

A SOLIDÃO COLLORIDA EM TRÊS ATOS:

O RETORNO DE UM POLÍTICO À CENA ¹

Rossana Viana Gaia ^(*)

Resumo: Este trabalho é um estudo preliminar que busca investigar questões conceituais da análise do discurso e do sub-campo comunicação e política, a partir dos desdobramentos de um enunciado (E1: Não me deixem só! Eu preciso de vocês!) proferido pelo ex-presidente Fernando Collor de Mello em 1992, antes do processo de impeachment, e que retornou ao cenário político em 2002 como candidato ao governo de Alagoas. Após a derrota ao governo alagoano, em 2002, Collor re-significa este primeiro enunciado (E2: Não vou deixar o povo alagoano só!) e em 2003 o dito é re-convocado pela mídia (E3: Me deixem só). Com base em referências teóricas da análise do discurso de linha francesa (AD) e do sub-campo comunicação e política, tentaremos mostrar como cada enunciado está diretamente ligado a um momento de produção específico, gerando sentidos particulares em cada situação investigada e podendo, mesmo quando se contradizem pelo acréscimo de negativas, encerrarem sentidos similares.

Palavras-chave: História, sentidos, político midiático

Introdução

O objetivo deste trabalho é articular questões conceituais da Análise do Discurso (AD), tomadas a partir da análise de um acontecimento discursivo e considerando o movimento da história em

¹ Este exercício reflexivo foi possível graças aos debates ocorridos na disciplina Semântica do Discurso (2003.2), no PPGLL/UFAL, sob coordenação da prof^a dr^a Maria do Socorro Oliveira. Além disso, aprofundamos parte das questões aqui abordadas com os colegas dos Seminários Avançados em AD (2003.2), coordenados pela prof^a dr^a Belmira Rita Magalhães e na disciplina Teorias da Análise do Discurso (2003.1), ministrada pela prof^a dr^a Virgínia Borges.

^(*) Professora do CEFET-AL, Mestre em Educação (UFPB), autora do livro *Educomunicação & Mídias* (EDUFAL, 2001), doutoranda no PPGLL/UFAL onde desenvolve pesquisa sobre o jornalismo alagoano no período eleitoral de 2002, sob orientação da prof^a dr^a Belmira Rita Magalhães. Contato: rogaia@uol.com.br.

torno das suas re-significações e sentidos, em momentos outros. O acontecimento histórico que possibilita o dito aqui investigado, em 1992, é a iminência da renúncia de Fernando Collor de Mello, eleito em 1989 como o primeiro presidente da fase democrática brasileira após o golpe militar de 1964.

A metáfora teatral sugerida a partir do título não ocorre à toa. Considerando a teoria do espetáculo² no campo político-midiático, vamos entender cada enunciado como um ato de cena política que busca o campo midiático para publicizar-se. Nesse sentido, nosso aporte teórico está centrado tanto nos teóricos que investigam as relações da comunicação com a política, quanto na AD. Nosso propósito é analisar um enunciado que marcou a fase de pré-renúncia do ex-presidente e que aqui chamaremos de primeiro ato. Trata-se do E1: “Não me deixem só! Eu preciso de vocês” (Veja, 1999, 114).

A solidão collorida volta ao cenário político com o seu dono, no segundo ato, no momento em que este perde as eleições de 2002 ao governo de Alagoas, quando disputou o cargo com o governador Ronaldo Lessa do Partido Socialista Brasileiro (PSB). O E2: “Não vou deixar o povo alagoano só”, dito pelo próprio Collor enquanto candidato derrotado, re-significa o sentido original. Mais recentemente, no que aqui vamos chamar do terceiro ato, o dito é retomado pela mídia, no E3: “Me deixem só”.

O que sustentamos é que longe de serem distintos, esses ditos nos remetem a um possível significado único: o receio da solidão detonada pela perda do poder político, através da derrota nas eleições e da ausência do clamor público. Além disso, cada momento encerra conjuntura própria que permite ao analista entender na articulação entre as pistas lingüísticas e a história, os sentidos próprios (e possíveis) para cada enunciado.

Antes contudo de introduzirmos a análise, gostaríamos de pensar sobre a relação entre linguagem e exterioridade. Para Orlandi (1993) essa relação é constitutiva, ou seja: quando o analista convoca

² Há ressalvas à teoria, como, por exemplo, a pretensão de entender espetáculo a partir dos fenômenos midiáticos, já que política espetacular pode ser entendida desde as pirâmides do Egito. Aos que se interessam pela questão, abordamos o problema em pesquisa recente (GAIA, 2003).

dados históricos não é por mero enfeite, mas porque o processo de significação é histórico. Para o analista é importante pensar a base material na qual o discurso é produzido, ou seja as condições de produção. Pensar nas condições de produção restritas implica perceber quem diz, o que diz, para quem diz, de onde diz (ou seja, seus posicionamentos ideológicos), como diz. Mas estas informações não bastam à análise, pois se torna relevante indicar as condições amplas, ou seja, a sociabilidade, o momento histórico, na/no qual o discurso foi construído.

Em estudo desenvolvido sobre os desdobramentos do enunciado “Lula Lá” na conjuntura política do Rio Grande do Sul, na década de 90, Mittman (1999, p. 272) destaca que cada vez que um enunciado volta à cena discursiva, recobre-se de novos sentidos, o que implica portanto considerar tanto a materialidade lingüística quanto as condições de produção que permitem o surgimento dos ditos. Destacamos particularmente que “o discurso não nasce da vontade repentina de um sujeito enunciador. O discurso tem uma memória, ou seja, ele nasce de um trabalho sobre outros discursos que ele repete, ou modifica”.

Deste modo, convém lembrarmos que dizemos o que está possibilitado pela sociabilidade na qual nos inscrevemos. Em outras palavras, a formação discursiva, conforme registrou Pêcheux (1998, p.160) é o que, numa formação ideológica dada (o que implica considerar posições dos sujeitos e conjuntura), determina o que pode e o que deve ser dito. Cada enunciado aqui analisado, portanto, se inscreve numa possibilidade de dito intimamente relacionado com o contexto no qual se insere.

Quando ressaltamos a questão do poder, nos baseamos em Thompson (1998, p. 21) que o define como “capacidade de agir para alcançar os próprios objetivos ou interesses, a capacidade de intervir no curso dos acontecimentos e em suas conseqüências. No exercício do poder, os indivíduos empregam os recursos que lhe são disponíveis”. O poder pode assumir distintas formas: poder econômico (recursos materiais e financeiros), poder político (expresso pela autoridade), poder simbólico (meios de comunicação), poder

coercitivo (são as forças físicas e armadas)³. Particularmente nesse estudo, não estamos preocupados em graduar os distintos níveis de poder, mas destacamos o poder simbólico, já que o ex-presidente, que é jornalista profissional e empresário de um conglomerado comunicacional representativo no nordeste brasileiro, detém um importante recurso (ou capital, para usarmos um termo corrente em Bourdieu quando analisa os bens simbólicos): a intimidade que acumulou, ao longo da vida, com a linguagem midiática⁴.

Primeiro ato. E1: “Não me deixem só! Eu preciso de vocês!”

Estamos em 1992, o então presidente do Brasil, Fernando Collor de Mello, acusado pelo irmão, Pedro Collor de Mello, por uma série de abusos de poder, na iminência de perder o cargo vai à televisão e transforma este dito, que integra parte de um pronunciamento oficial, em significativo acontecimento político e discursivo. Em edição especial que analisa as frases de maior impacto do Século XX, no item poder, a revista *Veja* insere este enunciado dentre os selecionados (Revista *Veja*, 22 dez. 1999), conforme verificamos na ilustração a seguir (Figura 1).

O pedido encerra em si mesmo uma leitura primeira possível: “Estão me deixando só”. O quem, silenciado, integra uma vasta representação social: os políticos da Câmara e do Senado, os membros do Judiciário, os antigos aliados... O complemento indica nova possibilidade implícita: “Vocês, meus eleitores, que me referendaram

³ Entendemos que Thompson refina a categorização de Althusser (1980) para Aparelhos Ideológicos do Estado, sendo uma leitura útil sobretudo aos analistas que trabalham com mídias.

⁴ É evidente que o poder econômico e o poder político também são significativos para o entendimento da história dos que, iguais a Collor, são empresários midiáticos, e encontram-se tão imbricados que se torna restritiva a categorização proposta por Thompson, servindo apenas como esquema. Nosso entendimento é de que não podemos desprezar teoricamente o tangenciamento dos campos político, simbólico, econômico. O que antecipamos é o seguinte: a comunicação sobrevive através da captura de audiência para vendê-la ao mundo da política (uma lógica que entende os consumidores no sentido de eleitorado).

neste cargo, devem demonstrar que estão do meu lado nesse momento em que preciso de uma demonstração de apoio”.

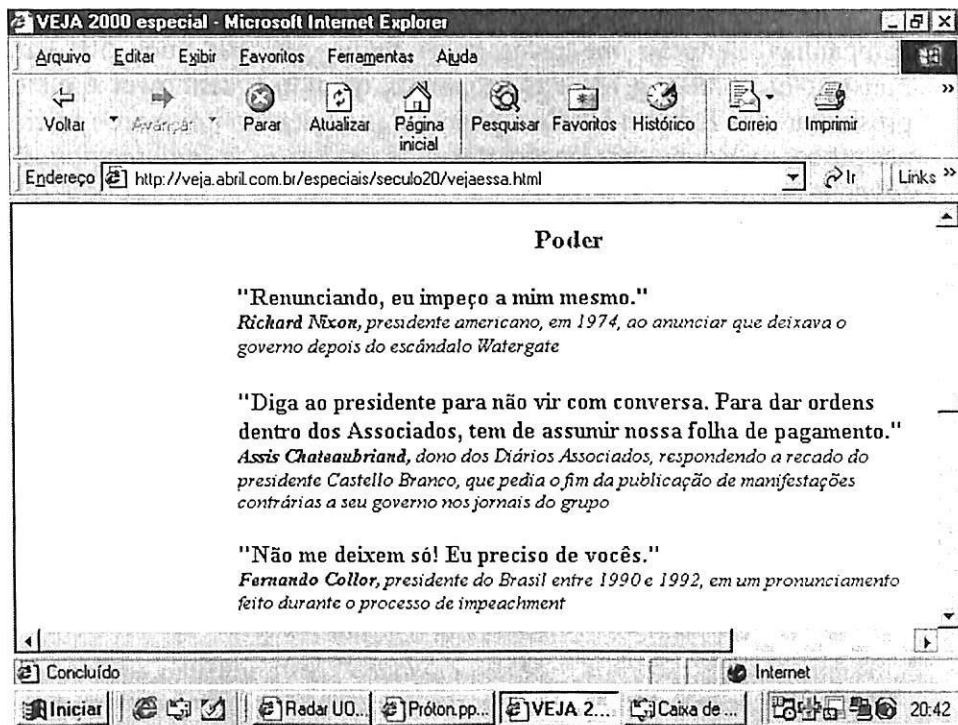


Figura 1

Quando surge no cenário político nacional, em 1987, Collor⁵ se marca e é marcado pela mídia como “o caçador de marajás”, um “furacão”, e se impõe, como lembra Rubim (1999, p. 76) como uma figura emblemática, “como primeiro político, em circuito nacional, que de modo intencional percebe e opera com a mídia na produção de sua

⁵ Collor tinha uma história anterior na ARENA e no PDS. Em 1979 foi indicado pela legenda como prefeito biônico de Maceió. O mandato terminou em 1982 e, no mesmo ano, Collor foi eleito deputado federal pelo PDS alagoano. Em 1985 votou em Paulo Maluf, contra Tancredo Neves, para a Presidência da República e em 1986 foi eleito governador de Alagoas, pelo PMDB, sendo empossado no dia 15 de março de 1987 (CONTI, 1999).

imagem política, adequa-se ao cenário social” e torna-se assim um “político midiático”⁶.

Podemos pensar nesse novo tipo de político a partir das campanhas eleitorais mediadas pelas mídias, já nos anos 50. Para Fausto Neto (2002, p.78) este momento, quando Eisenhower é eleito presidente dos Estados Unidos, pode ser considerado um marco inicial no processo de modernização das “*‘engenharias comunicacionais’ sobre a atividade política*”. No caso brasileiro, os pesquisadores que atuam no campo fronteiro entre comunicação e política são unânimes em afirmar que este marco se dá nas eleições presidenciais de 1989, a primeira eleição direta após o golpe militar de 1964.

Autores como De Lima (2001), criador da teoria do Cenário de Representação Política (CR-P)⁷, e Porto (1995), sustentam que a vitória de Collor sobre Lula, em 1989, foi beneficiada pelo cenário favorável criado pela Rede Globo de Televisão, no período anterior a junho de 1989. Nessa perspectiva, a mídia (sobretudo a televisão, pelo seu vasto poder de alcance) tem o poder de construir mapas cognitivos dos eleitores⁸.

⁶ Rubim lança a categoria “*político midiático*” neste trabalho aqui citado. Nossa intenção é detalhar a categoria, o que ensaiamos nesse momento e cujo cerne integra nossa reflexão para a tese doutoral que estamos desenvolvendo no PPGLL/UFAL.

⁷ De modo breve podemos afirmar que a teoria CR-P trabalha na mesma trilha da AD, uma vez que investiga os meios de comunicação a partir do contexto político-social no qual se insere. Nesse sentido, a teoria defende que a mídia ocupa espaço central na vida do homem contemporâneo, o que para Rubim (2000) se demonstra em seu aspecto tentacular, e se define o CR-P como “espaço específico de representação da política nas democracias representativas contemporâneas, constituindo e constituído, lugar e objeto da articulação hegemônica total, construído em processos de longo prazo, na mídia e pela mídia, sobretudo na e pela televisão [...]” (DE LIMA, 2001, p.182).

⁸ Consideramos que esta teoria tem problemas já que não possui respostas para um eleitorado que sinalize respostas diferentes e traz embutida a idéia de que a grande maioria do eleitorado tende a ser induzida a pensar pela lógica das mídias. De qualquer modo, ela tem sustentação neste caso particularmente, quando o empresário Roberto Marinho torna público o seu apoio ao candidato Collor (CONTI, 1999).

As principais particularidades da histórica eleição que foi classificada por alguns analistas como um clássico embate entre capital e trabalho⁹, segundo De Lima (2001, p.215) são as seguintes:

1. 'solteira', isto é realizou-se isolada de qualquer outra disputa eleitoral, majoritária ou proporcional, nos níveis regional e/ou local;
2. a primeira que permitiu o voto dos analfabetos (mais de 2/3 do eleitorado é analfabeto ou semi-analfabeto, de acordo com os dados de 1986 do Tribunal Superior Eleitoral – TSE/1986) e dos jovens entre 16 e 18 anos (cerca de 3,3 milhões ou pouco mais de 4%, TSE/89);
3. a primeira que se realizou em dois turnos, isto é, uma vez que nenhum dos candidatos alcançou maioria absoluta dos votos no primeiro escrutínio (15 de novembro), realizou-se um segundo escrutínio (17 de dezembro) entre os mais votados; e
4. a primeira que se deu num país “integrado” por uma moderna indústria cultural, na qual se destaca a televisão e o “virtual monopólio” da Rede Globo, detentora de uma média nacional de participação na audiência que oscila entre 60% e 84%, em qualquer dia da semana e em qualquer horário (Imprensa, nº 26).

Conforme se percebe no item 4 anterior, o pesquisador centra sua atenção na Rede Globo, já que trabalha com o aspecto de manipulação da notícia em sua teoria. Albuquerque (1998, p.11) é um dos críticos às análises com foco estratégico/manipulatório feitas por Venício de Lima, Antonio Fausto Neto e Albino Rubim:

O que se critica em todos estes trabalhos não é a falsidade do seu argumento: não se trata de contestar que a Globo manipulou estrategicamente [...]. O que se discute aqui é o fato de a crítica da cobertura da política se limitar apenas a fatores de cunho extra-jornalístico [...] sem considerar mais profundamente questões relativas ao próprio processo de produção da notícia.

Consideramos o argumento crítico de Albuquerque relevante, mas existem análises de Rubim que entendem Collor não como um joguete da mídia, mas como alguém íntimo das linguagens midiáticas

⁹ Cf. MAGALHÃES et al. (1997).

e capaz de utilizar informações favoravelmente. Esta crítica, ao que me parece, tem sido superada pelos teóricos citados ao longo dos anos. A saída de Collor do cenário político, dois anos após ser eleito, não é menos midiática do que o seu ingresso, daí selecionarmos um enunciado que tem retornado à cena discursiva contemporânea. Segundo ato. E2: “Não vou deixar o povo alagoano só!”

Este enunciado foi proferido em evento político-midiático do período pós-eleitoral de 2002 e mobilizou jornalistas de várias mídias, o que gerou um fato relevante nos jornais do dia seguinte. Trata-se de uma entrevista coletiva que o candidato derrotado ao governo, Fernando Collor de Mello (PRTB), concedeu após o resultado oficial da vitória do seu oponente, Ronaldo Lessa (PSB)¹⁰ e que foi manchete principal no jornal *Gazeta de Alagoas*, conforme a ilustração a seguir:



Figura 2

A memória discursiva permite fazermos cruzamento do E2 com a outra afirmação gerada em momento de crise política da recente da história brasileira, proferida pelo mesmo ator político em 1992,

¹⁰ Cf. edição nº 194 do jornal *Gazeta de Alagoas*, de 9 out. 2002.

antes de sofrer impeachment, o E1: “Não me deixem só!”. Naquele momento era Collor o solitário e ele transforma, pelo seu discurso, o povo alagoano num povo solitário, sendo agora a sua vez de dar apoio.

Isso está explícito na sua fala recortada para a primeira página e para a abertura (o lead) da notícia na página de política: “desta vez não sou eu a pedir que não me deixem só, agora sou eu que digo que não os deixarei sós”. A mesma frase volta a ser citada no fechamento da matéria: “Quero dizer que vocês não estarão sós. Estarei com vocês, em Alagoas, a cada segundo, minuto, hora e dia [...]”¹¹.

A repetição de elementos frasais em enunciados políticos (como ocorre acima no aspecto temporal: segundo, minuto, hora, dia) está diretamente relacionado com a persuasão — alternativa rotineira na linguagem publicitária —, apropriada pelo campo político na contemporaneidade. Ao estudar as técnicas de persuasão na propaganda eleitoral de Fernando Collor, Costa (2001, p.29) destaca que a repetição “é um recurso bastante explorado, à medida que proporciona ao receptor melhor compreensão e lembrança”.

Rubim (1999, p.71) tem observado, em seus estudos sistemáticos sobre mídia e eleições, que a decantada Idade Mídia traz a idéia de que o público para ganhar visibilidade precisa ocupar os espaços midiáticos. Nesse sentido, ser midiático na contemporaneidade “significa igualmente ser imagem visual, sempre reproduzida tecnicamente”. No caso de Collor, este autor o situa como “figura emblemática”, já que foi o primeiro político, em circuito nacional, a trabalhar com sua imagem política e adequada ao cenário social (RUBIM, 1999, p.76). Consideramos Collor um político midiático¹² por ser um tipo de político plenamente adaptado aos

¹¹ Percebe-se aqui também uma estratégia comum da retórica publicitária. A afirmativa “cada segundo, minuto, hora e dia” tem a função de reforçar o dito. Lasswell é o mais importante teórico no campo das pesquisas sobre propaganda, política e meios de comunicação, tendo iniciado suas pesquisas nas análises de técnicas utilizadas na primeira guerra. Para este autor “a propaganda constitui o único meio de suscitar a adesão das massas [...]. Pode ser utilizada tanto para bons como para maus fins” (Mattelart, 1999, p.37).

¹² A autora decidiu categorizar este tipo de político ambientado nessa nova rede societária, já que percebeu uma lacuna na produção teórica da área. Existe a citação, em produções teóricas atuais, desse “novo jeito” de fazer política,

tempos da nova política, sendo capaz de dominar as linguagens específicas de cada meio de comunicação.

Um político midiático identifica os espaços possíveis de serem ocupados e monta essa visibilidade a partir da construção de uma imagem, possível apenas por ser enquadrada no que se convencionou chamar de noticiabilidade, ou seja, os principais critérios que formam um conjunto de valores da notícia (“*news values*”): a notoriedade, o conflito e a proximidade geográfica. Em outras palavras: é notícia tudo o que for interessante, significativo e relevante para um grande conjunto de pessoas. Para Wolf (1999, 160) a noticiabilidade “é constituída pelo conjunto de requisitos que se exigem dos acontecimentos [...] para adquirirem a existência pública de notícias”, ou seja, é a definição dos fatos cotidianos tidos como importantes, tanto na perspectiva das mídias quanto na perspectiva dos jornalistas¹³.

O questionamento sobre esses valores é importante porque nas regras do capitalismo convém destacar que os meios de comunicação atendem a interesses hegemônicos. Como observa Cavalcante (1999, p. 161):

(As mídias) falam da violência, da miséria, do desemprego, falam até dos governos corruptos, mas silenciam sobre a origem dos fenômenos, ocultam a lógica do seu aparecimento. Essa é uma forma que a ideologia encontra para desconstruir o diferente, homogeneizando-o. Desconstruindo-se o diferente, mistifica-se o discurso dominante, mascarando a realidade, controlando/apagando as manifestações de conflitos que se originam na heterogeneidade social.

Lembramos deste importante detalhe porque enquanto a “Gazeta de Alagoas” retoma o enunciado original a partir da fala do

mas não a sua definição. Rubim chega a nomear, como foi demonstrado, mas não especifica. Em estudos mais recentes, como o realizado por Melo (2003,15), Collor é categorizado como “tipo específico” de político, o que ainda consideramos inconsistente para entendimento do fenômeno.

¹³ Esta é uma questão (a do sujeito no jornalismo) sobre a qual não nos deteremos, neste momento, mas que planejamos aprofundar em estudo futuro.

seu proprietário, silencia sobre todas as questões advindas do enunciado original, ou seja, sobre o processo do impeachment..¹⁴

Terceiro ato. E3: “Me deixem só”¹⁵

Dos três enunciados analisados, este é o único a não ser proferido pelo próprio Fernando Collor. A ilustração abaixo integra a coluna Portal da Revista *Época* nº 288:



Figura 3

A partir das mídias modernas, como registra Baronas (2003), temos uma re-configuração dos princípios do saber político clássico. A mais relevante pode ser indicada como o embaralhamento entre

¹⁴ No estudo doutoral que realizamos, verificamos que este enunciado foi preterido no processo de edição do jornal concorrente à Gazeta (O Jornal), neste mesmo dia. Contudo, foram inseridas todas as questões relativas ao impeachment e ao Dossiê Cayman, assuntos silenciados na empresa do ex-presidente. Os dois jornais deram à coletiva convocada por Fernando Collor o mesmo destaque no dia, classificando-a como a manchete principal do jornal e a manchete da página de política. Os dois jornais também publicaram fotos horizontais de Collor na primeira página e garantiram uma página inteira para o assunto, na parte interna, ilustrada com foto vertical. Os sentidos convocados, contudo, são inteiramente diversos, o que analisaremos na tese.

¹⁵ Cf. Revista *Veja* n. 49, 10 de dezembro de 2003.

público e privado. A figura política de Collor, no caso da política brasileira contemporânea, pode ser percebida como o mais exemplar registro dessa atitude político-midiática. Vê-se na legenda que se sobrepõe à foto o seguinte: “Elle” Sem aliança”.

Ainda quando ocupava o cargo de presidente, Collor apareceu numa solenidade sem a aliança, o que gerou todo um debate nas mídias sobre o possível fim do seu casamento, portanto mais um acontecimento discursivo, tomando por base as fotos do evento, sobre uma crise no seu relacionamento com Rosane Collor. Ao investigar esta questão, Rubim (1999, p.41) observa que “[...] a crise da gestão pública aparece como crise conjugal. Collor, ao bom estilo populista, agora tecnologicamente modernizado pela mídia, fala de maneira personalista e aparentemente sem intermediários [...]”. Para garantir esta proximidade com seu público/eleitorado, Collor vai abusar de palavras que garantam intimidade discursiva, tais como “minha gente” e “Casa da Dinda”.

O E-3 (Me deixem só) é um pretexto para retomar o assunto entre público e privado. Vejamos o conteúdo da nota assinada pelo jornalista Thomas Traumann (2003,p.8):

Fernando Collor de Mello, que escreve atualmente seu livro de memórias, está vivendo sozinho no casarão em que mora no bairro do Morumbi, em São Paulo. Ele está separado de Rosane, que se mudou para Maceió. Os amigos dizem que, por enquanto, não há perspectiva de reconciliação.

Nota-se que embora o título (E3: Me deixem só) da nota pluralize o novo apelo collorido, a solidão buscada, segundo indica o texto, teria uma única pessoa como referente: Rosane Collor. Note-se que o “reivindicante” da solidão está sem cargo público desde 1992, quando sofreu processo de impeachment e renunciou ao cargo máximo do País, mas continua a demonstrar interesse em novos embates eleitorais o que, em tese, desmonta aquele desejo de solidão proclamado pelo texto jornalístico.

Ao mesmo tempo, antes de fechar a cortina desse terceiro ato, Collor é entrevistado (no mesmo período da publicação da nota) no programa Superpop, apresentado pela modelo Luciana Gimenez. Um trecho da sua entrevista é reproduzido na revista *Veja* (2003, p.38), mais precisamente na coluna “Veja essa”. Ao comentar o período do

auge da crise política que resultou em sua renúncia e cassação, o ex-presidente diz que pensou “em dar cabo da própria vida”. Na platéia, Rosane Collor o acompanha...

Na mesma edição de *Veja* uma outra coluna publica foto do ex-presidente sorrindo e com o seguinte título: “Reforma na Casa da Dinda”. Segundo a revista, o local voltará a ser sua residência oficial em Brasília, já que estava abandonada nos últimos anos.



Figura 4¹⁶

No mesmo período, ocorre exibição, no programa “Passando a limpo”¹⁷, apresentado pelo jornalista Boris Casoy, na Rede Record, de

¹⁶ Não podemos deixar de notar a força do discurso religioso no texto da capa. Tanto no título (O Evangelho segundo São...) quanto na foto que mostra Collor com as duas mãos unidas, em forma de oração, são convocados elementos da religiosidade católica, de forte apelo na sociabilidade brasileira.

reprise da entrevista feita com o ex-presidente. Collor também é capa da revista *Isto É Dinheiro*, na mesma época, conforme ilustração na página anterior (figura 4):

Todas essas aparições públicas, no espaço midiático, indicam um novo movimento do político, no sentido de marcar espaço na nova configuração da política brasileira, uma década após sofrer impedimento político.

Quando investiga as re-configurações do campo político no cenário midiático moderno, Baronas (2003, p. 190) observa o deslizamento que ocorre em termos discursivos, o que termina por gerar “a não-identificação entre autoridade pessoal privada e o poder impessoal público do governante”. No entendimento deste autor, a prisão dos movimentos, gestos ou olhares do político termina por gerar um processo de espetacularização/slongarização dos fatos políticos, já que o homem público está dentro dos estreitos limites do tripé olhar-leitor-mercado.

A vigilância da mídia, acrescenta Baronas (2003, p.191) envolve desde o “gosto literário, culinário, passando pelas preferências sexuais, às falas. [...] O que era privado torna-se público [...]”. No caso de Collor, houve contudo uma exacerbação dessa lógica, já que se verificava uma tensão permanente entre política e mídias. Se de início (podemos situar entre meados dos anos 80, quando Collor assume o governo alagoano até 1991, seu primeiro ano no Executivo Federal) tal receita estava favorável aos objetivos colloridos, aos poucos a superexposição faz com que o eixo midiático se sobreponha ao político, o que termina por gerar um desequilíbrio, já que faltam o suporte e a legitimidade do campo político (RUBIM, 1999).

Fim do terceiro ato.

¹⁷ A entrevista, realizada no primeiro semestre de 2003, foi re-exibida no dia 6 de dezembro do mesmo ano.

Conclusões possíveis

Adotar o ponto de vista da AD, conforme registra Gregolin (2003) significa “focalizar os acontecimentos discursivos a partir do pressuposto de que há um real da língua e um real da história”, sendo trabalho do analista fazer a relação entre essas duas esferas, uma vez que o sentido se opera justamente neste entremeio, na relação do homem com a língua e com a história. Desde o clássico estudo *Estrutura ou acontecimento*, de Pêcheux (1990), é possível vislumbrar certas transformações ocorridas na política tendo a mídia como eixo importante.

Embora Gregolin (2003) acompanhe teóricos que percebem a transformação da política operada pela mídia, entendo que passadas décadas de estudos sistemáticos na área de AD, bem como na área fronteira da comunicação com a política¹⁸, é possível entender que esta transformação não ocorre pela sobreposição do campo das mídias ao político, mas como consequência de uma mudança na sociabilidade.

Vamos retomar, portanto, os três eventos discursivos convocados anteriormente, de modo nos posicionarmos com a idéia de que a origem ideológica dos mesmos se encontra em similar interdiscurso, ou seja, na idéia de que Collor, desde seu início político como prefeito biônico de Maceió, ainda na década de 70, estruturou sua discursividade em torno da lógica “Eu (Collor) X povo”. Está excluída desta lógica, portanto, partidos políticos (ainda que seja o campo político que o legitima) e qualquer outro tipo de organização social. Quando enuncia um pedido (E1): “Não me deixem só”, é para o povo que se dirige. O que está implícito, portanto, são os descamisados que o elegeram, já que as outras instituições e sujeitos com representações do poder o haviam abandonado. Mas ao povo havia uma impossibilidade da resposta positiva que Collor clamava, porque como observa Cavalcanti (2002, 141), embora o discurso do

¹⁸ Falamos aqui especificamente da produção brasileira. A AD, como sabemos, passa a ser demarcada enquanto campo a partir do final da década de 60, na França. Já as pesquisas fundantes do campo comunicação e política, conforme registram os estudiosos da área, podem ser remontadas entre as décadas de 20 e 30 do século XX, nos Estados Unidos (RUBIM, 2000).

ex-presidente fosse direcionado aos descamisados (forma como se referia aos pobres), seus reais interlocutores “eram os grandes empresários por quem podia ser compreendido”. Como encontrar uma ligação onde só havia distanciamento?

Anos depois enuncia com uma força que não demonstrara anteriormente uma possível frase de consolo (E2): “Não deixarei o povo alagoano só”. Neste momento, Collor convoca uma vez mais os pobres, o povo, os descamisados e mantém na periferia discursiva os partidos políticos, as organizações sociais e outras alianças possíveis que lhe garantiram a indicação de candidato ao governo. Sustentamos, portanto, que os enunciados se estruturam no mesmo lugar discursivo. Mesmo no enunciado que não é proferido por Collor (E3: Me deixem só!) pode-se ler implicitamente que, perdidas as eleições, Collor foi deixado só pelo povo e o pedido clamado é apenas um balão de ensaio que oculta a solidão recorrente.

No último enunciado estudado, note-se que há um ensaio de retorno à política da vida privada ao cenário discursivo. Courtine (2003, p.24) destaca que ocorre na Europa e nos Estados Unidos, a partir dos anos 50 e com ênfase na contemporaneidade, o fenômeno de ênfase à divulgação da política da vida privada e, acrescentamos, da vida privada da política, já que inclui elementos da vida ordinária e nas banalidades cotidianas. Uma aliança retirada do dedo, por exemplo, torna-se evento discursivo tal qual detectamos no último enunciado deste estudo. O que há de comum entre os demais enunciados e o terceiro? Em nossa ótica, a aliança pode servir como uma metáfora para o problema crucial dos anteriores: não há acordo possível com o povo, com os partidos ou com setores organizados da sociedade, rompe-se novamente uma aliança possível.

O único resultado consistente, mas que não garante a aliança do político com o povo, este na capacidade midiática que Collor tem demonstrado com o passar dos anos. Entendemos o político como midiático quando atende a algumas exigências dos dois campos, tais como: entender os mecanismos de funcionamento dos distintos meios de comunicação (nos detemos aqui nos que garantem maior alcance e maior prestígio: jornal impresso, rádio, televisão); ser capaz de calcular notícias do campo político que possam ser de interesse dos distintos meios, imprimir frases de impacto em seus argumentos; entender que no rádio e na tv, o tempo é curto, assim adequar

argumentos aos segundos ou minutos disponíveis, estratégia que evita cortes na edição ou entendimentos dúbios sobre o que é dito.

Percebe-se que este político-jornalista, tal qual foi o seu pai Arnon de Mello¹⁹, compreende os detalhes da notícia, independentemente da mídia em que for veiculada, sendo capaz de identificar os mecanismos noticiosos (GABRIELA 1994, p.54). Contudo, nenhuma dessas capacidades midiáticas de Collor garantiu o sucesso eleitoral almejado em 2002, o que nos faz afirmar que o campo político tem seus próprios mecanismos que se impõem ao campo midiático e este, por sua vez, utiliza artifícios que repercutem no campo político. A relação entre ambos é tensa, porém é difícil comprovar que há sobreposição de um sobre o outro.

No caso de Collor, o fato de ter sido presidente do Brasil, bem como todo o contexto que envolveu sua renúncia ao cargo em 1992, transformam-se, potencialmente, em fatores com forte apelo de noticiabilidade na campanha eleitoral de 2002, quando candidatou-se ao cargo de governador.

Referências

ALBUQUERQUE, Afonso de. Manipulação editorial e produção da notícia: dois paradigmas da análise da cobertura jornalística da política. In: RUBIM, Albino; BENTZ, Ione Maria G. e PINTO, Milton José (Orgs.). 2. ed. São Paulo: Vozes/Compós, 1998.

ALTHUSSER, Louis. *Ideologia e Aparelhos Ideológicos do Estado*. 3. ed. Lisboa: Editorial Presença, 1980.

BARONAS, Roberto. Da espetacularização à slongarização do político. *Revista ANPOLL*. São Paulo: FFLCH/USP, n. 14, p. 189-203, jan./jun. 2003.

¹⁹ Em estudo recente realizado pela autora, já se verificara uma atitude similar por parte do pai de Collor, Arnon de Mello que inclusive ousou em sua campanha ao governo, orientada por técnicas usuais da propaganda norte-americana. Uma das principais peças de sua campanha foi um gíbi, no qual era contada a vida do candidato (GAIA, 2003).

CAVALCANTE, Maria do Socorro A. de O. *Implícitos e silenciamentos como pistas ideológicas*. *Revista Leitura* (Análise do Discurso). Maceió: Edufal, n. 23, p. 149-163, 1999.

CAVALCANTE, Maria do Socorro A. de O. *Ensino de qualidade e cidadania nos parâmetros curriculares nacionais: o simulacro de um discurso modernizador*. Tese de Doutorado em Lingüística. Maceió: PPGL/UFAL, 2002.

CONTI, Mario Sergio. *Notícias do planalto: a imprensa e Fernando Collor*. São Paulo: Companhia das Letras, 1999.

COSTA, Ricardo. *Fernando Affonso Collor de Melo: técnicas de persuasão na propaganda eleitoral (1989)*. Dissertação de mestrado. Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social. São Paulo: Universidade Metodista de São Paulo (UMESP), 2001.

COURTINE, Jean-Jacques. Os deslizamentos do espetáculo político. In: GREGOLIN, Maria do Rosário (Org.). *Discurso e mídia: a cultura do espetáculo*. São Carlos: Claraluz, 2003, p. 21-34.

DE LIMA, Venício A. *Mídia: teoria e política*. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2001.

FAUSTO NETO, Antonio. Os discursos midiáticos como “sistema leitor” dos discursos políticos: caminhos e perspectivas da investigação. *Líbero*, revista semestral. São Paulo: Gráfica Eskenazi, ano V, v. 5, n 9-10, 2002, p. 76-85.

GABRIELA, Marília. *Cara a cara: entrevistas políticas com Marília Gabriela*. São Paulo: Siciliano, 1994.

GAIA, Rossana. *O triunfo profissional através da reportagem*. In: MARQUES DE MELO (org.); GAIA, Rossana e LOPES, Boanerges. Arnon de Mello, o repórter que virou empresário. Projeto 200 anos de Imprensa Brasileira. *Revista Imprensa*. São Paulo: Imprensa editorial, Ano 16, n. 182, jun. 2003.

GAIA, Rossana Viana. *Comunicação e política: elementos para uma reflexão sobre ética no jornalismo*. Pesquisa apresentada no Núcleo de Pesquisa de Jornalismo do INTERCOM. CD-ROM Anais do XXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Belo Horizonte: INTERCOM, 2 a 6 de setembro de 2003.

GREGOLIN, Maria do Rosário Valencise (Org.). Apresentação: A mídia e a espetacularização da cultura. In: *Discurso e mídia: a cultura do espetáculo*. São Carlos: Claraluz, 2003, p. 9-17.

JORNAL GAZETA DE ALAGOAS. Primeira página e página A-3 (política), nº 194, ano LXVIII. Maceió: Gráfica Gazeta, 9 de outubro de 2002.

MAGALHÃES, Belmira Rita da Costa et alli. *Da linguagem ao poder: os discursos de Collor e Lula nas eleições presidenciais de 1989*. Maceió: Edufal, 1997.

MATTELART, Armand e Michèle. *História das teorias da comunicação*. Tradução de Luiz Paulo Rouanet. São Paulo: Loyola, 1999.

MELO, Carlos Alberto Furtado. *Collor: fortuna sem virtù. A ascensão e queda de um medalhão*. Tese de doutorado em Ciências Sociais. São Paulo: Pontifícia Universidade Católica, 2003.

MITTMANN, Solange. Nem lá, nem aqui: o percurso de um enunciado. INDURSKY, Freda e FERREIRA, Maria Cristina Leandro (Orgs.). *Revista Ensaio* 12. Porto Alegre: SagraLuzzato, p. 271-277, 1999.

O JORNAL. Primeira página e página A-5 (Eleições 2002), nº 34, ano IX. Maceió: Empresa editora O jornal Ltda, 9 out. 2002.

ORLANDI, Eni P. *Discurso e leitura*. São Paulo: Cortez; Campinas: Ed. da Unicamp, 1993.

PÊCHEUX, Michel. *Semântica e discurso: uma crítica à afirmação do óbvio*. Campinas: Unicamp, 1988.

PÊCHEUX, Michel. *O discurso: estrutura ou acontecimento*. Campinas: Pontes, 1990.

PORTO, Mauro. Telenovelas e política: o CR-P da eleição presidencial brasileira de 1994. *Comunicação e política*, v. 1, n. 3, abril/julho 1995.

REVISTA ISTOÉ Dinheiro. Edição 322. Capa: *O confisco segundo Collor*. São Paulo: Editora Três, 29 out. 2003.

REVISTA VEJA. Século 20. Edição 1.629, Ano 32, n. 51. São Paulo: Abril, 22 dez. 1999.

REVISTA VEJA. Edição 1.832, Ano 36, n. 49. Colunas “Holofote” e “Veja Essa”. São Paulo: Abril, 22 dez. 1999.

RUBIM, Antonio Albino Canelas. *Mídia e política no Brasil*. João Pessoa: Editora Universitária UFPB, 1999.

RUBIM, Antonio Albino Canelas. *Comunicação & política*. São Paulo: Hacker Editores, 2000.

RUBIM, Antonio Albino Canelas. *Espetacularização ou midiaticização da política*. Artigo apresentado no Painel “Mídia e política: do espetáculo às redes”. CD-ROM Anais do XXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Belo Horizonte: INTERCOM/ PUC Minas, 2 a 6 de setembro de 2003.

THOMPSON, John B. *A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia*. Tradução de Wagner de Oliveira Brandão e revisão da tradução de Leonardo Avritzer. Petrópolis: Vozes, 1998.

TRAUMANN, Thomas. Collor: Me deixem só. REVISTA ÉPOCA, n. 288. Coluna Portal. São Paulo: Editora Globo, 24 nov.2003. p. 8