forma, pode-se dizer que os gêneros são compostos por vários pré-gêneros.

---

<sup>5</sup> “Genres are the specifically discursive aspect of ways of acting and interacting in the course of social events”.

Identificar quais gêneros ou pré-gêneros se destacam em um texto ou quais sobressaem os demais, bem como descobrir a razão pela qual essa situação ocorre e analisar os impactos desse comportamento nos atores das interações em sociedade, são pontos importantes para análise.

Sobre a análise dos gêneros, Fairclough (2003) sugere fazê-la quanto à sua *Atividade, Relações Sociais e Tecnologias Sociais*, buscando respostas concernentes ao que as pessoas estão fazendo, como são as relações sociais entre elas e de quais tecnologias comunicacionais necessitam para se comunicar. Nesta pesquisa, a identificação do gênero torna-se necessária, uma vez que um dos objetivos é compreender de que maneira o gênero “campanha eleitoral” é influenciado pelas relações sociais e pelas novas tecnologias, além de identificar quais são os propósitos comunicativos de candidatos à Presidência da República ao divulgarem suas ideias e opiniões por meio do gênero “campanha”.

#### **4.5 Discurso e significado representacional**

Nesse significado, o discurso é considerado como modo de representação do mundo. Para Fairclough (2003), diferentes discursos são diferentes visões do mundo, associadas a diferentes relações que as pessoas estabelecem com o mundo.

Assim como as relações estabelecidas entre as pessoas, as relações existentes entre os discursos podem ser de diversos tipos, complementando-se ou competindo um com o outro, dado que atores sociais utilizam o discurso para se relacionar, cooperando, competindo, dominando. Em um texto, existem diversos discursos com a função de cooperar ou competir entre si, e, nesse caso, a refutação é um recurso utilizado para afirmar o discurso protagonista, isto é, o discurso que está mais em evidência. De acordo com Fairclough (2003, p. 124, tradução nossa)<sup>6</sup>:

Diferentes discursos são diferentes perspectivas sobre o mundo, e estão associados com as diferentes relações que as pessoas têm para com o mundo, que por sua vez depende de suas posições no mundo, suas identidades sociais e pessoais, bem como a relação social em que eles têm com outras pessoas.

Um conceito essencial para a compreensão do significado representacional é o de interdiscursividade. Para Resende e Ramalho (2006, p. 72), ele representa a “heterogeneidade de um texto em termos da articulação de diferentes discursos”. Para

---

<sup>6</sup> “Different discourses are different perspectives on the world, and they are associated with the different relations people have to the world, which in turn depends on their positions in the world, their social and personal identities, and the social relationship in which they stand to other people”.

identificar e caracterizar os discursos no texto, Fairclough (2003) sugere que se tome o discurso como: (i) representação de uma parte do mundo e (ii) representação do mundo desde uma perspectiva particular. Para isso, identifica-se que partes do mundo estão representadas e que perspectiva predomina no discurso. Fairclough (2003) considera que eventos sociais trazem diversos elementos que podem estar excluídos ou incluídos no discurso, e, dentre os incluídos, haverá alguns que terão mais destaque ou relevância que outros.

Outra categoria bastante necessária ao entendimento desse significado é a representação de atores sociais. Na concepção de Souza (2014, p. 40), “através das maneiras como os atores sociais estão representados no texto, pode-se perceber posicionamentos ideológicos relacionados a eles e às suas atividades”. O ato de enfatizar ou ocultar atores sociais em representações depende dos julgamentos de valor acerca do que são ou do que fazem, ou seja, de seu papel social, bem como das condições econômicas ou raciais que detêm. Por essa razão, segundo Resende e Ramalho (2006), a análise dessas representações é tão importante para a ADC, pois desvela ideologias em textos e interações.

Por fim, outra categoria de análise do significado representacional é a lexicalização e os significados das palavras. Para Fairclough (2003, p.131), “diferentes discursos podem usar as mesmas palavras [...], mas eles podem usá-las de modos distintos, e, mais uma vez, é focando nas relações semânticas que se podem identificar essas diferenças”. As palavras são passíveis de resignificação de acordo com mudanças no cenário político, econômico e ideológico. A relação entre palavra e significado é, pois, trans-histórica, ou seja, é instável, e sua mudança semântica é vista como um fator de conflito ideológico, pois os significados podem estar carregados de valores políticos e ideológicos (RESENDE; RAMALHO, 2006).

#### **4.6 Estilo e significado identificacional**

Estilo está relacionado à identificação de atores sociais e textos. Fairclough (2003) sugere que a identificação seja vista como um processo dialético em que discursos são manifestados em identidades. Sob a ótica sociológica, toda identidade é construída social e culturalmente, e essa construção está baseada em matéria-prima fornecida pela história, geografia, biologia, memória coletiva e individual, entre outros segmentos. As pessoas, então, apropriam-se de toda essa bagagem de conhecimento, processam esse material e reorganizam seu significado.

Para Castells (1999, p. 23 *apud* RESENDE; RAMALHO, 2006, p. 77), toda identidade é construída, e a principal consideração é “como, a partir de que, por quem e para quê isso acontece”. Como a construção da identidade se dá em contextos assinalados pelas relações de poder, existem três formas de construí-la, sendo elas:

- Identidade legitimadora: introduzida por instituições dominantes a fim de legitimar sua dominação;
- Identidade de resistência: construída por atores em situação desprivilegiada na estrutura de dominação e constitui foco de resistência;
- Identidade de projeto: construída quando atores sociais buscam redefinir sua posição na sociedade e constitui recurso para mudança social.

Tais identidades possuem a capacidade de se reformular para assumir caracteres diferenciados, de maneira que as de resistência podem se tornar de projeto ou até mesmo legitimadoras. As identidades, assim, podem se alterar, de forma que as velhas identidades declinam e as novas se reconstruam.

Para Souza (2014), o interesse da ADC consiste em investigar o modo pelo qual ocorre o embate discursivo entre as identidades. Há sempre uma luta entre as construções indenitárias para se ocupar uma posição privilegiada. Segundo Resende e Ramalho (2006), a luta hegemônica sobre modos de identificação é a luta entre a fixação/estabilização e a subversão/desestabilização de construções identitárias. Valendo-se do conceito que expõe que pessoas não estão pré-definidas em textos e eventos sociais, mas são agentes participativos e criativos capazes de promover mudanças, Fairclough (2003) diz que os *agentes primários* são aqueles que não são hábeis para transformar sua condição de modo a agir coletivamente atuando na mudança social, enquanto os *agentes incorporados* são capazes de fazê-lo.

Dentre as categorias analíticas pertencentes ao campo do significado identificacional, ressaltam-se a avaliação, a modalidade e a metáfora. A avaliação está relacionada às afirmações avaliativas (que apresentam juízos de valor), como afirmações com verbos do tipo “detestar”, “amar” e “gostar”, às presunções valorativas (o que é bom e o que é desejável, relevante ou irrelevante) e também às escolhas de adjetivos, advérbios e exclamações. A modalidade, por sua vez, está associada ao comprometimento do falante em relação ao que ele é; portanto, algumas escolhas de modalidade evidenciarão traços de autoidentidades (FAIRCLOUGH, 2003). Quanto à

metáfora, Fairclough (2001, p. 241 *apud* RESENDE e RAMALHO, 2006, p. 88), aponta que ela sempre encobrirá um significado e realçará outros e, ao se realizar a escolha do que evidenciar, filia-se a uma maneira particular de representar o mundo – essa é a importância da metáfora para o significado identificacional nos textos.

Como sintetizado por Resende e Ramalho (2006), os discursos (significados representacionais) são concretizados em gêneros (significados acionais) e inculcados em estilos (significados identificacionais), e ações e identidades (incluindo gêneros e estilos) são representadas por meio e nos discursos. Este estudo, portanto, englobará os três significados expostos nesta seção, a saber: o acional, o representacional e o identificacional, como proposto por Fairclough (2003) em sua obra *Analysing Discourse: textual analysis for social research*.



## 5 ANÁLISE DO DISCURSO DA CAMPANHA ELEITORAL DE DILMA ROUSSEFF

Com o propósito de analisar o discurso da candidata à Presidência da República, Dilma Rousseff, e do seu partido, o PT, utilizou-se um vídeo, sem título, disponível no site UOL Notícias, no “Blog do Fernando Rodrigues” (RODRIGUES, 2014). A peça de 30 segundos, produzida pelo marqueteiro do PT João Santana, começou a ser veiculada em 11 de setembro de 2014 na televisão e na Internet.

Apresenta-se a análise das narrativas tomando por base o suporte teórico desenvolvido por Fairclough (2003), portanto, os três significados por ele propostos: acional, representacional e identificacional. Segue, abaixo, a íntegra do roteiro do comercial e a transcrição das falas do vídeo que serão usadas como material de análise:

*[cenário: homens discutem em torno de uma mesa, evocando um ambiente empresarial]*

- 1) **Locutor:** *“Marina tem dito que, se eleita, vai reduzir a prioridade do pré-sal. Parece algo distante da vida da gente, né? Parece, mas não é...”*

*[música incidental de tom grave, quase fúnebre]*

*[corte para uma cena de crianças estudando em torno de uma mesa]*

- 2) **Locutor:** “... Isso significaria que a educação e a saúde poderiam perder 1 trilhão e 300 bilhões de reais. E que milhões de empregos estariam ameaçados em todo o país...”

[corte para os empresários apertando as mãos e comemorando]

- 3) **Locutor:** “... Ou seja, os brasileiros perderiam uma oportunidade única de desenvolvimento...”

[neste momento, as páginas do livro usado por uma criança ficam em branco]

- 4) **Locutor:** “... É isso que você quer para o futuro do Brasil?”

[câmera volta para as crianças, agora sem mais nenhum livro à mesa]

- 5) **Locutor:** “Coligação com a força do povo”.

## 5.1 Significado acional

A análise do significado acional baseia-se nos conceitos de *Atividade, Relações Sociais e Tecnologia Comunicacional*, conforme propostos por Fairclough (2003).

### 5.1.1 Atividade

Quanto ao tipo de gênero, a campanha apresenta traços de “campanha eleitoral” em decorrência da época em que foi divulgada e das propostas nela contidas. No entanto, vale ressaltar que há grande possibilidade de uma tensão genérica devido a um atravessamento discursivo promocional. Como sustenta Bathia (2009 *apud* SOUZA, 2014), os gêneros raramente possuem valores estáticos em contextos competitivos como o da sociedade atual, inserida em uma realidade compulsiva de atividades promocionais e publicitárias.

A campanha eleitoral caracteriza-se como um gênero de governança. Segundo Souza (2014), os gêneros de governança incluem os gêneros promocionais que têm por objetivo “vender” organizações, pessoas, partidos, produtos ou marcas. Isso é consequência da forte influência capitalista que contribui para o surgimento e difusão de gêneros promocionais. Dessa forma, estudos têm identificado uma considerável

incorporação de elementos promocionais em gêneros institucionalizados, verificando a tendência ao uso do marketing em práticas discursivas (SOUZA, 2014).

Em relação à *Atividade*, Fairclough (2003) sugere que um único gênero pode ter vários propósitos comunicativos, que podem ser ordenados de maneira hierárquica: um propósito pode ser destacado como o principal, e os demais, como menos expressivos ou menos “visíveis”, podendo ser mais explícitos ou implícitos.

Tomando por base o conceito acima, sustentado por Fairclough (2003), o propósito comunicativo do gênero situado “campanha eleitoral”, segundo o artigo 45 da Lei nº 9.096, de 19 de setembro de 1995, que dispõe sobre os partidos políticos, deveria ser: (i) difundir os programas partidários; (ii) transmitir mensagens aos filiados sobre a execução do programa partidário, dos eventos com este relacionados e das atividades congressuais do partido; (iii) divulgar a posição do partido em relação a temas político-comunitários; e (iv) promover e difundir a participação política feminina, dedicando às mulheres o tempo que será fixado pelo órgão nacional de direção partidária, observado o mínimo de dez por cento (10%).

Apesar disso, no vídeo estudado, não há informações sobre o partido nem mesmo propostas da candidata à Presidência Dilma Rousseff, mas um discurso que veicula críticas à candidata do PSB, Marina Silva. A “preocupação” apresentada pelo PT é a de ressaltar os pontos negativos da imagem de Marina enquanto candidata, o que pode ser percebido quando o nome dela é mencionado no início do vídeo e à medida que os demais problemas, como “*empregos estariam ameaçados*” e “*brasileiros perderiam uma oportunidade*” são narrados, associando automaticamente Marina, caso eleita, ao papel responsável por desencadear os problemas apresentados. Fairclough (2003) diz que, ao se analisar um gênero considerando os propósitos comunicativos, deve-se analisar a construção desse propósito e verificar se há nele orientação estratégica ou somente comunicativa/informativa.

Assim, pode-se dizer que as falas produzidas no gênero em análise estão voltadas para a venda de um produto/serviço, por meio do marketing institucional, cujo propósito é vender a imagem de um partido, o PT, que se preocupa com a população e que não seria capaz de praticar os mesmos “erros” que a candidata do PSB cometeria. Nesse contexto, então, o gênero campanha constitui-se dos pré-gêneros: *narrativo*, uma vez que há um acontecimento lógico de fatos hipotéticos, e *argumentativo*, construído com pressuposições e modalizações.

Nesta análise, considerou-se o uso da narrativa como um tipo de operador ideológico que, para Thompson (2009 *apud* SOUZA, 2014), possui natureza negativa, uma vez que a ideologia é hegemônica e serve para estabelecer e sustentar relações de dominação. O autor defende cinco modos de operação da ideologia: legitimação, dissimulação, unificação, fragmentação e reificação (RESENDE; RAMALHO, 2006). Dentre os modos de operação da ideologia, identificaram-se a legitimação e a fragmentação.

As estratégias típicas de construção simbólica da legitimação são: a racionalização, a universalização e a narrativização. No vídeo investigado, percebeu-se que o locutor faz referência ao passado quando enfatiza o perigo de se perder aquilo que se conquistou em gestões passadas, ou seja, os tantos trilhões investidos na saúde e na educação e os milhões de empregos gerados – “conquistas passadas”, obtidas nos governos de Lula e Dilma – estariam correndo risco de ser arruinados caso Marina assumisse a Presidência do Brasil. Tal situação evidencia-se pela passagem: *“Isso significaria que a educação e a saúde poderiam perder 1 trilhão e 300 bilhões de reais. E que milhões de empregos estariam ameaçados em todo o país”*. Ao relatar o passado implicitamente e tratar o presente como um momento bom e de prosperidade, o PT cria “um sentido de pertença a uma comunidade e a uma história que transcende a experiência do conflito, da diferença e da divisão” (THOMPSON, 2009, p. 83).

Quanto à fragmentação, têm-se a diferenciação e o expurgo do outro como estratégias de construção simbólica. Percebe-se que a primeira palavra do vídeo é “Marina”, e, dessa forma, a estratégia dos produtores da campanha política é associar todos os pontos negativos presentes no clipe à imagem da candidata do PSB. Ao iniciar a campanha dizendo *“Marina tem dito que, se eleita, vai reduzir a prioridade do pré-sal. Parece algo distante da vida da gente, né? Parece, mas não é...”*, o PT torna claro que sua intenção é prejudicar a imagem da candidata com o intuito de que os eleitores mudem de opinião e votem em Dilma. Segundo Resende e Ramalho (2006), com o expurgo do outro, objetiva-se representar simbolicamente o grupo que possa constituir obstáculo ao poder hegemônico como um inimigo que deve ser combatido.

### **5.1.2 Relações Sociais**

O segundo ponto de análise, as *Relações Sociais*, são as relações entre os agentes sociais, que podem ser organizações, grupos ou indivíduos (FAIRCLOUGH, 2003). As relações sociais construídas na campanha insinuam maior proximidade entre a

instituição (PT) e seu público (eleitores). Tal relação de proximidade pode ser observada principalmente em três partes no vídeo. Primeiro, identifica-se a utilização da contração de “não é”, ou seja, “né”, em *“Marina tem dito que, se eleita, vai reduzir a prioridade do pré-sal. Parece algo distante da vida da gente, né?”*. Além de representar o padrão coloquial, a expressão indica a informalidade da língua, remetendo a uma conversa verbal, cara a cara, em que o “né” é frequentemente utilizado. Pode-se dizer, então, que o partido objetiva, com seu vídeo, reproduzir o ambiente das conversas informais, frente a frente, para que os eleitores internalizem mais facilmente as ideologias ali veiculadas. O “né”, do ponto de vista gramatical, é uma expressão usada ao final de uma oração interrogativa, em que se espera uma resposta afirmativa ou a confirmação de algo. Sendo assim, a campanha busca, sem dúvida, fazer com que o interlocutor concorde com as opiniões ali expressas e não rompa o fluxo comunicativo criado pelo pseudoambiente de conversa entre conhecidos proposto pelo vídeo. Igualmente, o fato de se optar por dizer “vida da gente” ao invés de “nossa vida” denota preocupação em utilizar o mesmo nível linguístico das massas, a linguagem informal.

Por fim, quando se chega ao término do vídeo, o locutor dirige uma pergunta aos espectadores: “É isso que você quer para o futuro do Brasil?”. Esse comportamento expressa o desejo do PT de manter relações de proximidade com quem está assistindo ao vídeo, e, além disso, o partido quer que respondamos a essa pergunta, mesmo que apenas na mente, para que a resposta seja algo que nos motive e instigue a votar na candidata petista. Essa pergunta é bastante forte no sentido em que confere aos eleitores total poder de escolha entre um “Brasil melhor” e um “Brasil pior”: caso votem em Marina, optarão pelo “Brasil pior” e serão os “culpados” por essa escolha.

A proximidade da relação entre partido e eleitores identificada pelo uso das estruturas acima citadas, segundo Fairclough (2003), corrobora que a análise das redes de práticas sociais pode sugerir sobre hierarquia e distância social e demonstra como a hierarquia e a distância social são estabelecidas pelos gêneros. Para Souza (2014), muitos gêneros atuais são marcados por relações sociais simuladas que tendem a mistificar a hierarquia social e diminuir a distância social. Com relação a esse aspecto, observa-se, portanto, uma simulação conversacional.

A análise das falas presentes nessa campanha sugere uma proximidade entre o PT e o povo brasileiro, sendo usadas para isso a narrativa e uma linguagem mais informal.

### **5.1.3 Tecnologias Comunicacionais**

De acordo com Fairclough (2003), a alta complexidade da rede de práticas sociais na atualidade, resultado das novas tecnologias de comunicação, e, mais recentemente, o surgimento e aprimoramento da Internet contribuíram para o aumento considerável da comunicação mediada de uma e de duas vias. As de uma via são “mediadas” por aparelhos tecnológicos em que apenas um “fala”, como a televisão. Já as comunicações mediadas de duas vias também são “mediadas” por alguma tecnologia, mas há troca entre dois “falantes”, como o e-mail.

Com relação às Tecnologias Comunicacionais, então, considera-se que o discurso petista, por meio do gênero campanha, pode ser caracterizado como um tipo de “uma via mediada”, pois foi divulgado na Internet e na televisão.

Para Souza (2014), campanhas modernas, como a que está sendo analisada, são elaboradas estrategicamente para alcançar os objetivos de divulgação da imagem da instituição e de seus “produtos” para um público que não está habituado ao campo da publicidade: a população.

Por fim, pode-se dizer, então, que o propósito real da campanha eleitoral do PT foi ressaltar os pontos negativos da imagem da candidata Marina Silva, difundindo ideias que para muitos brasileiros são tomadas como verdade, uma vez que boa parte da população não possui letramento adequado para analisar criticamente aquilo que lhes foi mostrado. Sem dúvidas, o vídeo é capaz de influenciar o voto de muitos eleitores em favor de Dilma Rousseff.

## **5.2 Significado representacional**

O significado representacional está relacionado com o modo de representação do mundo. Para Fairclough (2003), diferentes discursos representam distintas percepções sobre o mundo, e essas diferenças estão associadas às relações que os sujeitos estabelecem entre si em função das posições que ocupam, sejam elas sociais, econômicas, familiares, etc. Dentre as categorias de análise do significado representacional, abordam-se a representação dos atores sociais, a interdiscursividade e a lexicalização nesta análise.

### 5.2.1 Representação dos atores sociais

Para Fairclough (2003), assim como há escolhas nas representações dos processos, há também escolhas nas representações dos atores sociais. O autor resgata Van Leeuwen (1996 *apud* FAIRCLOUGH, 2003) e alega que a representação é uma recontextualização de práticas sociais realizadas em eventos sociais. As escolhas utilizadas para representar os atores sociais podem incluí-los ou excluí-los dos textos. Do mesmo modo, a maneira pela qual eles estão incluídos ou excluídos no discurso é objeto de investigação da ADC.

### 5.2.2 Ativação e passivação

No vídeo analisado, percebe-se que o PT atribui determinadas falas e propostas à candidata Marina Silva, tendo como propósito convencer os eleitores de que ela possui, de fato, o perfil imprudente e despreparado que lhe é atribuído na campanha. No momento em que o locutor diz *“Marina tem dito que, se eleita, vai reduzir a prioridade do pré-sal”*, a candidata do PSB é mostrada como ativa, uma vez que o PT afirma que ela “disse” ou que “fará” algo. Por outro lado, o discurso ali veiculado evidencia uma situação em que os próprios sujeitos que assistem (nós, cidadãos) seremos ativos para definirmos esse contexto de aceitação, elegendo-a ou não. Resumindo: na concepção de quem está narrando (PT), a candidata Marina não pode se tornar o sujeito ativo, de fato, pois fará algo ruim para a população, e, dessa forma, a campanha eleitoral transfere a responsabilidade de melhorias ou retrocessos ao eleitor, quem, de fato, será ativo.

### 5.2.3 Personalização

No discurso analisado, têm-se atores sociais que são representados por nome e pronome, o que indica uma valorização dos atores, como se observa em:

- 6) *“**Marina** tem dito que, se eleita, vai reduzir a prioridade do pré-sal. Parece algo distante da vida da gente, né? Parece, mas não é...”*
  
- 7) *“... É isso que **você** quer para o futuro do Brasil?”*

Após se ler e analisar todas as falas do vídeo, percebe-se que houve uma valorização negativa da candidata Marina Silva, cuja imagem foi prejudicada. O

pronome “você” assume importância considerada uma vez que o “você”, na verdade, sou “eu”, o leitor, o eleitor. É o “eu” que tem o poder de escolha, de voto, e por isso o uso da personificação reforça a proximidade do PT com o seu público-alvo (eleitores), inserindo o leitor no projeto político-discursivo da campanha.

#### 5.2.4 Genéricos

Além da personificação, encontram-se também referências genéricas a grupos, como em: “... *Ou seja, os brasileiros perderiam uma oportunidade única de desenvolvimento...*”. Ao se optar pela representação desse grupo, em específico, percebe-se que a campanha tenta criar em nós, leitores, um sentimento de pertença, de união, de pessoas unidas – mas unidas em função do medo. Uma vez sendo nós, ao mesmo tempo, leitores e brasileiros, estaríamos inseridos nesse grupo que também estaria sujeito aos problemas narrados, caso, segundo o PT, o PSB elege-se a sua candidata. A aproximação com o público dá-se justamente por esse motivo: fazer com que “você” se sinta parte desse todo em um momento em que esse todo está possivelmente sob perigo.

#### 5.2.5 Interdiscursividade e escolha lexical

Quanto à interdiscursividade, pode-se dizer que a propaganda está atravessada por um discurso de medo e fortemente ideológico que busca, a todo custo, a reeleição da candidata Dilma Rousseff. Para o PT, trata-se de colocar na esfera máxima do poder um político aliado. A lógica é bem simples: fazer com que o Brasil seja governado por um político que, na verdade, exercerá suas atividades de acordo com as ideologias de seu partido.

Como defendido por Fairclough (2003, p. 129), a maneira mais óbvia de se distinguir os discursos é através do vocabulário, pois, para ele, “discursos lexicalizam o mundo de maneiras particulares”. Dentre as escolhas lexicais feitas nas falas, percebe-se, primeiramente, com relação aos verbos, que as diversas conjugações expressam diferentes mensagens.

Na fala que se refere à Marina e seu plano para o pré-sal, o autor do vídeo utiliza a locução verbal “vai reduzir” que exprime uma ideia de futuro e também de certeza, ou seja, de acordo com o vídeo do PT, se Marina for eleita, sem dúvida procederá a essa ação, o que pode ser visto em: “*Marina tem dito que, se eleita, vai reduzir a prioridade do pré-sal*”.



Entretanto, ao citar os problemas que a gestão da candidata do PSB causaria ao Brasil, o autor utiliza, para a construção do discurso, verbos que estão conjugados no futuro do pretérito, remetendo-nos ao campo da hipótese, a uma situação que seria muito provável de acontecer, segundo a campanha, com a eleição de Marina Silva. Podem-se perceber essas escolhas em:

- 8) *“... Isso significaria que a educação e a saúde poderiam perder 1 trilhão e 300 bilhões de reais. E que milhões de empregos estariam ameaçados em todo o país...”*
- 9) *“... Ou seja, os brasileiros perderiam uma oportunidade única de desenvolvimento...”*

Infere-se, dessa forma, de acordo com o contexto, a existência de uma lógica implícita às escolhas dessas estruturas. O fato de Marina estar bem cotada nas pesquisas eleitorais significou um risco para o PT, que deveria então tomar atitudes para reverter esse cenário. Ao difundir a certeza de que Marina se posicionaria de tal forma diante da situação do pré-sal, o PT propôs-se a mostrar que aqueles problemas hipotéticos, com potencial de realização, de fato aconteceriam. Desse modo, a locução verbal com sentido de posteridade conferiu aos verbos no futuro do pretérito grandes possibilidades de se tornarem realidade. Tudo isso foi enfatizado pelas pesquisas eleitorais que demonstravam o quão bem Marina estava em relação aos números, com chances de disputar o segundo turno.

Há ainda, nas falas 8 e 9, a utilização de verbos depreciativos como “perder”, enfatizando a negatividade do PSB e reforçando o discurso de medo ali difundido, uma vez que apenas se perde aquilo que já se tem ou se conquistou. Percebe-se, então, o objetivo do PT em enfatizar aquilo que “conquistou” em suas gestões passadas, tornando claro que o PSB significaria um risco para essas “conquistas”, de modo que não eleger Dilma representaria um ato de retrocesso. Evidentemente, trata-se de uma simplificação com apenas trinta segundos de duração, visto que os comerciais com essa extensão não pretendem explicar um tema complexo. Os objetivos são simples: despertar dúvidas nos eleitores, subtrair votos do candidato adversário, fazer com que Dilma termine o primeiro turno à frente de Marina e que esteja no segundo turno com

alguma vantagem sobre a pessebista, visando, porém, principalmente desconstruir a imagem de Marina Silva.

Esses objetivos não estão condizentes com aquilo que prega a Lei nº 9.504 de 30 de setembro de 1997, que estabelece normas para as eleições, em seu artigo 35, § 1º, que diz que é vedado às emissoras de rádio e televisão, em sua programação normal e noticiário, a partir de 1º de julho do ano da eleição, usar trucagem, montagem ou outro recurso de áudio ou vídeo que, de qualquer forma, degradem ou ridicularizem candidato, partido ou coligação, ou produzir ou veicular programa com esse efeito.

Outra forte estratégia de persuasão utilizada na campanha é o emprego de palavras e expressões que transmitem ideias de extrema proporção, visto que essas dimensões (em termos de dinheiro e quantidade) estão muito além da realidade de grande parte dos brasileiros. Vejamos:

- 1) *“... Isso significaria que a educação e a saúde poderiam perder **1 trilhão e 300 bilhões de reais**. E que **milhões de empregos estariam ameaçados em todo o país...**”*

Valendo-se desses vocábulos, o PT torna clara a sua intenção de convencer e fazer com que o telespectador pense que Marina causará problemas em dimensões estratosféricas e que essas “catástrofes” influenciarão negativamente um “imenso” número de pessoas e “enormes” quantidades de dinheiro.

Julga-se relevante relacionar o conceito de hegemonia proposto por Fairclough (2001). Para o autor, ideologia e lutas hegemônicas estão juntas, de modo que sempre haverá uma tensão entre as formas de poder para que uma ou algumas pessoas se mantenham em seus postos de liderança. Essa liderança ocorre nos campos econômico, político, cultural e ideológico de uma sociedade e é feita a partir da aliança com outras forças, representando um equilíbrio parcial, temporário e instável (SOUZA, 2012). No caso do discurso analisado, tem-se a aliança entre o PT e a candidata Dilma Rousseff, de forma geral, que tentam atingir um equilíbrio totalmente temporário, dado que o discurso analisado é específico para esse momento de eleições.

Tanto Dilma como o PT se unem em torno de um mesmo objetivo que, nessa situação, seria a manutenção do poder que se materializaria com a vitória da candidata petista, totalizando dezesseis anos de Partido dos Trabalhadores governando o país. A hegemonia também consiste em construir alianças para conceder meios ideológicos de consentimento social, um conformismo, uma aceitação, para que assim se evite a

formação de foco de luta ou resistência dos pontos de maior instabilidade (SOUZA, 2012). Percebe-se, pois, o Partido dos Trabalhadores concedendo esses meios ideológicos para que a sociedade brasileira seja conivente com a ideologia veiculada e que não represente risco nem resistência, sendo o ponto mais instável socialmente. Ao mesmo tempo, percebe-se a legitimação e reafirmação do PT como detentor do poder nos campos ideológico, político e social.

### **5.3 Significado identificacional**

Para Fairclough (2003), em significado identificacional, o importante é identificar afirmações avaliativas (avaliação), que apresentam juízo de valor, por meio das presunções valorativas, isto é, identificar o que, no discurso, é bom ou desejável, relevante ou irrelevante.

Entre as categorias relacionadas a esse significado, destacam-se a avaliação, a modalidade e a metáfora. Com relação à avaliação, esta análise baseou-se em presunções valorativas. Algumas avaliações não se encontram claramente explícitas, pelo contrário, estão implícitas e presumidas no texto (RESENDE; RAMALHO, 2006).

Os valores são implícitos e estão, segundo Souza (2014), em camadas mais profundas dos textos. Nesta análise, as avaliações encontradas estão implícitas, pois, mesmo não havendo marcadores explícitos, pode-se inferir que narrativas reforçam a ideia de que o “bom” ou o “desejável” é manter Dilma no poder. Assim, pode-se dizer que é desejável não fazer parte de um país em que *“a educação e a saúde poderiam perder 1 trilhão e 300 bilhões de reais. E que milhões de empregos estariam ameaçados em todo o país...”* ou em que *“os brasileiros perderiam uma oportunidade única de desenvolvimento...”*.

Com relação aos três níveis existentes de identidade, considera-se que o Partido dos Trabalhadores, por meio de seu discurso, apresenta uma identidade legitimadora, pois é uma instituição dominante na sociedade atual e que, no vídeo analisado, tem a finalidade de firmar sua dominação.

#### **5.3.1 Modalização**

A estrutura da narrativa utilizada na campanha foi construída com o tempo verbal na condicional: “poderiam”, “estariam” e “perderiam”. Isso permite identificar que o discurso não apresenta uma modalização deôntica, ou seja, de imposição, mas de hipótese, baseando-se totalmente na possibilidade de que o governo de Marina Silva

instale o caos e desencadeie consequências negativas, como desastres na economia. Proposições como essas são capazes de gerar medo, pânico e insegurança nos eleitores, e, seguindo essa lógica de discurso, o PT consegue desenvolver uma forma de manipulação em massa, principalmente na parcela mais desfavorecida da população. O partido não poderia ter afirmado as falas de maneira segura; afinal, isso caberia à outra candidata. Além disso, não há como garantir que conceder autonomia ao Banco Central significaria ter como consequências aquelas que foram citadas na narrativa, ou que “*reduzir a prioridade do pré-sal*” – seja lá o que isso quer dizer – resultaria a perda de um trilhão de reais.

Pode-se questionar, portanto, se as informações usadas em favor de Dilma provêm realmente de fontes confiáveis ou foram inventadas com o objetivo de ressaltar a negatividade da imagem de Marina Silva e obter maior número de votos.

## **6 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Analisando o discurso do Partido dos Trabalhadores no vídeo utilizado como parte da campanha eleitoral de Dilma Rousseff, verificou-se que este se trata de uma propaganda, veiculando uma ideologia criada a partir da desvalorização da imagem da candidata do PSB, Marina Silva, como forma de manutenção de poder e hegemonia.

Identificou-se, após a análise, o propósito real do PT e de sua candidata, ao divulgarem o vídeo, e a relação deste com o propósito aparente; transmitir a imagem de um partido político e de uma candidata preocupada com o bem-estar do povo e o futuro do país é um comportamento bastante comum no meio político. Assim, seria ainda mais interessante associar essa boa imagem à ideia favorável da reeleição de Dilma, em que o maior beneficiário é o próprio PT. Uma maneira encontrada para fazê-lo foi utilizando o recurso do apelo emocional e do discurso que incita o medo e o ataque direto à imagem de Marina Silva. Esses artifícios são, em sua maioria, facilmente internalizados por uma boa parcela da população brasileira que, por motivos diversos, não teve acesso a uma formação crítica e, por essa razão, termina em alienação política.

Nesse sentido, a relação estabelecida entre o PT, Dilma e as pessoas representadas no vídeo é de caráter comercial, visto que o partido e sua candidata utilizam esses atores sociais para certo propósito cujo resultado final será direcionado ao próprio partido, que detém – e mantém – o poder hegemônico. Dessa forma, os personagens representados são uma estratégia petista para a aproximação do seu

público-alvo, com o intuito de que as mensagens da propaganda, explícitas ou implícitas, possam atingir com maior intensidade um número de eleitores, objetivando a eficiência de seu propósito: difundir a ideia de que as propostas de Marina Silva serão prejudiciais para o Brasil.

O mundo representado pelo PT é aquele em que o que interessa é, a todo custo, manter-se no poder, garantir estabilidade na luta hegemônica e transmitir ideologias que façam com que o povo veja o perfil de um partido/candidata que eles mesmos julgam ser o ideal e não o que realmente é. Não lhe interessa, pois, difundir as propostas do partido ou de Dilma, conforme determina a Lei nº 9. 504, mas impor a certeza de que eles constituem escolha certa, a melhor opção para o país, valendo-se de argumentos hipotéticos e sem base para causar medo e dúvida nos eleitores. Por isso, conclui-se que se trata de uma propaganda por veicular ideias e preceitos, construindo meios de vender indiretamente seus produtos que, no caso, são a imagem do PT e de sua candidata à Presidência da República, Dilma Rousseff.

## 7 REFERÊNCIAS

ARAÚJO, D. C. Análise de discurso crítica. *Educar*, Curitiba, n. 35, p. 239-244, 2009. Editora UFPR.

BAKHTIN, M. *Marxismo e Filosofia da Linguagem* apud RESENDE, V.; RAMALHO, V. *Análise do Discurso Crítica*. São Paulo: Editora Contexto, 2006.

CORREIA, J. C. Ideologia e hegemonia. In: RUBIM, A. A. C. (Org.). *Comunicação e política: conceitos e abordagens*. Salvador: Edufba, 2004. cap. 7, p. 223-258.

FAIRCLOUGH, N. *Analysing discourse: textual analysis for social research*. London: Routledge, 2003.

\_\_\_\_\_. *Discurso e mudança social*. Brasília: Universidade de Brasília, 2001.

LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. de A. *Fundamentos da metodologia*. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

MAGALHÃES, I. Introdução. A análise de discurso crítica. *D.E.L.T.A.*, v. 21, número especial, p. 1-9, 2005.

OLIVEIRA, L. A. Formalismo e funcionalismo: fatias da mesma torta. *Sitientibus*, Feira de Santana, n. 29, p. 95-104, jul./dez. 2003.

PARTIDO DOS TRABALHADORES (PT). *Partido dos Trabalhadores*, 2014. Disponível em: <<https://www.pt.org.br>>. Acesso em: 02 out. 2014.

PEDROSA, C. E. F. Caminhos teóricos e práticos em Análise Crítica do Discurso. *Cadernos do CNLF*, v. XIV, n. 3, Rio de Janeiro, 2010. CiFEFiL.

RESENDE, V. de M.; RAMALHO, V. Análise de Discurso Crítica, do modelo tridimensional à articulação entre práticas: implicações teórico-metodológicas. *Linguagem em (Dis)curso - LemD*, Tubarão, v. 5, n.1, p. 185-207, jul./dez. 2004.

\_\_\_\_\_. *Análise do Discurso Crítica*. São Paulo: Contexto, 2006.

RODRIGUES, F. Marina vai tirar R\$ 1,3 tri da educação e da saúde sem pré-sal, diz Dilma. *UOL Notícias*, Blog do Fernando Rodrigues, 11 set. 2014. Disponível em: <<http://fernandorodrigues.blogosfera.uol.com.br/2014/09/11/na-tv-dilma-agora-faz-comercial-atacando-marina-sobre-o-pre-sal/>>. Acesso em: 17 set. 2014.

SOUZA, R. B. “*Mais Brasil para mais brasileiros*”: campanha ou marketing político? Um estudo discursivo crítico. 2012. 177f. Dissertação (Mestrado em Letras) – Universidade Federal de Viçosa, Viçosa, MG, 2012.

\_\_\_\_\_. *O discurso das instituições: uma abordagem discursiva crítica*. Curitiba: CRV, 2014.

## 8 APÊNDICES

### 8.1 Transcrição do vídeo do PT para a campanha de Dilma Rousseff

*[cenário: homens discutem em torno de uma mesa, evocando um ambiente empresarial]*

- 1) **Locutor:** “*Marina tem dito que, se eleita, vai reduzir a prioridade do pré-sal. Parece algo distante da vida da gente, né? Parece, mas não é...*”

*[música incidental de tom grave, quase fúnebre]*

*[corte para uma cena de crianças estudando em torno de uma mesa]*

- 2) **Locutor:** “*... Isso significaria que a educação e a saúde poderiam perder 1 trilhão e 300 bilhões de reais. E que milhões de empregos estariam ameaçados em todo o país...*”

*[corte para os empresários apertando as mãos e comemorando]*

- 3) **Locutor:** “*... Ou seja, os brasileiros perderiam uma oportunidade única de desenvolvimento...*”

*[neste momento, as páginas do livro usado por uma criança ficam em branco]*

- 4) **Locutor:** “*... É isso que você quer para o futuro do Brasil?*”

*[câmera volta para as crianças, agora sem mais nenhum livro à mesa]*

- 5) **Locutor:** “*Coligação com a força do povo*”.