

## **Entre (de)votos: a construção da imagem discursiva dos presidenciáveis nas eleições brasileiras de 2010 e 2014**

Maria da Glória Corrêa DI FANTI ([gloria.difanti@puers.br](mailto:gloria.difanti@puers.br); [gdifanti@gmail.com](mailto:gdifanti@gmail.com))  
Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS)

Na disputa do segundo turno das eleições à presidência da república, ocorridas no Brasil em 2010, Dilma Roussef (Partido dos Trabalhadores/PT), candidata do então presidente da república, Luiz Inácio Lula da Silva, e José Serra (Partido da Social Democracia Brasileira/PSDB), candidato do ex-presidente da república Fernando Henrique Cardoso, protagonizaram um acirrado confronto eleitoral. Da mesma forma, em 2014, o confronto no segundo turno entre a candidata à reeleição Dilma Roussef (PT) e o senador Aécio Neves (PSDB) deflagrou uma forte disputa pela pasta presidencial. Tanto em 2010 quanto em 2014, o cenário das eleições brasileiras se transformou em uma espécie de arena (Vološinov, 2010), em que diferentes discursos passaram a circular, fazendo ressoar variados signos ideológicos e o embate de diversas vozes sociais. Diferentes gêneros discursivos foram mobilizados, pois, além de os concorrentes terem de mostrar suas propostas de governo, tinham de conquistar a preferência dos eleitores que votaram em outros candidatos no primeiro turno, em especial aqueles que votaram em Marina Silva, a terceira mais bem votada em cada um dos pleitos. Nessa perspectiva, seguindo as reflexões de Charaudeau (2006) sobre o discurso político, ao perguntar “quais são os meios discursivos de que dispõe o sujeito político para tentar persuadir e seduzir seus interlocutores?”, é possível afirmar que diferentes meios foram utilizados nas disputas voto a voto, que reverberam tensões entre distintos discursos, como político, publicitário e religioso, construindo diferentes cenografias, que apontam para certas imagens do sujeito enunciativo (Maingueneau, 2006, 2010). Nesse contexto, tendo como referencial teórico estudos discursivos de base enunciativa, objetivamos analisar discursos das duas disputas eleitorais, observando relações dialógicas estabelecidas, de modo a compreender a construção de sentidos e a formação de imagens discursivas dos presidenciáveis. Como metodologia, procuraremos verificar diálogos instaurados entre sujeitos e discursos, no que se refere à compreensão de como a palavra do outro aparece no discurso, qual a avaliação que o sujeito enunciativo faz dela e como se dá a interação entre vozes discursivas (aliança, conflito, polêmica etc.). Com esse encaminhamento, pretendemos responder às seguintes questões: Que imagens de líder e/ou de liderança é construída no discurso dos presidenciáveis? Como as imagens são construídas? Até que ponto as imagens se aproximam e se distanciam uma das outras?

### **Referências Bibliográficas**

Amossy, R. *Images de soi dans le discours. La construction de l'ethos*, Genève, Delachaux et Niestlé, 1999.

Charaudeau, P. *Discurso político*. Trad. Fabiana Komesu e Dilson Ferreira da Cruz. São Paulo, Contexto, 2006.

Mainueneau, D. *Cenas de enunciação*. Org. Sírio Possenti e Cecília de Souza-e-Silva. Trad. Cecília de Souza-e-Silva et al. Curitiba, Criar Edições, 2006.

Mainueneau, D. *Doze conceitos em análise do discurso*. Org. Sírio Possenti e Cecília de Souza-e-Silva. Trad. Adail Sobral et al. São Paulo, Parábola, 2010.

Vološinov, V.N. *Marxisme et philosophie du langage. Les problèmes fondamentaux de la méthode sociologique dans la science du langage*. Trad. Patrick Sériot et Inna Tylkowski-Ageeva. Limoges, Lambert Lucas, 2010.

**Palavras-chave:** tensão entre discursos; valoração; relações dialógicas; construção de sentidos; imagem discursiva do enunciador.