

DO DISCURSO DO CONGRAÇAMENTO AO DISCURSO DA PROMESSA: UMA ANÁLISE DAS ESTRATÉGIAS DISCURSIVAS NO DEBATE POLÍTICO

FROM COVENANT SPEECH TO PROMISE SPEECH: AN ANALYSIS OF DISCURSIVE STRATEGIES IN POLITICAL DEBATE

COSTA, Wagner Alexandre dos Santos¹

Resumo: O debate político é um importante evento de comunicação no processo eleitoral. Nele, o candidato dificilmente pode conduzir sua fala sem oposição, salvo por algum tipo de estratégia que torne possível essa ação. O objetivo deste artigo é, pois, analisar a elaboração da imagem favorável de si por meio da construção de um espaço isento de luta discursiva no debate político. Observamos, especificamente, a estreita relação entre o discurso da promessa e o discurso do congraçamento operada por candidatos ao cargo de Prefeito da Cidade do Rio de Janeiro. Os dados foram coletados do debate político-eleitoral das eleições de 2016. O aporte teórico do estudo é a Teoria Semiolinguística (CHARAUDEAU, 2006a, 2006b, 2010, 2011 e 2016), além da noção de discurso do congraçamento (COSTA, 2018, no prelo).

Palavras-chave: Discurso político; Congraçamento; Debate televisivo.

Abstract: Political debate is an important communication event in the electoral process. In it, the candidate can hardly conduct his speech without opposition, except for some kind of strategy that makes this action possible. The objective of this article is therefore to analyze the elaboration of the favorable image of oneself through the construction of a space free of discursive struggle in the political debate. Specifically, we observe the close relationship between the discourse of the promise and the discourse of the covenant performed by candidates for the position of Mayor of the City of Rio de Janeiro. The data were collected from the political-electoral debate of the 2016 elections. The theoretical contribution of the study is the Semiolinguistic Theory (CHARAUDEAU, 2006a, 2006b, 2010, 2011 and 2016), in addition to the notion of the discourse of the covenant (COSTA, 2018, in press).

Keywords: Political discourse. Covenant. TV debate

1 INTRODUÇÃO

Neste artigo, empreendemos um estudo acerca da elaboração discursiva da credibilidade no cenário do debate político-eleitoral entre candidatos ao cargo de Prefeito da Cidade do Rio de Janeiro, evento veiculado pela TV Globo em setembro de 2016.

¹Doutor em Estudos da Linguagem pela Universidade Federal Fluminense (UFF) e professor adjunto do Instituto de Ciências Humanas e Sociais/ Departamento de Letras e Comunicação (ICHS/DLC) da Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro (UFRRJ). Participa do grupo de pesquisa Estudos Linguísticos, Multiletramentos e Ensino de português (ELMEP/UFRRJ). Contato: wagnerasc@bol.com.br.

Especificamente, o objetivo deste artigo é analisar o debate político-eleitoral, explicitando a relação entre o *discurso da promessa* e o *discurso do conagraamento*.

A situação de comunicação, face a face com o adversário, ao vivo e, sobretudo, às vésperas das eleições (o que representava uma última oportunidade de fala para um grande número de espectadores) exigia que os políticos mobilizassem estratégias eficientes para construir/manter sua imagem de político habilitado emocional, moral e intelectualmente.

O discurso do conagraamento (técnica do acordo, do consenso, da não refutação entre os candidatos e, assim, da suspensão da luta discursiva típica da arena política), aliado ao discurso da promessa, consistiu em uma estratégia compósita que atendia a um tipo de acordo entre determinados candidatos para driblar a dificuldade de exposição das suas propostas de governo e conseqüente também difícil formulação de uma imagem credível de si.

O aporte teórico principal a que se vincula o estudo é a Teoria Semiolinguística (CHARAUDEAU, 2006a, 2006b, 2011 e 2016). Ainda, a pesquisa está amparada no estudo desenvolvido por Costa (2018, no prelo) acerca do discurso do conagraamento.

O artigo está organizado da seguinte maneira: na próxima seção é apresentado o aparato metodológico empregado na análise dos dados. Na sequência, tem-se o aporte teórico que embasa o estudo e a análise. Por fim, seguem-se a conclusão e as referências.

2 Material e métodos

O presente estudo trata do desempenho discursivo, em debate televisivo transmitido ao vivo, de oito políticos que disputavam o cargo de prefeito da Cidade do Rio de Janeiro nas eleições de 2016.

O debate ocorreu no dia 29/09/2016 e foi organizado e veiculado pela TV Globo. Dele participaram os seguintes candidatos: Jandira Feghali (PC do B), Pedro Paulo (PMDB), Flávio Bolsonaro (PSC), Índio da Costa (PSD), Carlos Osório (PSDB), Marcelo Crivella (PRB), Marcelo Freixo (PSOL) e Alessandro Molon (REDE). Ficaram excluídos três concorrentes: Cyro Garcia (PSTU), Carmen Migueles (NOVO) e Thelma Bastos (PCO), por não atenderem aos critérios mínimos de habilitação estipulados pela emissora.

O evento foi mediado pela jornalista Ana Paula Araújo e está disponível na plataforma YouTube para livre acesso em:

REVELLI v.10 n.2. Junho/2018. p. 62- 74 ISSN 1984 – 6576.
Dossiê Estudos de Linguagem e Interculturalidade.

- ✓ <https://www.youtube.com/watch?v=sIeQjs5nRYM> (referente ao bloco 1, em que a formulação da pergunta e o seu candidato alvo eram de livre escolha),
- ✓ <https://www.youtube.com/watch?v=9PFZAupZ4ss> (referente ao bloco 2, em que a formulação da pergunta foi determinada por sorteio e seu alvo ainda de livre escolha),
- ✓ <https://www.youtube.com/watch?v=9jL9I0FrYfk> (referente ao bloco 3, que obedeceu às mesmas regras do primeiro) e
- ✓ <https://www.youtube.com/watch?v=hG1ORMt0rio> (referente ao bloco 4, que trouxe as considerações finais dos candidatos).

Todos os links foram acessados de dezembro/2016 a março/2017 e a coleta foi orientada pela classificação das estratégias discursivas políticas envolvidas na construção da credibilidade em contexto de pergunta/resposta. O estudo assume caráter qualitativo, prevalecendo a interpretação como forma de análise dos dados. Dessa forma, em cada turno de fala, não coletamos ocorrências repetidas da mesma estratégia, observando somente se tal ou qual estratégia esteve presente no turno de fala do candidato e se ele empregou mais de uma delas..

Tecidas as considerações metodológicas, passamos, na próxima seção, à apresentação do aporte teórico.

3 Aporte teórico

3.1 O gênero debate eleitoral

O debate, tal como compreendido neste trabalho, assenta-se num dispositivo triangular, formado pelos membros que dele participam e pelo público-alvo (CHARAUDEAU, 1991 e 2014). Do ponto de vista da instância midiática que o transmite, há dois principais objetivos: o de “seriedade” eo de “sedução”(CHARAUDEAU, 1991, p. 22). O primeiro sustenta o compromisso com a informação ao cidadão, já o segundo vincula-se à captação e fidelidade do público.

Um debate eleitoral é uma atividade discursiva que envolve, em geral, vários ou somente dois participantes. A situação interacional é mediada e a cada político é determinado um tempo para exposição de suas ideias e defesa de sua candidatura. Isto faz com que a luta discursiva seja regrada. Para Marques (2017, p. 17):

REVELLI v.10 n.2. Junho/2018. p. 62- 74 ISSN 1984 – 6576.
Dossiê Estudos de Linguagem e Interculturalidade.

O confronto verbal não é, obviamente, absoluto, na medida em que os interlocutores têm que preservar as regras básicas da comunicação, que, no caso do confronto político, estabelecem restrições fortes, se o participante no debate pretender ganhar as eleições.

Por se tratar da defesa das candidaturas dos políticos a um determinado cargo público, um debate é, em regra, tenso, pois envolve não apenas concorrentes, mas, muitas vezes, também políticos opositores. Assim, a elaboração de uma imagem de candidato ideal, não se constrói livremente, sem a interferência do outro, como assevera Cunha (2016):

Afinal, enquanto participante de um debate, cada candidato sabe, de antemão, que seu adversário vai se esforçar por conseguir uma linha de conduta que lhe permita se apresentar ao eleitor como o candidato mais preparado para o cargo em disputa. Por isso, ao longo do debate, cada candidato vai realizar ações verbais que permitam construir e preservar uma imagem favorável de si e que, ao mesmo tempo, desestabilizem o adversário, agredindo ou destruindo sua imagem, na tentativa de mostrar (provar) para o eleitor quem é o candidato mais preparado para o cargo (p. 816).

Em seu estudo sobre a elaboração de *faces* (GOFFMAN, 2011, *apud* CUNHA, 2016) na dinâmica do debate eleitoral, Cunha considera que cada político é bastante consciente da representação social que deve fazer sobre si e da que o outro tenta também dele (concorrente) fazer, o que se configura como uma das características do debate.

Este subgênero do discurso político (CHARAUDEAU, 2011), vincula oportunamente, como afirma Marques (2017), a esfera política à midiática, especialmente da televisão, por ser um espaço de visibilidade privilegiado para o político e por ser onde os eleitores obtêm informações acerca do processo. É, no dizer da autora, um gênero “quase privativo da televisão” (p. 16).

No estudo que desenvolveu acerca da *atenuação/cortesia* (BRIZ, 2013, *apud* MARQUES, 2017) no discurso político do debate eleitoral português, Marques (2017) reconhece a importância do estudo da atenuação, por ser o debate político eleitoral um evento marcado pela agressividade entre os participantes. Além disso, por ser ainda caracterizado por uma relação intensa de confronto e tentativa de descredibilização do outro.

Charaudeau (2010b), no âmbito dos estudos semiolinguísticos, caracterizou o gênero debate como uma “espetacularização do conflito verbal” (p. 218). Segundo ele (*op. cit.*, 2010b, p. 219), referindo-se a debates em geral, assinala que se deve esperar dos convidados que se posicionem acerca dos temas propostos pelo mediador e pelos

outros participantes. Se reagirem contra algum outro participante, isto os coloca frontalmente em relação de oposição (“dissenso”); se a favor, isto os conduzirá a uma relação de aliança (“consenso”).

Assim outros estudos, sob diferentes perspectivas teóricas, também enfatizaram a necessidade de se analisarem as relações discursivas construídas (em rota de colisão) no debate político-eleitoral. Foi unísono entre os autores o entendimento de que as falas dos políticos objetivam a conquista da credibilidade para si e a descredibilização do concorrente/oponente.

O debate, como prática social de comunicação, compõe uma das formas de atuação dos agentes políticos e mobiliza também as estratégias comuns dessa esfera.

3.2 Estratégias discursivas no campo político

Charaudeau (2006a, p. 344) particulariza a *identidade social* pela necessidade de ser reconhecida pelos outros. Trata-se, nos termos dessa teoria, daquilo que confere ao sujeito o *direito à palavra*, o que sustenta a sua *legitimidade*, que depende da atuação do sujeito nos domínios do *saber* (fundado nas opiniões, nos saberes compartilhados e no seu manuseio, com vistas à sedução e persuasão do interlocutor) e do *poder* (estabelecido principalmente a partir dos vínculos institucionais que conferem *poder* ao sujeito).

A *identidade discursiva*, sem se opor à anterior, apenas projetando-se num contínuo, depende não somente de o sujeito saber organizar sua fala, mas principalmente de sua capacidade em parecer digno de crédito, da necessidade de seu interlocutor considerá-lo verdadeiro. Trata-se de uma interdependência de dois espaços reguladores do ato de comunicação: um contendo determinações sociais, outro discursivas.

Quanto ao domínio político, Charaudeau (2016, p. 73) explica que *legitimidade* e *credibilidade* estão intimamente entrelaçadas. A legitimidade conferida a um candidato pelo voto não é absoluta nem definitiva. É, pois, necessária a manutenção constante dela. Isto passa pelo exercício da credibilidade, que se faz pela linguagem.

Concebendo a atuação do político como fruto da relação entre a identidade social e a identidade discursiva, Charaudeau ressalta dois tipos de atividades determinantes:

- a do *dizer político*, do debate de ideias no vasto campo do espaço público, lugar onde se trocam opiniões;
- a do *fazer político*, no campo mais restrito do espaço onde se tomam decisões e se realizam atos. (2006b, p. 257)

O sujeito político, assim, tem de construir sua palavra na interseção desses dois espaços porque seu dizer (linguagem) deve, em tese, ser autenticado por seu fazer (ação), por sua atuação, ou se circunscreverá apenas nos limites da promessa. Esses dois espaços, por um lado, são recíprocos e complementares, mas por outro, são diferentes:

- no primeiro (dizer), é a linguagem que domina, através de uma luta discursiva em que várias estratégias são permitidas (manipulação, proselitismo, ameaças / promessas, etc.), o objetivo sendo a imposição de uma opinião;
- no segundo (fazer), é a ação como o espaço onde se exerce o poder de agir entre uma instância política que se diz soberana e uma instância cidadã que, a todo momento, pode pedir contas e resultados, o objetivo sendo uma dominação feita de regulamentação, de sanção e de reivindicação. (CHARAUDEAU, 2006b, p. 257-258).

Diferentes porque se pautam em dois tipos de forças: força de verdade e força de ação, e complementares uma vez que, por outro lado, cruzam-se em linguagem-ação, base para qualquer atividade discursiva política, seja na governança, seja na oposição.

A atividade política, por envolver uma constante tensão entre o controle do poder e a oposição por quem não o exerce, determina estratégias discursivas distintas. Como analisa Charaudeau (2006b, p. 258), o sujeito político pode estar em uma situação de enunciação fora da governança, quando, por exemplo, pretende conquistar um cargo político, quando disputa eleições. Pode ainda enunciar de dentro dela, caso em que ocupa algum cargo.

Por serem distintas também as condições de legitimidade desses sujeitos, em função delas deverão adotar estratégias discursivas adequadas, sobretudo em condições de embate e luta pela conquista ou manutenção do poder, como ilustra a situação de campanha eleitoral que prevê debates públicos ao vivo na TV.

Assim, diversos tipos de estratégias discursivas podem ser postas em cena no campo político: a da promessa, a de decisão, a de justificação e a de dissimulação, segundo lista Charaudeau (2006b, p. 258-261).

Na *estratégia da promessa* o político deve, simultaneamente, ser capaz de a) contemplar um ideal social de desejo/necessidade do ouvinte, mas também adequar-se às possibilidades reais de sua execução; b) obter reconhecimento, da parte dos cidadãos, como

merecedor de crédito, como portador de limpas intenções e c) conseguir convencer (uso da razão) e persuadir (uso da emoção) a maioria da instância cidadã.

Na tensão entre o domínio do poder e a oposição, no primeiro acentua-se a necessidade de articulação justa entre força de verdade e força de ação, haja vista que o sujeito político encontra-se sob os olhares de seus oponentes e também da população. O segundo, por não ocupar cargo, não estará sendo avaliado pelo que pode/pôde fazer.

A *estratégia de decisão*, a seu turno, está legitimada no campo da ação e possível ao político que pode executá-la. Identifica-se uma desordem social, enuncia-se o dever de sua correção e revela-se a solução (a ser) adotada.

Já a *estratégia de justificação* (CHARAUDEAU, 2006b, 2011) decorre da necessidade de os atores políticos se defenderem das críticas de seus opositores e da sociedade ou, às vezes, de antecipar-se a elas. As ações dos sujeitos políticos podem afetar sua legitimidade, sendo necessário recorrer a estratégias discursivas de (re)legitimação do estatuto conquistado. Essa tensão será constante, devendo não só ao político no controle da governança, mas ainda mesmo após o término do seu mandato, haja vista que suas ações compõem um histórico de sua vida política pregressa.

Por fim, a *estratégia de dissimulação* pode ser compreendida como o esforço em reduzir, pelo silêncio, a relevância de ideias que se projetam desfavoravelmente em direção ao ator político. A dissimulação é, então, uma estratégia discursiva de reação contra efeitos negativos emanados pela oposição, pela mídia ou por movimentos sociais.

Para complementar o quadro de estratégias de Charaudeau (*op. cit.*), Costa (2018, no prelo) apresenta a noção de *discurso do conagraamento*, que será detalhado adiante.

3.3 A estratégia do conagraamento

A noção de discurso do conagraamento vem sendo desenvolvida por Costa (2018, no prelo). Segundo o autor (*op.cit.*), esta estratégia consiste no uso do acordo, da conciliação, da confirmação das ideias alheias. Trata-se de uma estratégia discursiva em uma ambiência diversa da justificação, em que é feita uma crítica. No conagraamento, as ideias de cada político são consoantes, não opositoras.

O político, nessa estratégia, concorda com a afirmação do outro ou silencia diante dela (é bom lembrar o ditado popular que diz “quem cala consente”), caso em que

silenciar não significa ignorar sub-repticiamente, mas admitir como verdadeira a fala interlocutora.

O discurso de conagraçamento é, assim, eficiente recurso para realizar acordos nas entrelinhas, sem publicá-los textualmente. Depende, dessa forma, do conjunto de interesses compartilhados e pode se materializar por meio de certos itens, que denominamos “indicadores de conagraçamento”. São indicadores linguísticos da presença desse discurso (COSTA, 2018, no prelo):

- ✓ “obrigado pela pergunta”,
- ✓ “agradeço a sua pergunta sobre x”,
- ✓ “você tem toda razão, fulano”,
- ✓ “É isso, sicrano”,
- ✓ “Olha, eu concordo que”,
- ✓ “todos nós acreditamos que”,
- ✓ “é importante a pergunta”, além de expressões gestuais de concordância, como o gesto de mover a cabeça verticalmente em acordo com o interlocutor.

Os indicadores linguísticos servem, em geral, para introduzir na fala o discurso do conagraçamento, mas podem apenas confirmar a consonância, se, por exemplo, posicionados posteriormente. Outra maneira de realização dessa estratégia é por Ø (zero), ou seja, com ausência de marca, com silêncio e sem gestual algum.

Tendo, então, delimitado o aporte teórico que sustenta nosso estudo, passamos, na próxima seção, à análise dos dados.

4 Análise do debate: do discurso do conagraçamento ao discurso da promessa

4.1 O discurso da promessa

No debate sob foco, aliás como em qualquer outro do mesmo formato, a construção da imagem de candidato ideal frente os demais não podia ser levada a cabo livremente pelos políticos sem o risco da interferência das acusações que a se imputavam mutuamente ou sem a refutação recíproca das suas ideias. Deste fato decorre a tensão e o risco promovido pelo

debate político ao vivo, diferente das situações em que o político pode construirmonocutivamente sua autoimagem.

Todos os candidatos que representavam o contrapoder, motivados pela intencionalidade inerente à disputa, elaboram, dessa forma, críticas à administração de Eduardo Paes (PMDB). Os tópicos propostos por eles discutem problemas pontuais vivenciados pela cidade e, por hipótese, mal geridos pelo prefeito. Por extensão, configuram-se como críticas à candidatura de Pedro Paulo, já que este era um concorrente com chances, pois detinha um amplo serviço publicitário a seu favor e poderia disputar o segundo turno com Crivella, líder nas intenções.

Os dados coletados trazem mostras de situações em que os políticos adotam estratégia diversa do início do bloco 1 do debate (com perguntas feitas por meio de sorteio de tema e de interlocutor). Em vez de um embate com críticas frontais ao programa de governo do oponente e ao seu percurso na atuação política, vê-se que o candidato seleciona outro que não o ameaça diretamente, seja por não disputar pontos percentuais equilibradamente, seja por o outro não ser aquele que lidera as intenções ou que representa o poder. Conseguem-se, com esse expediente, espaço compartilhado para a apresentação de suas propostas, haja vista que não seria interessante desequilibrar a campanha de um adversário com já baixa intenção de votos. A meta principal daqueles que estavam em posições menos confortáveis seria combater o oponente na posição almejada: Marcelo Freixo e Pedro Paulo (candidatos na iminência de disputar o segundo turno com Crivella). Pedro Paulo, por deixar entrever certa fragilidade emocional (gaguejos, alterações no tom de voz, expressão facial de irritação) e, além disso, representar a legenda no poder (PMDB), foi o alvo principal. Vejam-se alguns exemplos de discurso da promessa empreendidos pelos políticos:

(1)

CARLOS OSÓRIO: “Nós vamos priorizar os profissionais da educação. Enquanto não tivermos professores bem remunerados e bem pagos, nós não vamos avançar em escolas novas, porque o importante é educar, e não fazer programa bonito para a televisão.”

(2)

FLÁVIO BOLSONARO: “Eu vou mudar o foco da guarda municipal, que hoje é muito mais voltado para a arrecadação, para multas, para combate aos camelôs, para que ela faça segurança preventiva da população. Eu vou investir sim no treinamento, na qualificação desses profissionais.”

(3)

ÍNDIO DA COSTA: “Eu vou criar uma secretaria municipal de segurança e essa secretaria vai trabalhar com informação, inteligência e tecnologia para poder cuidar

de você, cuidar da sua família, fazer integração com o governo do estado, com a polícia civil, polícia militar.”

(4)

JANDIRA FEGHALI: “(...) nós temos que trabalhar contra a cultura do estupro, que é predominantemente feita sobre a mulher negra, nós temos que trabalhar a escola dentro da favela, uma escola que dê a possibilidade desse jovem, dessa criança, desde a creche, ter uma escola inclusiva, uma escola aberta.”

Esses exemplos, especificamente os casos (1), (2) e (3), apresentam o que denominamos “indicadores de promessa”, ou seja, o uso de palavras, locuções, expressões ou frases que introduzem o discurso da promessa política (COSTA, 2018, no prelo). Neles, temos as construções verbais “vamos priorizar”, “vou mudar” e “vou criar” em que os verbos principais remetem a atitudes determinantes para a elaboração da imagem de si necessária ao político: ser racional, estar atento às necessidades do povo, ter iniciativa. Esta organização do discurso da promessa foi recorrente em todos os candidatos; no entanto, menos observada na candidata Jandira Feghali.

Diferentemente, em (4), Jandira dá ênfase à expressão da necessidade por meio de “ter que”. Já em outras ocasiões, ela emprega “é preciso”, enfatizando de modo mais acentuado do que observado nos demais candidatos certo tom de afetividade no seu programa de governo.

Essa afetividade não ocorre à toa. Lembra Charaudeau (2016, p. 20) que a palavra política, dirigida a um público heterogêneo, adota procedimentos que se dirigem à razão do público e outros à sua emoção.

4.2 O discurso do conagraamento

Uma das ocorrências mais emblemáticas do discurso do conagraamento, apesar de um pouco longa, aconteceu entre os debatedores Flávio Bolsonaro e Marcelo Crivella. Apresentamos, a seguir, a sua transcrição:

(5)

FLÁVIO BOLSONARO: A educação, sem dívida alguma, é a chave para o desenvolvimento do nosso país e todos nós defendemos uma educação em tempo integral. Agora, eu tenho uma grande preocupação sobre o que é que estão ensinando para as nossas crianças dentro de sala de aula. Qual é a sua proposta para melhorar a qualidade do ensino na cidade do Rio de Janeiro?

MARCELO CRIVELLA: Eu quero que seja uma escola sem partido. Eu acho que a Unesco define bem o que é educação. Educação é você aprender a conhecer, a construir, a conviver e a ser. É isso que a escola tem que se preocupar. (...) É isso que

REVELLI v.10 n.2. Junho/2018. p. 62- 74 ISSN 1984 – 6576.

Dossiê Estudos de Linguagem e Interculturalidade.

a escola deve ensinar, sem partido, sem ideologias, uma escola com liberdade, onde as pessoas possam desenvolver seu talento e sejam bem assistidas, que tenha merenda escolar, professor esteja motivado, que tenha meritocracia, que alcance os índices do IDEB e que possa ser a escola que traga orgulho aos pais que frequentaram.

FLÁVIO BOLSONARO: Quero concordar com você, Crivella, os índices do IDEB, principalmente no segundo segmento do ensino fundamental, mostram que o conteúdo do que está sendo ensinado para as nossas crianças dentro de sala de aula está equivocado. Eu também defendo uma escola sem partido, porque eu entendo que tem que haver neutralidade dentro de sala de aula, os alunos tem que ter a sua liberdade de opinião respeitada, e não sendo ameaçados, constrangidos por alguns professores como está acontecendo hoje, querendo impor a sua preferência político-partidária aos alunos (...).

No bloco 3 do debate, o tema e o político alvo da pergunta eram de livre escolha, detalhe importante para o entendimento desta estratégia. Os dois políticos em questão, Flávio Bolsonaro e Marcelo Crivella, são conhecidos por defenderem pautas associadas à direita ultraconservadora. Ambos apoiam um movimento denominado “Escola sem partido”, que prega a proibição de certos temas transversais na escola, como sexualidade e diversidade cultural, caros para uma política educacional de base progressista.

A opção de Flávio Bolsonaro por Marcelo Crivella, então, não foi inconsciente e aleatória, já que tal posicionamento é considerado polêmico e controverso, segundo a orientação subjetiva de tal ou qual candidato. Nesse sentido, a escolha por Alessandro Molon, Jandira Feghali ou Marcelo Freixo, por exemplo, levaria a abordagem a um confronto de posicionamentos acerca do tema. No entanto, não foi o que ocorreu entre os dois candidatos, que apresentaram vozes consoantes, uma a confirmar a outra, ao desenvolverem, via promessa, seu programa de governo.

Observam-se acima, na fala de Flávio Bolsonaro, vários exemplos empregados pelo político: “*todos nós defendemos*”, “*Quero concordar com você, Crivella*” e “*Eu também defendo*”.

Outra ocorrência que confirma a estratégia do conagraamento se deu entre Índio da Costa e Marcelo Freixo:

(6)

ÍNDIO DA COSTA: Candidato Freixo, a gente vive uma crise enorme na saúde pública aqui do Rio de Janeiro, na qual o candidato da Prefeitura do Rio, o candidato do Governo, diz que vai criar mais clínicas, vai fazer mais isso, mais aquilo e a gente sabe que a Prefeitura está com dificuldade financeira, quebraram a Previdência pública, o servidor tem risco de não receber o décimo terceiro salário, eles ainda prometem décimo quarto, décimo quinto. Eu vou manter as OS da Prefeitura e as pessoas que lá estão trabalhando. Qual é o seu programa para a Prefeitura do Rio de Janeiro na área da saúde?

REVELLI v.10 n.2. Junho/2018. p. 62- 74 ISSN 1984 – 6576.

Dossiê Estudos de Linguagem e Interculturalidade.

MARCELO FREIXO: Olha, Índio, obrigado pela pergunta. Boa noite quem está em casa. Boa noite Ana Paula. Dizer que a saúde hoje é a preocupação central de mais da metade da população do Rio de Janeiro. Importante dizer que você que está em casa, que tem plano de saúde hoje, que precisa estar preocupado com isso também, porque amanhã você pode não ter esse plano de saúde (...)

Índio da Costa propõe, em sua pergunta, o tema “Saúde” a Marcelo Freixo, que desenvolve sua resposta, dirigindo-se em close ao público, falando da crise na saúde e expondo seu programa de governo. Na réplica, Índio da Costa volta a falar de seu programa e na tréplica Marcelo Freixo faz o mesmo, operando o discurso da promessa. Os candidatos não trocam acusações nem críticas a seus programas, consenso que foi sinalizado no momento em que Freixo introduziu sua fala por meio do indicador de conagraamento “obrigado pela pergunta”.

Por meio desse discurso do conagraamento, os candidatos puderam, por exemplo, desenvolver sua imagem de competência, demonstrando conhecimento dos problemas enfrentados pela população e sua solução. Tal expediente se realizou sem críticas oponentes e sem conseqüente luta discursiva.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Neste trabalho nos dedicamos ao estudo das estratégias discursivas mobilizadas pelos candidatos ao cargo de prefeito da Cidade do Rio de Janeiro. O debate político foi promovido pela TV Globo em setembro de 2016, às vésperas das eleições.

A partir da observação e análise dos dados, pudemos delinear um quadro que desvela um pouco do jogo de intencionalidades subjacentes à superfície do debate tal como é visto pelo grande público.

A análise do debate nos levou à identificação da relação entre o discurso da promessa e o discurso do conagraamento (COSTA, 2018, no prelo), de importância fundamental para a compreensão da dinâmica deste e de outros debates. São as ligações íntimas entre esses dois um ponto importante das nossas reflexões.

Alguns políticos, em tese competidores, articularam-se na preparação de uma zona ausente de ataques, propícia à defesa de si e do seu programa de governo. Livres, os candidatos puderam operar o discurso da promessa, falando direto ao eleitor dos benefícios que a ele oferecia.

Assim, discurso do congraçamento (discurso do acordo, da combinação, da camaradagem) foi operacionalizado por meio de perguntas direcionadas estrategicamente a um candidato que possuía propostas de governo semelhantes. A interlocução “apaziguada” era garantida por falas que se apoiavam mutuamente por meio de indicadores como, “concordo”, “você tem razão” num acordo em que cada um dispunha de espaço para elaboração discursiva de sua credibilidade, uma vez que naqueles minutos interrompiam-se as tensões naturais da situação de comunicação do debate político.

REFERÊNCIAS

- CHARAUDEAU, P. **La télévision. Les débats culturels**. “Apostrophes”, Paris, Didier Erudition, 1991.
- _____. **Identité sociale et identité discursive, le fondement de la compétence communicationnelle**. **Gragoatá**, nº 21 (jul./dez. 2006). Niterói: EdUFF, 2006a, p. 339-354.
- _____. O discurso político. In: EMEDIATO, W; MACHADO, I.L; MENEZES, W (Orgs.).
- Análise do discurso: gêneros, comunicação e sociedade**. Programa de Pós-graduação em Estudos linguísticos. Faculdade de Letras da UFMG, 2006b.
- _____. **Linguagem e discurso: modos de organização**. 2ª ed. São Paulo: Contexto, 2010.
- _____. **Discurso Político**. 2ª ed. São Paulo: Contexto, 2011.
- _____. El discurso y las situaciones de interlocución, **Revista Oralia** nº7, 2014, p.35-57., 2014.
- _____. **A conquista da opinião pública: como o discurso manipula as escolhas políticas**. São Paulo: Contexto, 2016.
- COSTA, W. O discurso do congraçamento no debate político-eleitoral e a construção do *ethos* de credibilidade. **PERcursos Linguísticos**, v. 8, nº 16 (2018). No prelo.
- CUNHA, G. X. Estudo da negociação de faces em debate eleitoral: o papel das relações retóricas. **Estudos Linguísticos**. São Paulo, 45 (3); p. 815 – 829, 2016
- MARQUES, M. A. Debate eleitoral português: presidencialização e estratégias de atenuação linguística em situação de confronto político. **Linha D’Água** (Online), São Paulo, v. 30, n.1, p. 9 – 33, jun. 2017.