

## O JOGO DAS FORMAÇÕES IMAGINÁRIAS NOS DEBATES ELEITORAIS TELEVISIONADOS DE 2014: QUEM SOU EU PARA LHE FALAR ASSIM?

### THE GAME OF IMAGINARY FORMATION IN THE TELEVISED ELECTORAL DEBATES IN 2014: WHO AM I TO TALK TO YOU LIKE THAT?

Ariana da Rosa Silva<sup>1</sup>

**Resumo:** *Este artigo, filiado à perspectiva teórica e aos procedimentos de análise da Análise do Discurso proposta pelo filósofo Michel Pêcheux (2014a [1969]), apresenta um recorte das análises desenvolvidas em nossa dissertação de mestrado (SILVA, 2017). O objetivo desse estudo consiste em observar o jogo de formações imaginárias, conforme teoriza Pêcheux (2014a [1969]), a partir das quais o sujeito, na posição de candidato à Presidência da República (Aécio Neves e Dilma Rousseff), enuncia a partir de um 'eu' nos debates eleitorais televisionados de 2014, em sua ilusão de origem e controle do dizer. Consideramos que é este imaginário do lugar de onde fala e do lugar de quem ouve que vai guiar a produção de sentidos e a argumentação nos dizeres do sujeito no discurso nessas condições de produção.*

**Palavras-chave:** *Análise do discurso; discurso político; debate eleitoral.*

**Abstract:** *This paper, based on the theoretical perspective and analysis procedures of Discourse Analysis proposed by the philosopher Michel Pêcheux (2014a [1969]), presents a small part of the analyzes developed in our master's dissertation. The purpose of this study is to observe the game of imaginary formations, as Pêcheux (2014a [1969]) theorizes, from which the subject, in the position of a candidate for the Presidency of the Republic in Brazil (Aécio Neves and Dilma Rousseff), enunciates from an 'I' in the televised electoral debates of 2014, in his/her illusion of origin and control of the saying. We consider that it is this imaginary of place where he/her speaks and of the place of who hears that will guide the production of meanings and the argumentation in the sayings of the subject in the discourse in these conditions of production.*

**Keywords:** *Discourse analysis; political discourse; electoral debate.*

## 1 Introdução

Esta pesquisa está filiada à teoria da Análise do Discurso, com base em estudos de Pêcheux (2014a [1969]), na França, e reterritorializada por Orlandi (2003 [1984]) e outros pesquisadores no Brasil, a fim de observar o funcionamento da linguagem em nossa materialidade discursiva, a partir de um gesto de leitura, que é um entre muitos outros possíveis. De acordo com Orlandi (2007), “o gesto da interpretação se dá porque o espaço simbólico é marcado pela incompletude, pela relação com o silêncio” (ORLANDI, 2007, p. 18), ou seja, é porque há a incompletude da linguagem que é possível realizar uma interpretação e produzir efeitos de sentidos para o discurso.

---

<sup>1</sup> Doutoranda pelo Programa de Pós-Graduação em Estudos de Linguagem da Universidade Federal Fluminense (UFF). Niterói, Brasil, ORCID: <<http://orcid.org/0000-0003-4170-2466>>. E-mail: [arianarosa86@gmail.com](mailto:arianarosa86@gmail.com)

Esta é uma teoria que se desenvolve no entremeio, entre as Ciências Sociais, a Linguística e as Teorias do Discurso, sempre colocando questões para essas três áreas do conhecimento e tentando desconstruir as evidências naturalizadas pelo efeito ideológico.

A Análise do Discurso trabalha com as questões que relacionam a linguagem à sua exterioridade, ou seja, o funcionamento da língua, tendo o discurso como objeto teórico de estudo. Dessa forma, o discurso é definido como efeito de sentido entre locutores, de acordo com Pêcheux (2014a [1969]).

A linguagem deve ser considerada sempre “em relação à constituição dos sujeitos e à produção dos sentidos” (ORLANDI, 1994, p. 53), de forma que se suponha um sistema significante e sua relação com a exterioridade. É “a inscrição da história na língua que faz com que ela signifique”, portanto “sem história não há sentido” (ORLANDI, 1994, p. 53). Para que obtenhamos um sentido possível de interpretação, o discurso deve ser analisado nas suas condições de produção, trazendo o conhecimento da história que atravessa a linguagem no momento em que é produzido. Isto porque o sentido pode ser outro, mas não qualquer um (ORLANDI, 1994), uma vez que depende de suas condições de produção.

A constituição do *corpus* e a construção de um dispositivo de análise são fundamentais para o analista do discurso. Nosso *corpus* de análise é composto de enunciados produzidos por dois dos candidatos à Presidência da República na eleição de 2014 no Brasil, nos debates televisionados: Aécio Neves do *Partido da Social Democracia Brasileira* (PSDB) e Dilma Rousseff do *Partido dos Trabalhadores* (PT), já que estes foram os dois candidatos que chegaram ao segundo turno da eleição. Foram selecionados dois debates transmitidos pela TV aberta: o primeiro debate do primeiro turno, que foi transmitido pela *Rede Bandeirantes* no dia 21 de agosto de 2014 e o último do segundo turno, transmitido pela *Rede Globo* no dia 24 de outubro de 2014, apenas dois dias antes da eleição que tornou a candidata Dilma Rousseff Presidente do Brasil pela segunda vez.

As campanhas políticas eleitorais, ao longo do tempo, ganharam uma nova forma de circulação. Com a expansão das mídias eletrônicas, principalmente a internet e a televisão, o discurso político eleitoral, que antes era proferido em palanques, em comícios e nas ruas de todo o país, agora também circula na mídia. Tudo isso trouxe uma vasta transformação na fala pública, já que não mais ocorre, neste caso, de modo presencial como antes, frente a frente, mas através de uma tela.

Vale destacar que, no Brasil, as campanhas de rua ainda são a principal forma de divulgação política eleitoral. Todavia, a mídia, em muitos aspectos, contribuiu para o

desenvolvimento de uma campanha, já que é possível alcançar um grande número de pessoas com a transmissão via internet e/ou televisão, funcionando, portanto, como uma expansão da campanha eleitoral. De acordo com Courtine (2003 [1990]), o discurso político passou a ser visto, nas sociedades ocidentais, a partir da segunda metade do século XX, como uma mercadoria, o que trouxe características de espetáculo ao discurso político e, podemos dizer, um espetáculo político midiático.

Desta maneira, os debates eleitorais televisionados ganharam um lugar importante nas campanhas, sendo uma das estratégias possíveis para a conquista de votos. Nestes debates, há sempre um embate, uma luta de forças na busca pela estabilização de sentidos.

Neste artigo, observaremos nos dizeres dos candidatos Aécio e Dilma quais são as imagens projetadas discursivamente para o lugar de onde falam nos debates eleitorais televisionados, partindo de uma das perguntas feitas por Pêcheux em relação às formações imaginárias às quais o sujeito está aderido ou não no momento da enunciação: “quem sou eu para lhe falar assim?” (PÊCHEUX, 2014a [1969], p. 82). Nosso objetivo é responder à questão: Qual é o imaginário projetado discursivamente para o lugar de onde o sujeito, na posição de candidato, enuncia nos debates eleitorais televisionados?

Deste modo, trataremos do discurso político midiático, do *marketing* político e das formações imaginárias, a partir do ponto de vista teórico da Análise do Discurso e, posteriormente, passaremos às análises.

## **2 Discurso político midiático: um trabalho de *marketing* e tentativa de controle**

O político, na Análise do Discurso, está relacionado ao confronto, à disputa de sentidos no discurso. Orlandi (1998, p. 74) aponta que “o político compreendido discursivamente significa que o sentido é sempre dividido, sendo que esta divisão tem uma direção que não é indiferente às injunções das relações de força que derivam da forma da sociedade na história”. É desta divisão de sentidos, do político de todo discurso que trata este trabalho, mas também do discurso político-partidário dos debates eleitorais que circulam na mídia, especificamente na televisão. Isso permite que esse discurso seja significado de forma diferente daqueles que circulam em outras esferas, por exemplo, nas tribunas, nas campanhas de rua ou nos parlamentos. Sendo assim, a mídia é lugar de produção e circulação de sentidos. E, podemos dizer, hoje ela é uma das formas mais eficientes de interpelação dos indivíduos, se não for a maior.

Deste modo, podemos afirmar que a mídia, devido ao novo modo de circulação a partir do desenvolvimento tecnológico, traz uma forma especial de interpelação dos indivíduos. Isso ocorre devido ao fato de a imagem potencializar os efeitos de evidência da realidade produzidos pelos discursos. A mídia, na atualidade, tem o *status* de “forma textual onipresente”, segundo Payer (2005, p. 16), trazendo efeitos de evidência dos sentidos que nela circulam.

No momento em que o discurso político passou a circular na mídia, ele adquiriu novas possibilidades de sentidos, trazendo a publicidade e o *marketing* como uma tentativa de regular e controlar os dizeres e ações em uma campanha, especialmente em um debate eleitoral. De acordo com Makovics (2012, p. 33), “na televisão, o *marketing* político produz não só personagens com poder, mas possibilita o aparecimento de uma nova forma de política, com dimensão pública diferente da antiga maneira de fazer política: a política midiática”.

A estratégia do *marketing* político utilizada nas campanhas eleitorais, especificamente nos debates televisionados, baseia-se nas imagens projetadas pelo sujeito, na posição de candidatos, isto é, nas formações imaginárias que afetam a subjetividade. Sendo assim, são essas imagens que vão regular, juntamente com outras questões, o que se pode ou não dizer e fazer nestas condições, pois, como diz Pêcheux (2014a [1969], p. 76), “um discurso é sempre pronunciado a partir de condições de produção dadas”, ou seja, a partir da posição do sujeito no discurso e das formações imaginárias projetadas discursivamente do lugar de onde fala, do lugar do outro e do que se diz em determinadas condições.

A noção de sujeito é fundamental para a Análise do Discurso, considerando que “não há discurso sem sujeito” (ORLANDI, 2010, p. 47). O sujeito, de acordo com esta teoria, é sempre uma posição entre outras, a partir da qual enuncia. A posição-sujeito é constituída e deve ser compreendida pela projeção de seu lugar no mundo para sua posição no discurso. “Essa projeção-material transforma a situação social (empírica) em posição-sujeito (discursiva)” (ORLANDI, 2008, p. 99). O sujeito, de acordo com a Análise do Discurso, é duplamente afetado: pelo efeito ideológico e pelo inconsciente.

É importante lembrar que os sentidos são naturalizados pelo efeito ideológico. É o funcionamento ideológico, em sua materialidade linguística, que produz o efeito de evidência, sustentando o já-dito, isto é, uma memória discursiva. Desta forma, o sujeito, a partir de suas evidências naturalizadas pelo efeito ideológico, no momento da enunciação, encontra-se em uma ilusão de autonomia do dizer, acredita estar na origem e no controle da linguagem e de seus atos. Esta ilusão é efeito do trabalho da ideologia que, assim como o inconsciente, oculta

seu funcionamento ao sujeito, fazendo-o crer em sua autonomia e controle. “O sujeito diz, pensa que sabe o que diz, mas não tem acesso ou controle sobre o modo pelo qual os sentidos se constituem nele. Por isso é inútil, do ponto de vista discursivo, perguntar para o sujeito o que ele quis dizer quando ele disse ‘x’” (ORLANDI, 2010, p. 32).

Entretanto, devemos considerar que existem deslizamentos que furam os sentidos, permitindo que haja falha no processo de antecipação do *marketing* nos debates eleitorais, pois não existe ritual que não tenha falha (PÊCHEUX, 2014b [1978]). São as falhas que permitem esses deslizamentos que trazem novas possibilidades de sentidos que não podem ser previstos ou controlados pelo sujeito, quebrando o trabalho de controle do *marketing* no discurso político midiático.

### 3 Formações imaginárias

O *corpus* deste estudo permitiu-nos pensar sobre as imagens às quais o sujeito, na posição de candidato à Presidência, está aderido em relação ao lugar que ocupa no momento da enunciação nos debates eleitorais televisionados. Isso nos levou a uma reflexão sobre o funcionamento do imaginário nesta posição-sujeito para o lugar de Presidente que ocupa, em alguns casos, em seu dizer nestas condições de produção. Este funcionamento pode ser observado na sequência discursiva a seguir:

**SD1:** Agora, um Presidente da República, principalmente, se ele lida, como deve lidar, com todos os problemas do país, ele não lidará só discursando, ele terá de tomar posições, ele terá de fazer gestão. Nós vivemos no presidencialismo e no presidencialismo, ao contrário do parlamentarismo, um Presidente não é apenas um fator de representação, mas ele tem de agir, ele tem de resolver os graves problemas do país: a educação, a saúde, a segurança. Ele tem de resolver os problemas de estradas, de ferrovias, de portos e de aeroportos (Candidata Dilma, Debate TV Band, 21 de agosto, 2014).

Nesta sequência, a imagem de um Presidente é projetada discursivamente como alguém que possa resolver os problemas do país, que tome posição e não apenas discursar. É necessário, de acordo com o fragmento recortado, que um Presidente tenha atitude e faça gestão. Tudo isso pode ser identificado através dos verbos nos trechos destacados, que mostram que o Presidente do país deve estar em constante ação: “tomar posição”, “fazer gestão”, “tem de agir”, “resolver”.

Sendo assim, as posições que um sujeito pode assumir ao enunciar são representadas nessas imagens que se projetam em seu discurso. “Há em toda língua mecanismos de projeção que permitem passar da situação sociologicamente descritível para a posição dos sujeitos discursivamente significativa” (ORLANDI, 1994, p. 56). Não há, portanto, relação direta entre a linguagem e o mundo, mas sempre através do imaginário.

Mariani (2016) aponta que, no momento em que tomamos a palavra e dizemos “eu”, já estamos no simbólico, nos sentidos. Isso acontece porque “nos encontramos no jogo das formações imaginárias, interpelados pela ideologia e afetados pelo inconsciente” (MARIANI, 2016, p. 39). A autora (2016) afirma que este processo de tomada da palavra, por ser um processo de linguagem, é da ordem da incompletude, da falta e, por isso mesmo, sujeito a falhas, deslizes e descolamentos de sentidos no ritual de sua repetição. É, pois, o efeito ideológico que traz a evidência imaginária para o que entendemos como realidade, trazendo sentidos já marcados historicamente. É a imagem que um sujeito faz da posição que ocupa no momento da enunciação que permite sua entrada neste jogo de suas próprias formações imaginárias e, também, daquilo que se apresenta como realidade no momento histórico.

É possível dizer que a relação estabelecida entre o homem e o mundo acontece pela ideologia. “A ideologia é vista como o imaginário que medeia a relação do sujeito com suas condições de existência” (ORLANDI, 1994, p. 56), sendo, nesta medida, o que permite esta relação. De acordo com a Análise do Discurso, o imaginário não surge do nada, e sim por meio de “relações sociais” que “se inscrevem na história e são regidas, em uma sociedade como a nossa, por relações de poder” (ORLANDI, 2010, p. 42). As formações imaginárias se estabelecem por meio das relações sociais que funcionam no discurso, ou seja, a imagem projetada para o lugar de um eleitor, de um candidato, de um presidente, por exemplo, em uma eleição.

É a relação com a história que faz com que o imaginário seja possível e eficaz, permitindo a constituição de práticas e determinando modificações nas relações sociais. A história não é vista como uma evolução do tempo, mas como uma filiação, em que o que importa é compreender a produção e circulação de sentidos. Assim, o efeito da ideologia, como uma estrutura-funcionamento que apaga seu efeito ao operar, traz a ilusão de transparência da linguagem. Nesta medida, questiona-se essa transparência, na Análise do Discurso, considerando que é o imaginário que produz esse efeito, trazendo uma opacidade necessária para desnaturalizar as evidências postas pela ideologia (ORLANDI, 1994).

Portanto, faz-se necessário considerar que um dizer nunca ocorre sem que seja relacionado a outros dizeres já-ditos e esquecidos, por um trabalho da memória. Dizeres que são possíveis em uma determinada condição, além dos dizeres que são imaginados, de acordo com Orlandi (2010). Pêcheux (2014a [1969]) afirma que um discurso se dá sempre a partir de condições de produção determinadas e traz o seguinte exemplo:

O deputado pertence a um partido político que participa do governo ou um partido de oposição: é porta-voz de tal ou tal grupo que representa tal ou tal interesse, ou então está “isolado” etc. Ele está, pois, bem ou mal, situado no interior da relação de forças existentes entre os elementos antagonistas de um campo político dado: o que diz, o que enuncia, promete ou denuncia não tem o mesmo estatuto conforme o lugar que ele ocupa; a mesma declaração pode ser uma arma terrível ou uma comédia ridícula segundo a posição do orador e do que ele representa, em relação ao que diz: um discurso pode ser um ato político direto ou um gesto vazio, para “dar o troco”, o que é uma outra forma de ação política (PÊCHEUX, 2014a [1969], p. 76).

Isso permite dizer que a posição ocupada pelo sujeito no momento da enunciação e o imaginário sobre esta posição, ou seja, as condições de produção do discurso, é que vão regular o sentido de seu dizer, que pode, como apresentado no exemplo anterior, ser uma arma ou uma piada, dependendo dessas condições que determinam os sentidos. Tudo isso levando em consideração que um dizer sempre aponta para outros dizeres passados ou futuros, ou seja, há uma relação de sentidos que se coloca em funcionamento no discurso. Assim, o sujeito, ao tomar a palavra, pode, de certo modo, antecipar-se, experimentar o lugar de quem o ouve, a partir de seu próprio lugar na enunciação. “Sua habilidade de imaginar, de preceder o ouvinte é, às vezes, decisiva se ele sabe prever, em tempo hábil, onde este ouvinte o ‘espera’” (PÊCHEUX, 2014a [1969], p. 77), e esta antecipação é fundamental em um debate eleitoral. Pode-se dizer, portanto, que a antecipação é constitutiva do discurso. Assim, quem enuncia pode sofrer intervenções de quem o ouve, que pode bloquear o discurso, ou apoiá-lo. Essas intervenções podem ser feitas de forma direta ou indireta, ou seja, podem ser verbais, com uma interrupção de fato de sua fala; ou não verbais, por meio de aplausos, risos, assobios, tumulto (gestos no nível do simbólico).

Pode-se afirmar ainda, consoante Pêcheux (2014a [1969]), que existem projeções que estabelecem relações entre as situações e as posições que as representam, levando em conta que “diferenças de situação podem corresponder a uma mesma posição, e uma situação pode ser representada por várias posições” (PÊCHEUX, 2014a [1969], p. 82). E essas posições vão intervir nas condições de produção do discurso, isto é, as formações imaginárias são parte constitutiva de todo discurso. Assim, Pêcheux propõe um quadro de questões que permitem

observar as formações imaginárias, que são supostas como respostas às questões: “Quem sou eu para lhe falar assim?”, “Quem é ele para que eu lhe fale assim?”, “Quem sou eu para que ele me fale assim?” e “Quem é ele para que me fale assim?” (PÊCHEUX, 2014a [1969], p. 82).

Portanto, algumas dessas questões são norteadoras da análise realizada nesta pesquisa. Para este artigo, trazemos análise desenvolvida sobre as formações imaginárias às quais o sujeito está aderido no momento em que enuncia da posição de candidato à Presidência da República nos debates eleitorais. Assim, observaremos como são projetadas as imagens para o lugar de onde falam a partir de um *eu*, que, em nosso *corpus*, aparece sempre associado a um *nós* e também a um *sujeito universal* para enunciar, o que traz um efeito de indeterminação deste sujeito que enuncia.

#### **4 Análise das formações imaginárias do *eu* nos dizeres dos candidatos Aécio Neves e Dilma Rousseff nos debates eleitorais**

Traremos aqui um recorte da análise desenvolvida em nossa dissertação, com o objetivo de observar as formações imaginárias do sujeito, na posição de candidato Aécio Neves e Dilma Rousseff, projetadas discursivamente para o lugar de onde falam, a partir de um *eu* nos debates eleitorais televisionados.

##### 4.1 “Quem sou eu para lhe falar assim?”

A ilusão de origem e consciência de si do sujeito no momento da enunciação pode ser observada nas sequências discursivas a seguir, retiradas do primeiro debate do primeiro turno, transmitido pela *Rede Bandeirantes*:

**SD2:** Confesso, candidata, que continuo com dificuldade de entender o que significa essa nova política. Até porque eu acredito que existe de verdade, a boa e a má política. Não posso crer que homens como Ulisses Guimarães, Miguel Arraes, Tancredo Neves praticavam a velha política. E a boa política, senhora candidata, pressupõe coerência. Eu estou aqui acreditando naquilo que sempre acreditei. Acreditava que estabilidade da moeda era essencial para que o Brasil voltasse a crescer; acreditei que a lei de responsabilidade fiscal iniciaria um novo momento a na administração pública brasileira (...) (Candidato Aécio, Debate TV Band, 21 de agosto, 2014).

**SD3:** Eu acredito que a questão da liberdade de imprensa, a liberdade de expressão, a liberdade integral nos meios de comunicação é algo, é um valor básico da democracia. Eu acredito também, que como qualquer setor, o setor de telefonia, os aeroportos, os portos, todos os setores, eles têm de ter regulação econômica (...) (Candidata Dilma, Debate TV Band, 21 de agosto, 2014).

Em ambas as seqüências, o sujeito, na posição de candidato, acredita estar no controle do seu dizer, como podemos verificar nos termos destacados “eu acredito”, “não posso crer”, “sempre acreditei”, etc. Os candidatos enunciam, a partir de um *eu*, sem perceberem que estão a todo tempo sendo interpelados e assujeitados pela ideologia e divididos pelo inconsciente.

Vejamos, então, a seguir, algumas formações imaginárias do sujeito mais recorrentes em nosso *corpus* em relação à posição-sujeito que denominamos *eu Aécio* no momento em que toma a palavra nos dois debates eleitorais analisados. Seleccionamos para esta análise uma seqüência discursiva para cada imagem, que consideramos mais representativa para cada caso, já que temos um número grande de seqüências discursivas em nosso *corpus*:

**Quadro 1-** As formações imaginárias da posição-sujeito: *Eu Aécio*

<u>Imagem</u>	<u>Seqüências discursivas</u>
<i>Eu Aécio</i>	
Portador de orgulho, lisonja, honra	<p><b>SD4:</b> Em primeiro lugar, <u>eu respondo com muito prazer</u> à candidata Dilma Rousseff, <u>dizendo que me sinto lisonjeado</u> toda vez que a candidata me olha e enxerga o Ex-presidente Fernando Henrique (Candidato Aécio, Debate TV Band, 21 de agosto, 2014).</p> <p><b>SD5:</b> <u>Me honra muito</u> essa comparação com o Presidente Fernando Henrique, mas eu me chamo Aécio Neves (Candidato Aécio, Debate TV Globo, 24 de outubro, 2014).</p> <p><b>SD6:</b> Eu governei Minas, <u>com um orgulho enorme</u>, candidata, por oito anos, e levei Minas Gerais, que não é o mais rico dos Estados brasileiros, é o segundo mais populoso, a ter a melhor educação fundamental do Brasil (Candidato Aécio, Debate TV Globo, 24 de outubro, 2014).</p>
Fala com clareza	<p><b>SD7:</b> <u>Eu tenho dito, e tenho dito de forma extremamente clara</u> em todos os fóruns dos quais tenho participado, que nós estamos preparados para fazer o Brasil voltar a crescer e gerar empregos cada vez de melhor qualidade (Candidato Aécio, Debate TV Band, 21 de agosto, 2014).</p>
Tem certezas e convicções absolutas	<p><b>SD8:</b> <u>Eu acredito</u> que a legislação atual deve ser mantida. <u>Uma posição pessoal que tenho e que defendo com a absoluta tranquilidade, mas eu defendo</u>, sobretudo, meu caro amigo Eduardo Jorge, que haja cada vez mais informação e educação (...).É preciso que haja sim, um esforço maior de educação, de informação para essas jovens, <u>mas eu tenho as minhas convicções, as defendo de forma absolutamente clara e</u> nessa questão relativa ao aborto, muito específica, <u>eu prefiro manter</u> a legislação como ela está (Candidato Aécio, Debate TV Band, 21 de agosto, 2014).</p>

Governador de Minas Gerais	<b>SD9:</b> <u>Eu governei Minas</u> , com um orgulho enorme, candidata, por oito anos, e <u>levei Minas Gerais</u> , que não é o mais rico dos Estados brasileiros, é o segundo mais populoso, a ter a melhor educação fundamental do Brasil. E quem fez, candidata, tem mais autoridade para dizer que vai fazer, candidata (Candidato Aécio, Debate TV Globo, 24 de outubro, 2014).
Candidato	<b>SD10:</b> <u>Eu não sou hoje mais o candidato de um partido político</u> , eu sou o <u>candidato da mudança</u> , essa mudança que você e sua família querem ver no país, mudança de valores, mudança na eficiência do Estado e, principalmente, na generosidade com que o governante deve tratar os brasileiros (Candidato Aécio, Debate TV Globo, 24 de outubro, 2014).
Presidente do futuro mandato	<b>SD11:</b> Elizabeth, <u>eu não vou terceirizar responsabilidades</u> . <u>Eu, Presidente da República</u> , vou <u>cumprir o meu papel</u> . <u>O primeiro deles é desonerar as empresas de saneamento do PIS/COFINS</u> , algo que foi prometido pela candidata há quatro anos e não foi cumprido. (...) <u>Eu, Presidente da República</u> , vou <u>tratar essa questão diretamente e não vou transferir essa responsabilidade</u> para municípios e tão pouco para Estados brasileiros (Candidato Aécio, Debate TV Globo, 24 de outubro, 2014).
Fala em nome do povo	<b>SD12:</b> Caro candidato, <u>sei que esse é um tema que lhe é bastante caro e me dá a oportunidade de externar a enorme preocupação, que não é minha apenas, é de milhões de brasileiros</u> com a baixa qualidade da gestão das nossas obras de mobilidade. (...) <u>Tenho dito que nós precisamos</u> definir rapidamente os marcos regulatórios (...) (Candidato Aécio, Debate TV Band, 21 de agosto, 2014).
Fala a verdade	<b>SD13:</b> Eu sou hoje já um vitorioso, porque, como disse São Paulo, eu travei o bom combate, <u>falei a verdade</u> e jamais perdi a minha fé (Candidato Aécio, Debate TV Globo, 24 de outubro, 2014).

Fonte: Elaboração própria.

Podemos observar no *Quadro 1* que, na primeira imagem, o sujeito se apresenta como aquele que tem orgulho, lisonja, honra ao se dirigir a outro candidato ou pelos elogios recebidos. Isto pode ser observado nos termos destacados nas sequências que trouxemos, em que as formulações do candidato trazem dizeres que indicam esses sentimentos, como podemos verificar em: “muito prazer”, “me sinto lisonjeado”, “me honra muito”, “um orgulho enorme”.

Em seguida, temos a imagem do falar com clareza, como podemos verificar em “eu tenho dito, e tenho dito de forma extremamente clara”. Nesta sequência, podemos verificar que o sujeito, na posição do candidato Aécio, acredita que não haja dúvida em relação ao seu posicionamento, uma vez que o seu dizer se apresenta de forma “clara”.

Além disso, outra imagem projetada discursivamente pelo sujeito de um *eu* que toma a palavra, que é o que consideramos mais frequente em nosso *corpus*, é a imagem do sujeito das certezas e convicções. A todo tempo, o candidato Aécio enuncia a partir de um lugar, que sabemos, ilusório, de um controle e domínio de seus pensamentos, atitudes e dizeres. Isto

pode ser verificado ao longo de ambos os debates que analisamos, aparecendo com muita frequência no verbo acreditar, com efeito, em alguns casos, de afirmar. “Eu acredito que a legislação atual deve ser mantida”, “uma posição pessoal que tenho e que defendo com a absoluta tranquilidade, mas eu defendo”, “mas eu tenho as minhas convicções”.

Também podemos dizer que o candidato Aécio, ao tomar a palavra, o faz a partir de uma imagem que projeta de sua posição enquanto esteve no governo do Estado de Minas Gerais. Sendo assim, retoma este lugar, assume a posição de Governador, para trazer a história e a memória de suas realizações como exemplo de sua trajetória política e, por conseguinte, dar mais credibilidade ao seu dizer. “Eu governei Minas Gerais”, “levei Minas Gerais”.

Verificamos que o sujeito também enuncia a partir de um imaginário que tem sobre o lugar de candidato à Presidência, um candidato que se propõe a “denunciar” os erros do atual Governo e que se apresenta como um candidato que propõe uma mudança para o país: “Eu não sou hoje mais o candidato de um partido político, eu sou o candidato da mudança”.

Outra imagem projetada pelo candidato Aécio é a de Presidente do Brasil, já se considerando eleito. Isto significa que o sujeito enuncia a partir deste lugar de Presidente, que, para ele, é representado como aquele que não terceiriza nem transfere responsabilidades, que tem o papel de desonerar as empresas de saneamento de impostos e que trata dos problemas diretamente. Ou seja, o papel de Presidente que o sujeito assume, é aquele que tem que agir e ter responsabilidade, como podemos ver em: “eu não vou terceirizar responsabilidades. Eu, Presidente da República, vou cumprir o meu papel”, “eu, Presidente da República, vou tratar essa questão diretamente e não vou transferir essa responsabilidade”. Ao enunciar desta posição, o candidato Aécio já se coloca no lugar de Presidente.

Mais uma imagem frequente do *eu Aécio* é daquele que fala em nome do povo, ou seja, enuncia a partir do que este sujeito considera ser um sentimento ou pensamento de uma coletividade de brasileiros, para mostrar que os representa e que faz parte deste grupo. Para isso, utiliza a generalização, partindo do individual para o geral, ou universal: “externar a enorme preocupação, que não é minha apenas, é de milhões de brasileiros”.

Uma última imagem do sujeito em relação ao *eu Aécio*, que apresentamos como frequente em nosso *corpus*, é a imagem do *eu* que fala a verdade. O sujeito se apresenta, no momento da enunciação, na ilusão de consciência, acreditando dizer a verdade e enuncia: “falei a verdade”. Para este sujeito, o que diz em sua formulação é uma verdade, ou o que tenta mostrar como tal para o outro, utilizando termos como o apresentado. Talvez possamos

afirmar que esses dizeres tragam ao discurso a produção de sentidos de um efeito que é da ordem de uma verdade, de uma evidência de sentidos para este sujeito.

Logo, é possível dizer também que o *eu Aécio*, que enuncia aos demais candidatos e eleitores no debate eleitoral, é projetado discursivamente através dessas imagens pelo sujeito. Um *eu* que é honrado, orgulhoso e que se sente lisonjeado, em alguns momentos, um *eu* que tem suas certezas, na ilusão de unicidade do sujeito, que fala com clareza, fala a verdade, que tem história na política, que foi Governador, um *eu* que é candidato à Presidência e que fala em nome da sociedade.

No *Quadro 2*, que segue, veremos as imagens projetadas discursivamente pelo sujeito no momento dos debates, na posição da candidata Dilma Rousseff. Do mesmo modo que fizemos com o *eu Aécio*, selecionamos apenas uma sequência discursiva para representar cada imagem do *eu Dilma*. Após o quadro, veremos as análises.

**Quadro 2** - As formações imaginárias da posição-sujeito: *Eu Dilma*

<u>Imagem</u>	<u>Sequências discursivas</u>
<i>Eu Dilma</i>	
Tem certezas, convicções.	<b>SD14:</b> Além disso, candidato, <u>eu quero deixar claro que eu tenho certeza que eu, neste próximo mandato, farei um governo muito melhor se for eleita, principalmente controlando a inflação</u> (Candidata Dilma, Debate TV Globo, 24 de outubro, 2014).
Tem orgulho	<b>SD15:</b> Eu queria te dizer uma coisa. Para que você combata a corrupção, que é o que eu quero, eu tenho certeza que é o que o Brasil quer, <u>eu tenho na minha vida um orgulho. Eu nunca, nunca compactuei com corrupto ou corrupção</u> (Candidata Dilma, Debate TV Globo, 24 de outubro, 2014).
Governo Federal	<b>SD16:</b> Na verdade, nós geramos, <u>no meu governo, mais empregos do que vocês geraram em 8 anos. Eu em 3 anos e 8 meses, estou gerando 5 milhões e 500 mil empregos, candidato</u> (Candidata Dilma, Debate TV Band, 21 de agosto, 2014).
Candidata	<b>SD17:</b> <u>Eu tenho assim um grande compromisso com creche e pré-escola. Porque eu acredito que creche e pré-escola é o futuro do país. A gente dá oportunidade pros brasileirinho e pras brasileirinha. Nós vamos fazer 6 mil creches.</u> (Candidata Dilma, Debate TV Globo, 24 de outubro, 2014).
Presidente do futuro mandato	<b>SD18:</b> Além disso, candidato, eu quero deixar claro que eu tenho certeza que <u>eu, neste próximo mandato, farei um governo muito melhor se for eleita, principalmente controlando a inflação</u> (Candidata Dilma, Debate TV Globo, 24 de outubro, 2014).
Fala a verdade	<b>SD19:</b> <u>A verdade</u> , candidato, é que o governo do PSDB, que parece que o senhor não vai adotar, quebrou o Brasil três vezes. Foi ao fundo

	monetário internacional, propôs um aumento de tarifa como estão fazendo agora, propôs que não se desse aumento de salários e, aliás, tivemos uma redução salarial terrível durante esse período. (Candidata Dilma, Debate TV Band, 21 de agosto, 2014).
--	---

Fonte: Elaboração própria.

Foi possível verificar que as formações imaginárias da posição sujeito em relação ao que denominamos *eu Dilma* são semelhantes às imagens que apresentamos em relação ao *eu Aécio*, mas com algumas pequenas diferenças. Em algumas imagens, os termos utilizados são, inclusive, os mesmos e, em outros casos, temos outros elementos nas formulações, como veremos a seguir.

As formações imaginárias projetadas discursivamente para o *eu Dilma* são: o *eu* que tem certezas, convicções, que tem orgulho, *eu* Governo Federal, candidata à Presidência, *eu* Presidente do futuro mandato, *eu* que fala a verdade. É importante lembrar que estas são as imagens que se destacaram em nosso *corpus*, de acordo com nosso gesto analítico, e que outras imagens podem existir.

Primeiramente, apresentamos a imagem da certeza e convicção que o sujeito faz do *eu* que enuncia. Um *eu* que diz: “eu quero deixar claro que eu tenho certeza” supõe em suas palavras ter o domínio de si, dos seus pensamentos, desejos, sempre na ilusão imaginária da unicidade do sujeito.

Em segundo lugar, temos a imagem de um *eu* que tem orgulho de si mesmo, por “nunca” ter compactuado com corrupção, segundo a afirmação: “eu tenho na minha vida um orgulho. Eu nunca, nunca compactuei com corrupto ou corrupção”.

Ainda podemos destacar a imagem do lugar de Governo Federal, isto é, o *eu Dilma* enuncia a partir da posição do Governo atual, em que é Presidente da República e afirma “no meu governo”, “Eu em 3 anos e 8 meses, estou gerando (...) empregos”. Isto significa dizer que o sujeito enuncia a partir da imagem do governo que pratica, ou seja, um governo que gera empregos e que faz desonerações de impostos. Assim como o candidato Aécio fez em relação ao seu governo passado do Estado de Minas, a candidata Dilma retoma as realizações do governo atual para dar credibilidade ao que afirma, trazendo, pois, a memória do que deseja que seja atualizado, de sua trajetória política.

Como candidata à Presidência, o sujeito *eu Dilma* enuncia a partir da imagem dos compromissos assumidos como tal, afirmando que, caso seja eleita, cumprirá o que foi prometido, isto é, um candidato tem que assumir, se for eleito, seus compromissos de campanha. “Eu tenho assim um grande compromisso”.

Uma outra imagem observada foi a do lugar de Presidente que o *eu Dilma* se coloca ao tomar a palavra. Nesta imagem, o sujeito afirma sempre positivamente em relação à execução de seus compromissos. No entanto, um termo nos chamou a atenção em nosso recorte das sequências. Ao enunciar do lugar de Presidente do futuro mandato, o *eu Dilma* sempre utiliza um *se*, como podemos observar em: “eu, neste próximo mandato, farei um governo muito melhor se for eleita”. Isto nos faz questionar se esta imagem não é projetada sobre uma dúvida de sua vitória nas eleições, mesmo utilizando em sua formulação o futuro do modo indicativo, que indica uma certeza, na oração principal: “farei”, “iremos”. Também podemos dizer que o uso do elemento condicional “se”, nas orações subordinadas adverbiais condicionais, produz um efeito de modéstia, de respeito pela vontade popular, ou seja, só será eleita se esta for a vontade do povo, “se for eleita”.

Todavia, devemos ressaltar que existe uma contradição em seu dizer, já que também fala “neste meu próximo mandato”, como se fosse uma vitória certa. Isto ocorre diferentemente da forma colocada pelo *eu Aécio*, que, ao enunciar na posição de futuro Presidente, o faz com mais segurança e afirma, na maior parte do tempo, em nome de futuro Presidente, como vimos.

Na última imagem que destacamos do *eu Dilma*, mostramos que o sujeito se coloca na posição de alguém que diz a verdade, igualmente apresentado em relação ao *eu Aécio*, utilizando também o termo *verdade*, para mostrar que está com a razão, ou para que pareça estar, produzindo, assim, o mesmo efeito da produção de sentido da ordem de uma verdade. Ao dizer: “a verdade”, “é verdade”, o sujeito está aderido discursivamente à imagem de um sujeito que fala a verdade, que sabe o que afirma, isto é, seja ou não um fato verdadeiro, carrega este efeito.

É preciso dizer ainda que essas formações imaginárias em relação à posição do sujeito no discurso e aos sentidos da formação discursiva a partir da qual enuncia é que vão permitir que se diga de uma forma ou de outra o que se tem a dizer. São as formações imaginárias que o sujeito projeta de si e do outro que permitirão uma antecipação em um processo de argumentação nos debates eleitorais televisionados.

## 5 Para encerrar

Em nossa pesquisa de mestrado, propusemo-nos a analisar o discurso político em dizeres de dois dos presidentes da campanha de 2014, Aécio Neves (PSDB) e Dilma

Rousseff (PT) em dois debates eleitorais: o primeiro do primeiro turno (*Band*) e o último do segundo turno (*Globo*). Destacamos, neste artigo, a análise desenvolvida sobre as formações imaginárias em relação ao lugar de onde o sujeito enuncia, a partir de um *eu*.

Podemos ver, no *Quadro 3*, a seguir, através do nosso gesto de análise, como as imagens do lugar de onde falam, a partir de um *eu*, foram projetadas discursivamente nas formulações dos dois candidatos, para melhor observarmos suas semelhanças e suas diferenças.

**Quadro 3-** Quadro comparativo de imagens do *Eu Aécio* e *Eu Dilma*

<b>Formações imaginárias: lugar de onde falam</b>	
<i>Eu Aécio</i>	<i>Eu Dilma</i>
Portador de orgulho, honra, lisonja;	Tem certeza e convicções;
Fala com clareza;	Tem orgulho;
Tem certeza e convicções absolutas;	Governo Federal;
Governador de Minas Gerais;	Candidata;
Candidato;	Presidente do futuro mandato;
Presidente do futuro mandato;	Fala a verdade.
Fala em nome do povo;	
Fala a verdade.	

**Fonte:** Elaboração própria.

Na análise do *eu*, pudemos verificar que alguns funcionamentos eram semelhantes em dizeres dos dois candidatos. Entretanto, embora compareçam semelhanças em muitos casos, a forma como estas imagens são projetadas no discurso se difere em muitos pontos, já que cada sujeito é diferentemente afetado em sua singularidade, em seu processo de subjetivação, de acordo com Mariani e Magalhães (2010). Logo, as marcas na língua se manifestam diferentemente. Por exemplo, vimos que ambos enunciam da posição de futuros Presidentes do país. No entanto, há diferenças nas imagens construídas em suas formulações. O candidato Aécio enuncia: “Eu, Presidente da República, vou cumprir o meu papel” (SD11) e Dilma afirma: “eu, neste próximo mandato, farei um Governo muito melhor se for eleita” (SD18). Desta forma, verificamos que, ao enunciar desta posição, o candidato Aécio o faz com mais segurança de sua vitória, já se considerando eleito, embora, raramente, apareça modéstia no uso de “se eu merecer”. Já a candidata Dilma, quase em todas as sequências observadas,

utiliza uma oração subordinada adverbial condicional, que indica, não apenas modéstia, mas principalmente dúvida de sua vitória.

Por fim, é importante dizer que trouxemos aqui uma leitura entre muitas outras possíveis nestas condições. E, como analistas do discurso, também nós estamos afetados pelos efeitos ideológicos e divididos pelo inconsciente que nos constitui. Por isso, a mobilização teórica se faz tão necessária nas análises desenvolvidas neste campo de conhecimento, para que possamos nos distanciar dos efeitos de evidência e, desse modo, questioná-los, desconstruindo o trabalho da ideologia, que, assim como todo ritual, também possui lacunas entreabertas que permitem rupturas e quebras de sentidos, trazendo outros efeitos que não são previsíveis ou controlados pelo sujeito.

## Referências

COURTINE, J. J. Os deslizamentos do espetáculo político. *In*: GREGOLIN, M. R. (Org.) **Discurso e mídia: a cultura do espetáculo**. São Carlos, SP: Claraluz, 2003 [1990], p. 21-34.

MAKOVICS, N. **Marketing político na televisão brasileira: um estudo sobre as campanhas presidenciais de 1989 a 2002**. Jundiaí, SP: Paco Editorial, 2012.

MARIANI, B. S. C. Um imaginário e outros. *In*: GRIGOLETTO, E.; DE NARDI, F. (Orgs.) **A Análise do Discurso e sua história: avanços e perspectivas**. Campinas, SP: Pontes Editores, 2016, p. 35-47.

MARIANI, B. S. C.; MAGALHÃES, B. Processos de subjetivação e identificação: ideologia e inconsciente. **Linguagem em (Dis)curso** (Impresso), Palhoça, SC, v. 10, n. 2, p. 391-408, maio/ago. 2010.

ORLANDI, E. P. **Análise de Discurso: princípios e procedimentos**. 9. ed. Campinas, SP: Pontes, 2010.

ORLANDI, E. P. **Discurso e texto: formulação e circulação dos sentidos**. 3. ed. Campinas, SP: Pontes, 2008.

ORLANDI, E. P. **Autoria, leitura e efeitos do trabalho simbólico**. 5. ed. Campinas, SP: Pontes, 2007.

ORLANDI, E. P. **A linguagem e seu funcionamento: as formas do discurso**. Campinas, SP: Pontes, 2003 [1984].

ORLANDI, E. P. Discurso e argumentação: um observatório do político. **Fórum Linguístico**, Florianópolis, n. 1, p. 73-81, jul./dez. 1998.

ORLANDI, E. P. Discurso, imaginário social e conhecimento. **Em Aberto**, Brasília, ano 14, n. 61, p. 52-59, jan./mar. 1994.

PAYER, M. O. Linguagem e sociedade contemporânea – sujeito, mídia, mercado. **RUA**, Campinas, v. 11, n. 1, p. 9-25, out. 2005.

PÊCHEUX, M. Análise automática do discurso (AAD-69). *In*: GADET, F.; HAK, T. (Orgs.). **Por uma análise automática do discurso**. 3. ed. Campinas, SP: Editora da Unicamp, 2014a [1969], p. 59-158.

PÊCHEUX, M. Só há causa daquilo que falha ou o inverno político francês: início de uma retificação. *In*: PÊCHEUX, M. **Semântica e Discurso**: uma crítica à afirmação do óbvio. Tradução de Eni Puccinelli Orlandi. 5. ed. Campinas, SP: Editora da Unicamp, 2014b [1978], p. 269-281.

SILVA, A. da R. **Uma Análise do Discurso Político na mídia televisiva**: Aécio Neves e Dilma Rousseff em debates 2014. 2017. Dissertação (Mestrado em Estudos de Linguagem) – Instituto de Letras, Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2017.

Data de recebimento: 21 de maio de 2019.

Data de aceite: 30 de julho de 2019.