

## A AFETIVIDADE NO DISCURSO POLÍTICO

Anna Maria Martins SOUZA<sup>1</sup>

Micheline Mattedi TOMAZI<sup>2</sup>

Mário Acrísio ALVES JUNIOR<sup>3</sup>

**Resumo:** Este artigo examina os discursos dos candidatos à presidência da República, Aécio Neves (PSDB) e Dilma Rousseff (PT), extraídos do primeiro bloco de um debate eleitoral, apresentado em outubro de 2014 pela Rede Globo. Focalizamos, nestes discursos, a maneira como certas estruturas e estratégias podem determinar ações, pensamentos e sentimentos de seus potenciais eleitores. Para isso, recorreremos aos trabalhos de Bolívar (2003, 2006, 2015), que propõe algumas tipologias de afetividade, linguisticamente marcadas. Os resultados indicam que os candidatos se preocuparam mais em desconstruir a imagem do outro do que atribuir algo positivo a si mesmos, caracterizando o fenômeno da polarização discursiva.

**Palavras-Chave:** Discurso. Afetividade. Debate eleitoral. Polarização discursiva.

**Abstract:** *This article examines the discourses of the presidential candidates, Aécio Neves (PSDB) and Dilma Rouseff (PT), extracted from the first part of an electoral debate, presented in October 2014 by RedeGlobo. Our focus was on the way certain structures and strategies may determine actions, thoughts and feelings of potential electors. For this end, we drew upon the works of Bolívar (2003, 2006, 2015), who proposes some linguistically marked types of affectivity. The results indicate that the candidates were more concerned in deconstructing their opponent's image than in attributing something positive to themselves, characterizing the typical phenomenon of discursive polarization.*

**Keywords:** *Discourse. Affectivity. Electoral debate. Discursive Polarization.*

---

<sup>1</sup>Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Estudos Linguísticos da Universidade Federal do Espírito Santo (UFES) e membro do Grupo de Estudos sobre Discurso Midiático (GEDIM/UFES), Vitória, Espírito Santo, Brasil, annamaria\_ms@hotmail.com.

<sup>2</sup>Professora do Programa de Pós-Graduação em Linguística – Mestrado e Doutorado em Estudos Linguísticos – na Universidade Federal do Espírito Santo (PPGEL/UFES). Pós-doutoranda pela Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG), doutorado em Estudos em Estudos Linguísticos pela Universidade Federal Fluminense (UFF) e Mestrado pela PUC-MG. Membro do GT em Linguística e Análise da Conversação da ANPOLL, da Associação Latino-Americana de Estudos do Discurso (ALED) e líder do Grupo de Estudos sobre Discurso Midiático (GEDIM/UFES), Vitória, Espírito Santo, Brasil, michelinetomazi@gmail.com.

<sup>3</sup>Bolsista CAPES/FAPES de Pós-Doutoramento pelo Programa de Pós-Graduação em Estudos Linguísticos da Universidade Federal do Espírito Santo (UFES) e membro do Grupo de Estudos sobre Discurso Midiático (GEDIM/UFES), Vitória, Espírito Santo, Brasil, marioalwes@hotmail.com.

## Considerações iniciais

O discurso político, assim como os discursos produzidos em outras esferas sociais, é caracterizado pela expressão da subjetividade que, explícita ou implicitamente, numa atitude de maior ou menor engajamento, pode não apenas denunciar a presença de um enunciador – ator político, mas também revelar as intenções submersas em seu projeto de fala, ao se dirigir a um público alvo ideal – cidadãos eleitores, no caso da esfera política. A cena política, no entanto, se distingue das demais esferas por servir a uma expectativa de poder, o que, por conseguinte, envolve o domínio do controle social pelo discurso.

A fim de acentuar o poder de influência do discurso político, concretizado linguisticamente por meio de estratégias discursivas diversas, muitos analistas do discurso têm atribuído relevante atenção ao que podemos considerar como novas perspectivas nos estudos sobre argumentação (nova retórica) ou ao fenômeno do *ethos* discursivo. Para o presente trabalho, porém, julgamos mais apropriada uma abordagem crítica do discurso, apoiando-nos, pois, nos estudos sobre afetividade discursiva desenvolvidos por Bolívar (2003, 2006, 2015).

Em suma, pretendemos, neste trabalho, examinar como as seleções de certas estruturas discursivas manifestam afetividades. Para tanto, tomamos como objeto de análise o primeiro bloco do último debate do segundo turno das últimas eleições presidenciais, exibido pela Rede Globo no dia 24 de outubro de 2014. Observaremos os discursos dos dois candidatos à presidência – Dilma Rousseff, representante do Partido dos Trabalhadores (PT); e Aécio Neves, membro do Partido Social da Democracia Brasileira (PSDB) –, a fim de verificar quais estratégias afetivas são utilizadas por ambos os participantes. Para o desenvolvimento deste artigo, partimos da hipótese de que ambos os candidatos empregam, em seus turnos de fala, estruturas discursivas polarizadas que buscam promover não só a persuasão, mas a manipulação discursiva, uma vez que procuram despertar nos eleitores sentimentos negativos a respeito do oponente.

O artigo se divide, além desta introdução, em seis etapas, sendo que: as quatro primeiras competem, respectivamente, à fundamentação teórica sobre a Análise Crítica do Discurso; à polarização presente no discurso; às afetividades no bojo dos estudos sobre emoções no discurso; e às estratégias linguísticas de gerenciamento da afetividade; na etapa seguinte, apresentamos a proposta de análise quali-interpretativa do bloco do debate eleitoral em apreço; e, por fim, na última seção, tecemos algumas considerações finais.

## A análise crítica do discurso

A análise crítica do Discurso (ACD) é um conjunto de práticas acadêmicas que tem por finalidade estudar o papel da linguagem e da interação social, visando a desvendar formas de manipulação do discurso e do acesso praticado pelos atores sociais que dispõem de um capital simbólico, ou seja, aqueles que possuem maior relevância na persuasão discursiva. Essas formas de manutenção linguística são feitas, sobretudo, por meio da cognição e visam ao controle social, a fim de defender os interesses de um grupo muito restrito. Por essa razão, Bolívar (2003) afirma que a ACD contribui com uma relevante função social, ao revelar formas de abuso de poder:

[...] O maior compromisso é com a sociedade em que vivemos, para desenvolver a investigação e melhorar a academia [...] para manter os valores fundamentais da condição humana, a liberdade de pensamento, a pluralidade, a democracia, a tolerância e a paz. Se partimos do pressuposto de que a linguagem tem um papel central na construção de “realidades”, estamos obrigados a averiguar de que maneira pode-se descrever melhor o sistema linguístico e também, explicar como que esse sistema é usado na prática por aqueles que falam e escrevem em contextos específicos, com propósitos particulares, nos quais as relações de poder e os valores culturais tem muito a ver<sup>4</sup> (BOLÍVAR, 2003, p. 10-11).<sup>5</sup>

Portanto, a pergunta que se faz é: “Onde reside o compromisso? Justamente, como acadêmicos, devemos chamar a atenção sobre o processo de construção (e desconstrução) de realidades com a palavra” (BOLÍVAR, 2003, p. 22).

A partir de considerações como estas, a ACD surgiu para contemplar aquilo que o diálogo entre semântica, sintaxe e pragmática pode proporcionar de um ponto de vista mais abrangente, por levar em conta o discurso como prática social. Todavia, é importante atentarmos para o fato de que nem todos os enfoques da ADC estão voltados para a crítica e nem tampouco para a linguística. O que se observa é que todos os analistas do discurso tendem a respeitar o princípio da linguagem enquanto prática social, mutável ao contexto em

---

<sup>4</sup> Todas as traduções deste artigo são de inteira responsabilidade dos autores.

<sup>5</sup>[...] el mayor compromiso es con la sociedad en que vivimos, para desarrollar la investigación y mejorarla academia [...] para mantener los valores fundamentales de la condición humana, la libertad de pensamiento, la pluralidad, la democracia, la tolerancia y la paz. Si partimos del supuesto de que el lenguaje tiene un papel central en la construcción de “realidades”, estamos obligados a averiguar de qué manera se puede describir mejor el sistema lingüístico y, también, a explicar cómo este sistema es usado en la práctica por los que hablan y escriben en contextos específicos, con propósitos particulares, en los que las relaciones de poder y los valores culturales tienen mucho que ver (BOLÍVAR, 2003, p. 10-11).

que se insere. Para essa afirmação, Bolívar (2003, p. 12-13) nos elenca algumas considerações sobre os princípios que regem a ACD, a saber:

- O discurso é social, pois as palavras e os significados se constroem por meio da interação social e sofrem alterações conforme o lugar, o como e com quem se fala;
- O discurso é um conhecimento, pois as relações de trocas discursivas se dão por meio da experiência de mundo que possuímos acerca do que as pessoas sabem, do que dizem que sabem e de como assimilam o saber do outro. Sendo assim, o discurso está, também, ligado à forma como as pessoas percebem e interpretam o mundo e aos processos cognitivos que influenciam a construção e a compreensão dos significados discursivos;
- O discurso é histórico, na medida em que é por meio da história que se podem explicar as mudanças sociais, políticas e culturais, pois ela dá conta de revelar as forças que dão forma ao pensamento e ao conhecimento. Também é necessário pôr os olhos na história para entender como estão entrelaçadas as redes de conexões intertextuais estabelecidas na interação social em momentos diferentes;
- O discurso é diálogo, pois tanto a fala como a escrita são atos sociais, de modo que, falamos, lemos e escrevemos sempre para alguém. Cabe, portanto, ao controlador do discurso selecionar as possibilidades de acesso às informações que o interlocutor terá ou não, durante o diálogo.

Como visto, o estudo do discurso se dá de formas variadas e, por isso, não é possível tratá-lo como objeto homogêneo. Isso implica que, em primeiro lugar, os interessados em analisar o discurso devem dar maior atenção ao contexto no qual ele foi produzido e, também, aos processos de produção, de compreensão, de circulação e, principalmente, de manipulação a que foram submetidos, pois só assim poderão realizar afirmações acerca das estruturas que caracterizam a língua. Ademais, um analista não pode ignorar as formas de produção discursiva, bem como o léxico, gramática, pragmática, retórica, estilística, pois cada um desses níveis de análise aponta para uma evidência chave, capaz de explicar tanto os conteúdos que o discurso oferece como, também, as relações que se dão entre os participantes, por meio da interação social, além de buscar explicações e propor ações que contribuam para melhorar a sociedade em que vivemos.

O que compõe o quadro mais amplo da ACD são as concepções de discurso como prática social, juntamente com outras noções fundamentais, como a interação social, poder, acesso, controle, história, cognição, ação, diálogo e ideologias, e, assim, em outras palavras, podemos defini-la como um conjunto de “disciplinas que, fundamentalmente, se ocupa em

analisar, sejam estas opacas ou transparentes, as relações de dominação, discriminação, poder e controle, tal como se manifestam através da linguagem” (WODAK, 2003, p.119).<sup>6</sup> Desse modo, os estudos voltados para essa área possuem natureza multidisciplinar e nos permitem obter as noções que cercam as formas como o discurso modela a sociedade e a inverte; além de permitir reconhecer como as relações sociais são moldadas pelo discurso. No âmbito político, essas noções nos dão base para analisar as ações discursivas de cada ator social, no sentido de que cada um deles representa um dado partido e de que, ao produzir seu discurso, o político desconstrói as ideologias do oponente ao mesmo tempo em que constrói as que deseja instituir.

### **A polarização nos discursos**

O item anterior nos revela que os discursos, principalmente os políticos, são construídos por meio da interação, a partir das relações sociais que são fundamentais para os momentos de mudança social e política, porque buscam legitimar o ideal de uma elite simbólica e, assim, manipular aqueles que não pertencem ao seu grupo. Por isso, Bolívar (2010) afirma que o discurso não é somente uma representação de mundo, mas, fundamentalmente, uma prática social, ao passo que não se podem ignorar os tipos de estratégias adotadas para a construção das relações de controle social e de identidade.

Essas estratégias são movidas com o intuito de veicular a ideologia de grupos e são justamente nesses pontos que as disputas ideológicas ocorrem. Segundo Van Dijk (2012), as ideologias possuem uma estrutura polarizada que reflete a competição e o conflito entre membros do grupo e a categorização em intragrupos e extragrupos. Dessa forma, o pesquisador explica que os discursos ideológicos são polarizados porque geralmente apresentam um “quadrante ideológico” que consiste em: “Enfatizar *nossas* coisas boas; enfatizaras coisas ruins *Deles*; Não enfatizar *Nossas* coisas ruins; e Não enfatizar as coisas boas *Deles*” (VAN DIJK, 2012, p.32).

É por meio dessas estratégias polarizadas que os discursos políticos buscam ser legitimados de modo a tentar, de forma manipulativa, defender suas propostas, deslegitimando as ideologias do oponente, por meio de um gama de argumentos cujo objetivo

---

<sup>6</sup>“disciplinas que fundamentalmente se ocupan de analizar, ya sean éstas opacas o transparentes, las relaciones de dominación, discriminación, poder y control, tal como se manifiestan a través del lenguaje”

é essencialmente o descrito no quadrante ideológico acima. Bolívar nos afirma que, para essas questões,

[...] é importante averiguar como se constrói a polarização nos diálogos conflitivos, tomando como base as estratégias discursivas que se expressam em todos os níveis de linguagem (fonológico, gramatical, semântico e pragmático) e também mediante estratégias do tipo retóricas e estilísticas, sem deixar de lado as estratégias sociais e políticas que evidenciam a dinâmica social (BOLÍVAR, 2010, p. 349).<sup>7</sup>

A manipulação pelo discurso pode se manifestar por meio de diferentes estratégias linguísticas, selecionadas pelos atores sociais envolvidos numa dada interação. A maneira como esses atores operam com tais escolhas define claramente como cada um quer produzir seu discurso. Mas não se trata somente disso. Veremos, mais adiante, como as escolhas são dotadas de potencial para despertar certos sentimentos em nós, enquanto ouvintes/leitores, denunciando, assim, as intenções que o sujeito deseja produzir pelo discurso. Antes, porém, delineamos alguns breves esclarecimentos sobre a noção de afetividade.

### **Afetividade e emoções**

O conceito de afetividade está diretamente vinculado aos diversos estudos acerca das emoções enquanto objeto de interesse da linguística, mantendo, de fato, relações mais estreitas com certas abordagens do discurso. Uma das tônicas desses estudos se concentra na ideia de que, em muitos casos, a expressão das emoções resulta de um projeto de influência (aspecto racional) de um sujeito sobre seu interlocutor. Essa é a posição assumida, por exemplo, por Plantin (2011, p.139), para quem, no decorrer de uma atividade discursiva, “as informações intencionais se combinam às informações não intencionais”,<sup>8</sup> sendo estas últimas referentes ao que é considerado não racional, incluindo-se, logo, a expressividade das emoções.

Nem sempre, no entanto, foi possível conceber razão e emoção como aspectos constituintes em interação. Lima (2007) registra que em boa parte das filosofias clássica, medieval e contemporânea inspiradas por Platão, a separação entre razão e emoção foi, ao

---

<sup>7</sup>“es importante averiguar cómo se construye la polarización en el diálogo conflictivo, tomando en cuenta las estrategias discursivas que se expresan en todos los niveles del lenguaje (fonológico, gramatical, semántico y pragmático) y también mediante estrategias de tipo retórico y estilístico, sin dejar de lado las estrategias sociales y políticas que se ponen en evidencia en la dinámica social.”

<sup>8</sup> “les informations intentionnelles se combinent aux informations non intentionnelles”

longo do tempo, se tornando cada vez mais acentuada. A autora lembra, nesse sentido, o postulado cartesiano segundo o qual “as paixões seriam signo de doença [e] somente se elas fossem alijadas, a mente estaria em perfeita saúde”, e explica que esse “modo dicotômico de pensar emoção e razão contribuiu com séculos de atraso em termos dos debates sobre o assunto” (LIMA, 2007, p.140).

Apesar desse atraso, o certo é que hoje a questão é discutida de forma mais aberta e em diferentes perspectivas. No bojo dos estudos do discurso, Plantin, a quem já fizemos referência, e outros autores de renome vêm, pois, tomando partido de uma “retórica dos efeitos” para tratar das emoções no discurso. Charaudeau (2007, p. 242), inspirado pelo modelo aristotélico de abordagem das paixões, define que “persuadir um auditório consiste em produzir nele sentimentos que o predispõe a partilhar o ponto de vista do orador”.

Ainda que não seja nosso foco aprofundarmos as discussões em torno do pressuposto de que razão e emoção não constituem conceitos em relação de oposição, é necessário considerar que se trata, para nós, de uma ideia bastante oportuna, tendo em vista que o gênero *debate eleitoral*, analisado neste artigo, é regido por um verdadeiro jogo de intenções que suscitam as mais diversas emoções.

A propósito dos estudos de viés analítico sobre as emoções no discurso, algumas pesquisas oferecem instrumentais metodológicos bastante produtivos, como é o caso, por exemplo, dos trabalhos de Charaudeau (2007, 2012), que se apoia em um quadro de categorias patêmicas, e de obras como a que foi organizada por Rabatel, Monte e Rodrigues (2015), que apresenta uma coletânea de artigos em que são analisadas as marcações linguísticas das emoções no discurso midiático.

Julgamos, porém, pertinente, por uma opção metodológica, nos concentrarmos em um quadro sistemático de emoções modalizadas, ou seja, em uma tipologia de afetividade linguisticamente marcada, sugerida por Bolívar (2015), por considerarmos seu conjunto de categorias o mais operacional para ser aplicado em nosso material de análise, a saber, o bloco do debate eleitoral em apreço.

Antes, no entanto, de partimos para as análises, cabem algumas considerações sobre o emprego de certas operações linguísticas na produção das afetividades no discurso.



## Estratégias linguísticas no gerenciamento da afetividade

A arquitetura de um texto pode ser construída de diversas formas. Uma delas é por meio da carga afetiva produzida por determinadas estruturas discursivas, e como o conjunto dessas estruturas dentro de um discurso tem o poder de influenciar a nossa forma de agir, pensar e sentir sobre a que – ou a quem – estamos nos referindo. Dessa forma, dizer “eu amo maçã” suscita mais afetividade do que dizer “eu gosto de maçã”. Esses efeitos trazem o interlocutor ao mais próximo possível do que se quer expressar, já que o verbo “amar” é dotado de maior carga afetiva do que o verbo “gostar (de)”. É evidente que essas construções de significados afetivos também dependem do contexto, definido por Van Dijk (1998) como a totalidade das propriedades da situação social que são relevantes para o funcionamento e compreensão do discurso e de suas estruturas.

Tomaremos como base a relação de dependência do contexto em que certas escolhas estão atuando e os propósitos comunicativos, que interferem dentro de uma produção discursiva, ou seja, os sentidos, intenções e ideologias expressos e os espaços e eventos sociais em que o discurso está inserido.

Tratando-se, particularmente, de um debate político, essa caracterização é bem mais evidente, pois, nesse caso, a única forma de legitimar ideologias é por meio das produções linguísticas. Sendo assim, os participantes tenderão a utilizar sempre uma construção discursiva do outro como sendo “mau”, “um inimigo” a quem se pode julgar como o culpado por todos os males acontecidos. Ou seja, polarizando o *Nós* como sendo positivo e o *Eles*, negativo. É válido observar, conforme destaca Bolívar (2015) que

[...] é possível detectar a afetividade por meio da análise linguística em todos os níveis: fonético (alargamento de vogais), morfológico (sufixos), sintáticos (ordem de palavras), semântico (tema), pragmático (atos de fala), discursivo (gêneros mais avaliativos). (BOLIVAR, 2015, p. 150).

Levando em conta os discursos políticos, essa afetividade tende a ser a mais polarizada possível, de modo que, as seleções das palavras utilizadas trazem a imposição de uma ideologia, tendendo a reforçar a ideia do *Nós* como a parte positiva e do *Eles* como a parte negativa, cuja tentativa é obter um controle de poder. Compreendendo a linguagem afetiva como característica de um discurso de apreciação, de teor avaliativo, alinhamo-nos com o pensamento de Bolívar (1986) ao conceber que

[...] a avaliação na linguagem pode ser definida como o modo em que



usamos a linguagem para expressar o que sentimos sobre as coisas, pessoas e eventos. Nesse sentido, a avaliação compreende as coisas que dizemos e fazemos com a linguagem, a fim de relatar nossas experiências, expressar sentimentos e controlar os outros (BOLIVAR, 1986, p. 32).

Como visto, o discurso político é caracterizado por uma interação plena, de forma que sua rede de comunicação inclui atores políticos, cidadãos e os meios pelos quais se encarregam de reportar e avaliar a intenção. Dessa forma, o eixo avaliativo-afetivo no discurso é composto pelos valores imaginários auto-atribuídos ou percebidos pelos atores envolvidos na situação comunicativa. Os tipos de afetividade que surgem tendem a trazer a distinção dos grupos: *Nós* como sendo os “bons” e os *outros/Eles* como sendo os “maus”. Vejamos a figura abaixo, proposta por Bolívar (2015) e adaptado para este artigo, que ilustra de maneira didática essa distinção:

**Figura 1:** Os eixos de afetividade discursiva adaptado de Bolívar (2015, p. 149).

<b>Atores</b>	<b>Papéis</b>	<b>Sentimento no imaginário</b>
Eu/ Nós/ “o meu partido”	Benfeitor	Segurança e proteção
Povo (vocês) / Nós	Beneficiário	Esperança, felicidade, agradecimento
Nós	Bons	Felicidade, alegria
Eles (outros), (oponente) / “o seu partido”	Maus	Infelicidade, temor, perigo.

A figura acima representa as formas como os discursos políticos vêm sendo construídos ao longo da argumentação. Assim, pode-se perceber que o discurso tende a trazer sentimentos que envolvem o ouvinte/leitor acerca da sua posição relacionada ao oponente. No entanto, essas formas de referenciar os atores sociais não são o bastante para entendermos a maneira como é construída a afetividade discursiva. Vejamos a próxima figura abaixo, também proposta por Bolívar (2015) e adaptada por nós, que procura ilustrar os tipos de afetividades e suas funções dentro da ação discursiva:

**Figura 2:** Tipos de afetividade e suas funções discursivas adaptado de Bolívar (2015, p. 150).

Tipo de afetividade	Função discursiva	Exemplos
Expressada	Expressa sentimentos próprios diretamente	“[...] me honra muito essa comparação com o presidente Fernando Henrique. [...]”
Conotada	Expressar sentimentos próprios indiretamente	“[...] eu tenho certeza que eu neste próximo mandato farei um governo muito melhor se for eleita, principalmente controlando a inflação. [...]”
Atribuída	Atribuir sentimentos a outros	“[...] Eu tenho orgulho enorme do meu candidato a Ministro da Fazenda. A senhora parece que não tem do seu [...]”
Induzida (em outros)	Provocar em outros interlocutores sentimentos positivos e negativos	“[...] tenho certeza de que o povo brasileiro vai mostrar a sua indignação [...]”
Invocada	Fazer pensar em sentimentos compartilhados	“[...] lamentavelmente candidata esse é o retrato do Brasil real [...]”
Narrada	Sentimentos próprios narrados a Outros	“ [...] eu vivi os tempos escuros desse país [...]”

A figura 2 representa as formas de manifestação da afetividade discursiva. Obviamente, essa afetividade tem duas direções, sendo uma positiva e a outra negativa. No viés positivo, temos o sentimento de aceitação; no negativo, o de rejeição. Ambos podem ser tratados como uma ação discursiva de reconhecimento-desconhecimento, empatia-antipatia, inclusão-exclusão, especificação-generalização, e assim por diante. Trata-se, portanto, de uma afetividade atribuída a outros e, dessa forma, extremamente manipulada por meio das estruturas discursivas.

Veremos, mais adiante, como essas formas de controle de afetividade se manifestam no discurso político selecionado para análise.

Antes, porém, a fim de esclarecer melhor o objeto de estudo desta pesquisa, algumas considerações acerca do gênero *debate eleitoral* serão apresentadas, com o propósito de explicar a importância de levar em conta algumas informações sobre este gênero em particular. Tal conhecimento nos ajudará a compreender melhor como se dá o funcionamento discursivo das tomadas de turnos dos participantes e, principalmente, a essência das intenções veiculadas por meio do debate.

Sabemos que estamos a todo tempo gerenciando nossas tomadas discursivas, de modo a tentar sempre querer convencer o outro daquilo que queremos transmitir. Dentro do gênero

debate, esses gerenciamentos discursivos tornam-se mais costumeiros, pois o que está em questão é, de fato, o convencimento do público sobre aquilo que se diz. O debate é composto por dois ou mais debatedores que irão argumentar e contra-argumentar sobre um dado tópico, essencialmente polêmico, a fim de dividir opiniões. Desse modo, cada participante irá tentar convencer o seu ouvinte a aderir à sua opinião. O mediador do debate é aquele que gerencia as tomadas de turno de cada participante, não permitindo que haja sobreposição de tempo.

O debate eleitoral se estrutura, fundamentalmente, com base nas disputas ideológicas, de modo que cada representante de um grupo tenta, por meio de estratégias argumentativas que visam a construir uma imagem de alguém credível, legitimar e propagar as ideologias do seu partido político. Essas disputas ideológicas geralmente primam apenas por defender os interesses do grupo ao qual o ator social pertence. Com esse entendimento, Cristovão, Durão e Nascimento (2002, p. 129) sintetizam que “debater é, num evento dialógico e polêmico, defender pontos de vista com o fim de fazer o interlocutor aderir ao que se propõe”.

Com esta breve apresentação das características do gênero em apreço, seguimos com a análise do debate eleitoral.

### **Análise do debate: polarização e afetividade em questão**

Para o desenvolvimento das análises, foi necessário, analisar a transcrição do último debate eleitoral, exibido pela Rede Globo, no dia 24 de outubro de 2014. Para isso, optamos por utilizar a transcrição disponibilizada pelo próprio site da emissora, o G1.

A fim de darmos início às análises, lançamos mão das Figuras 3 e 4, que demonstram os discursos pronunciados pelos candidatos. Nas figuras, destacamos o tipo de afetividade discursiva, sua função discursiva expressada e o exemplo retirado do debate em análise. Iniciamos com base na fala de Aécio Neves:

**Figura 3:** Afetividade Discursiva do candidato Aécio Neves (PSDB)

<b>Classificação</b>	<b>Afetividade expressada</b>	<b>Citação direta do objeto analisado</b>
Atribuída	“Nós”: respeito “Eles”: desdém	“[...] Eu tenho orgulho enorme do meu candidato a ministro da fazenda. A senhora parece que não tem do seu [...]”
Expressada	Privilégio	“[...] me honra muito essa comparação com o presidente Fernando Henrique [...]”
	Desconfiança	“[...] eu não acredito nisso, candidato [...]”
	Orgulho/ honra	“[...] tenho uma honra e um orgulho enorme de ter hoje como um aliado muito próximo o presidente Fernando Henrique [...]”
	Orgulho/ alegria	“[...] eu governei Minas, com orgulho enorme [...]”
Induzida	Medo/ revolta	“[...] O governo do PT e o governo da candidata Dilma Rousseff fracassou na condução da economia, pois nos deixará uma inflação saindo de controle, por mais que ela não reconheça, um crescimento pífio, fracassou na gestão do estado nacional. O Brasil é hoje um cemitério de obras abandonadas, inacabadas, e com sobre preço de fortes denúncias de desvios por toda a parte, e fracassou na melhoria dos nossos indicadores sociais. [...]”
	Indignação	“[...] é justo com o dinheiro brasileiro [...]”
	Negligência	“[...] onde o atual governo não avançou [...]”
	Segurança/ tranquilidade	“[...] Nós não vamos fazer é o bolsa empresário que ajuda apenas um grupo muito restrito de brasileiros em detrimento da grande maioria. Fique tranquila, candidata, fiquem tranquilos brasileiros [...]”
	Esperança/ mudança	“[...] Bancos públicos serão fortalecidos, não serão aparelhados no meu governo [...]”
	Indignação/ medo	“[...] Essa é uma demonstração clara da perversidade do aparelhamento da máquina pública em benefício de um projeto de governo [...]”
	Medo	“[...] as denúncias em relação ao Pronatec são graves, candidata [...]”
	Dúvida/ desconfiança	“[...] você confiaria mais no governo que traz a inflação desse patamar de 916% ao ano ou deixar esse período do Lula na minha conta a 12% ou um que a entrega maior, como acontece no caso da presidente Dilma? [...]”
Conotada	Centrado/ cuidado com o povo brasileiro	“[...] eu aproveito a pergunta sobre o Minha Casa, Minha Vida para mais uma vez denunciar o terrorismo que seu partido vem fazendo. Pessoas que estão na lista para serem beneficiadas pelo Minha Casa, Minha Vida estão recebendo mensagem dizendo que se votarem no PSDB sairão do cadastro. Não é verdade. Eu quero tranquilizar a todos os brasileiros e brasileiras. [...]”
	Confiança/ segurança	“[...] estou preparado para ela [...]”
	Esperança	“[...] eu digo a todos os brasileiros, quero ser lembrado como o presidente que revolucionou a educação no Brasil. [...]”
Invocada	Lamentar	“[...] lamentavelmente candidata, esse é o retrato do brasil real [...]”
	Lamentar	“[...] nós vamos muito mal na saúde [...]”
	Lamentar	“[...] Vamos mal na segurança pública [...]”
	Lamentar	“[...] Vamos muito mal na educação [...]”

A figura 3 ilustra as afetividades expressadas pelo candidato Aécio Neves (PSDB)

durante o primeiro bloco do debate. Notamos que, numa visão geral, ele utilizou mais da afetividade classificada como *induzida*, ou seja, aquela pela qual se busca provocar em outros interlocutores sentimentos positivos e negativos. Como esperado, os sentimentos despertados pelo participante são sempre os de medo e insegurança: quando relacionado ao futuro, caso sua oponente ganhe; insatisfação e revolta com a situação em que o Brasil se encontra atualmente; segurança e esperança de um governo melhor caso ele seja eleito. Essas estratégias são características de um texto polarizado, em que o participante deixa manifestas suas intenções de apresentação positiva, quando faz com que os telespectadores tenham boas impressões a seu respeito e, em contrapartida, constrói uma imagem negativa do seu oponente, tentando despertar nos telespectadores sentimentos ruins a respeito da candidata Dilma e do seu partido, o Partido dos Trabalhadores (PT).

Agora, atentemos para a figura 4, que expõe a afetividade na fala da candidata Dilma Rousseff (PT):

**Figura 4:** Afetividade Discursiva da candidata Dilma Rousseff (PT).

<b>Classificação</b>	<b>Afetividade expressada</b>	<b>Citação direta do objeto analisado</b>
<b>Atribuída</b>	Perseguição / Vítima	Essa revista que fez e faz (.) sistemática oposição a mim (.) faz uma calúnia uma difamação do porte que ela fez hoje e o senhor ENDOSSA a pergunta [linha 11 – 12]
	Sem credibilidade	“Eu acho que o senhor tá mal informado” [linha 72]
<b>Expressada</b>	Repulsa/ ira	“Eu manifesto aqui a minha INTEIRA indignação” [linha 13 – 14]
	Indignação/ surpresa	“<eu fico> (.) <muito> é:: es:ta (.) ESTARRECIDA com um senhor” [linha 35 - 36]



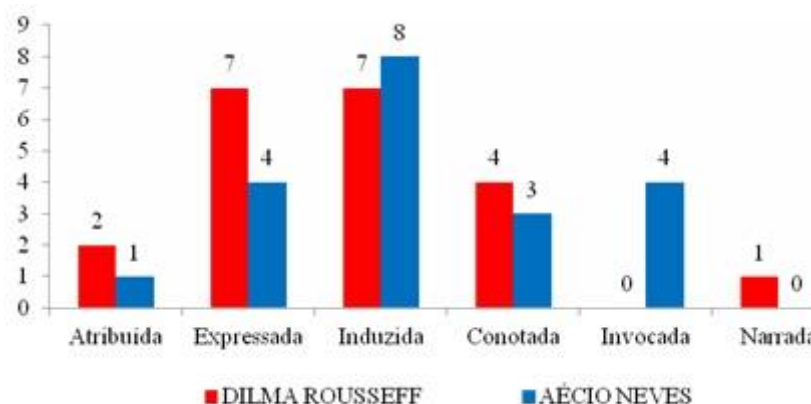
	Respeito	“[...] tenho respeito pela liberdade de imprensa [...]”
	Desconfiança	“ [...] o senhor vem aqui e quer que as pessoas acreditem que vocês vão manter o subsídio. Eu não acredito nisso, candidato. [...]”
	Desconfiança	“[...] vocês minguaram a Caixa. Vocês, candidato, eram contra fazer política social com subsídio. [...]”
	Apreço	“[...] eu gosto do Pronatec, candidato [...]”
	Surpresa/ duvida	“[...] eu não entendo o estarecimento do senhor [...]”
Induzida	Desconfiança/ falta de credibilidade	“[...] Porque essa revista tem o hábito de nos finais das campanhas na reta final, tentar dar um golpe eleitoral e isso não é a primeira vez que ela fez. [...]”
	Revolta	“[...] tenho certeza de que o povo brasileiro vai mostrar a sua indignação [...]”
	Medo	“[...] Vocês bateram o recordes de desempregos, recordes de baixos salários [...]”
	Cuidado	“[...] Nós também fizemos, mas beneficiamos quem, candidato? Empregos brasileiros, brasileiros que são empregados. [...]”
	Medo	“[...] vocês quebraram os bancos públicos no Brasil [...]”
	Medo	“ [...] o senhor vem para mim com esta conversa de que vão fazer política social. Me desculpe, candidato, eu não acredito, sabe por que? Porque a prática fala muito mais que palavras vazias. [...]”
	Desprezo/ incompetência	“[...] Candidato vocês jamais tiveram essa dimensão. Aliás, o programa de vocês são programas piloto, pequenos e fragmentados. [...]”
Conotada	Indignação	“[...] agora eu não vou deixar que ela desapareça [...]”
	Esperança/ confiança	“[...] eu tenho certeza que eu neste próximo mandato farei um governo muito melhor se for eleita, principalmente controlando a inflação. [...]”
	Confiança/ segurança	“[...] é meu compromisso o controle da inflação. [...]”
	Confiança	“[...] Nós mantivemos emprego e mantivemos o salário. [...]”
Narrada	Vítima/ guerreira	“[...] eu vivi os tempos escuros desse país. [...]”

Observamos, pelas produções discursivas proferidas pela candidata Dilma Rousseff, que há um equilíbrio com relação aos tipos de afetividades manifestadas linguisticamente pela participante, pois ela utilizou da afetividade induzida e expressada numa mesma quantidade. Tais observações podem ser explicadas pelo fato de que, como a candidata estava o tempo inteiro sendo “atacada” pelo seu oponente, Aécio Neves, que não deixou passar em branco nenhum escândalo vivido pelo PT, a hipótese que se levanta a respeito desses resultados é de que a candidata se preocupou mais em expressar os seus próprios sentimentos ao mesmo tempo em que não deixou de tentar induzir o público a respeito dos sentimentos que ela compartilhou.

Levando em consideração que ambos os participantes estavam num debate eleitoral,

em que as disputas ideológicas são bastantes presentes, essa manifestação de afetividade induzida, realizada pelos dois, já é esperada. Para ilustrar melhor, o gráfico a seguir apresenta os tipos de classificações afetivas utilizados pelos dois candidatos:

**Figura 5:** Afetividade discursiva dos dois candidatos.



Como pode ser observado na figura 5, que confronta as escolhas de cada candidato, houve diferenças relevantes para os variados tipos de afetividades adotados nesta pesquisa. Alguns exemplos serão apresentados a seguir, mostrando como as escolhas dos candidatos influenciam nossas formas de agir, pensar e sentir, conforme propõe o estudo das categorias de afetividade.

### **Afetividade atribuída**

Conforme verificado nos resultados, os candidatos não fizeram tanta exploração desse tipo de afetividade, de modo que a candidata Dilma realizou duas vezes e o candidato Aécio apenas uma. A hipótese para esse resultado pode ser o fato de que ambos os candidatos estavam mais preocupados em desconstruir a imagem do outro do que atribuir algo positivo a si mesmo. Sendo assim, encontramos nos dados os seguintes exemplos:

**Exemplo 1:** Candidato Aécio Neves:

*“[...]Eu tenho orgulho enorme do meu candidato a Ministro da Fazenda. A senhora parece que não tem do seu[...].”*

**Exemplo 2:** Candidata Dilma Rousseff:

*“[...] Agora essa revista que fez e que faz sistematicamente oposição a mim, faz uma calúnia e uma difamação do porte que ela fez hoje. E o senhor endossa. [...]”*

No exemplo 1, que consiste em uma das falas do candidato Aécio Neves, a ênfase na



primeira pessoa com o uso do verbo “ter” indica uma atribuição ao seu próprio sentimento, cujo sentido está na expressão nominal, ou seja, o nome “orgulho” indica honra e o adjetivo qualificador “enorme” modaliza o sentimento de respeito e ufania que ele imprime ao seu candidato a Ministro da Fazenda e, por extensão, ao seu partido. Em seguida, a continuidade de sua fala indica uma atribuição negativa ao sentimento da candidata Dilma Rousseff sobre o seu Ministro da Fazenda, marcando uma polarização. Embora a transcrição marque a fala do candidato com um ponto dividindo as duas orações, entendemos que a ideia não deixa de ser de oposição, facilmente inferível pela elipse do conector “mas”. Além disso, o uso do pronome de tratamento “senhora” é ironicamente marcado pela construção do candidato que, nessa referência, insere o verbo “parecer” somado ao advérbio de negação imprimindo o sentido de probabilidade de que Dilma Rouseff não tenha orgulho de seu Ministro da Fazenda, argumento que pode suscitar no interlocutor/telespectador inferências relacionadas ao contexto de corrupção no PT, denotando não só a ironia, mas também agregando à cena discursiva um tom de provocação.

Nesse sentido, verifica-se, como estratégia de desconstrução da imagem de sua oponente, que Aécio Neves opta por uma espécie de sondagem dos sentimentos da candidata petista, observação que merece destaque, já que, nas palavras de Bolívar (2015, p.150), “a afetividade atribuída a outros é importante na interação porque quem fala interpreta, com fins positivos ou negativos, estados de ânimo e sentimentos dos outros”.

Já no exemplo 2, a fala da candidata expressa uma afetividade atribuída que também exprime sentimento negativo a uma instituição midiática imparcial cujo discurso de oposição, calúnia e difamação da revista, “que fez e que faz sistemática oposição” a pessoa de Dilma Rouseff é endossada pelo candidato, sendo, portanto, ele também um caluniador e difamador. Esses termos possuem, por uma convenção social, uma carga semântica negativa. Uma vez que se considera o contexto em que são ditas, verifica-se que todas elas foram direcionadas às ações da oposição contra Dilma. Essas construções linguísticas remetem à ideia de que a candidata está sofrendo uma perseguição política e midiática em seu governo, argumento que pode reforçar uma afetividade atribuída para atingir o sentimento de seus eleitores, telespectadores do debate.

## **Afetividade expressada**

Esse tipo de afetividade foi um dos mais explorados por Dilma Rousseff, empatando apenas com o tipo de afetividade induzida. Já Aécio Neves não explorou tanto a afetividade expressada, de forma que os resultados encontrados são sete usos para a candidata e quatro para o candidato. Vejamos os exemplos de algumas utilizações desse tipo de afetividade a seguir:

**Exemplo 3:** Candidato Aécio Neves:

*“[...]me honra muito essa comparação com o presidente Fernando Henrique [...]”*

**Exemplo 4:** Candidata Dilma Rousseff:

*“[...] Eu manifesto aqui a minha inteira indignação [...]”*

Uma análise das estratégias linguísticas do exemplo 3 mostra que a estrutura discursiva utilizada pelo candidato Aécio se refere ao próprio falante e a um membro do seu grupo/partido, aproximando-nos de um sentimento de respeito, privilégio e honra pela comparação. Esse sentimento só foi expresso por Aécio Neves ao fazer menção a um membro do intragrupo (Nós). No que diz respeito à polarização, o exemplo 3 ilustra bem como ela é construída, pois o candidato enfatiza o *Nós* como positivo. Essa polarização conduz os eleitores a pensarem, sentirem e agirem acerca do pressuposto criado pelo candidato do PSDB, sobre a apresentação positiva do candidato e de seu partido e uma apresentação negativa da sua oponente e, conseqüentemente, de seu partido.

No exemplo 4, ao tomar a palavra a partir da primeira pessoa do singular, colocando-se, portanto, como sujeito agente daquilo que quer expressar, ou seja, “inteira indignação”, parece demonstrar os sentimentos de repulsa e de ira vivido pela candidata Dilma, projetando a ideia de que ela não só nega, mas amarga pelas injúrias feitas pelo discurso da oposição em diálogo com a mídia que a ataca, no sentido de demonstrar repulsa e desprezo e aproveitar o próprio veículo midiático televisivo para mostrar-se diferente do que a mídia tem dito a seu respeito, ao veicular falsas denúncias e ofensas. Trata-se, a nosso ver, de um recurso bastante oportuno, tendo em vista que o espaço discursivo em que ocorre a interação em foco – debate eleitoral televisivo – autoriza os atores sociais envolvidos a buscarem uma vinculação positiva com o povo, traço que, conforme registra Bolívar (2015), é o que caracteriza a afetividade de tipo expressada.

## **Afetividade induzida**

A propósito da afetividade induzida, os dois participantes do debate não demonstraram diferença significativa em seus discursos, já que registramos uma ocorrência a mais na fala de Aécio na comparação com sua oponente. Por se tratar de um debate eleitoral, essa relação de indução do público torna-se bastante frequente, pois ambos querem polarizar o discurso, de modo a influenciar o outro de que *Nós* (intragrupo) somos os salvadores capazes de resolver qualquer problema, e, em contrapartida, também tentam convencer de que *Eles* (exogrupo) são maus e responsáveis por todas as fatalidades do Brasil:

**Exemplo 5:** Aécio Neves:

*“[...]as denúncias em relação ao Pronatec são graves, candidata. [...]”*

**Exemplo 6:** Dilma Rousseff:

*“[...] vocês quebraram os bancos públicos no Brasil [...]”*

No exemplo 5, do candidato Aécio Neves, vale destacar o emprego das palavras “denúncias” e “graves”. Ambas são palavras convencionalmente interpretadas como fortes e que obtêm uma carga semântica bem negativa, o que, por conseguinte, transmitem um sentimento de insegurança, medo e desconfiança relacionado à idoneidade do governo feito pelo PT, ou seja, no momento presente.

Já no fragmento do exemplo 6, o tempo é passado e o sentido tem força argumentativa muito maior porque não é de denúncia, mas de acusação com relação a uma ação já efetivada e modalizada não só no tempo verbal, passado, mas também na escolha do verbo “quebrar” com o sentido de falência dos bancos públicos. Tal argumento possui força modalizadora, orientando o discurso para a desconfiança acerca da idoneidade e capacidade de governo do outro partido. Ambos os exemplos produzem o efeito de indução, de persuasão de seus ouvintes, em que se busca a desconfiança, o medo, a falta de credibilidade nos partidos adversários e em seus dirigentes.

Vale destacar que os exemplos 5 e 6 ilustram bem a força de certas seleções lexicais em função da situação comunicativa. No exemplo 5, é possível interpretar o emprego do qualificador “graves” não somente como um especificador – denúncias *graves*, mas como um item que direciona os ouvintes do debate a refletirem acerca da ampla e negativa dimensão das “denúncias”. O mesmo efeito se verifica no exemplo 6, em que o emprego do verbo “quebrar” em lugar, por exemplo, de “falir”, indica o desejo de atacar o exogrupo, ou seja, o candidato adversário e o partido ao qual é filiado.

## **Afetividade conotada**

Entre os tipos de afetividades utilizados pelos candidatos, percebe-se que a conotada exerce um meio-termo entre todas as já categorizadas neste artigo, pois ambos os candidatos expressaram seus próprios sentimentos em proporções semelhantes, sendo quatro ocorrências para a candidata Dilma e três para o candidato Aécio. Vejamos os exemplos dessas aplicações linguísticas utilizadas pelos participantes:

**Exemplo 7:** Candidato Aécio Neves:

*“[...]eu digo a todos os brasileiros, quero ser lembrado como o presidente que revolucionou a educação no Brasil [...]”*

**Exemplo 8:** Candidata Dilma Rousseff:

*“[...]é meu compromisso o controle da inflação. [...]”*

Conforme dito, a conotada é aquela que indiretamente expressa sentimentos próprios. No exemplo 7, destacam-se as estruturas operadas pelo emprego de “quero ser lembrado” e de “presidente que revolucionou a educação”, que expressam o comprometimento do candidato com a população brasileira, procurando despertar o sentimento de zelo, de segurança e de alegria nos eleitores pela via de um discurso persuasivo quanto às carências da educação brasileira. A candidata, em 8, também optou por induzir sentimentos que enfatizassem o seu comprometimento com os brasileiros, e, para tanto, assume o sentimento de promessa, “meu compromisso”, cujo alvo é monetário, isto é, o “controle da inflação” de que resulta uma contínua perda do poder aquisitivo da moeda brasileira e, portanto, das condições de vida da população. Tais seleções exprimem preocupação com a mudança do país, expressando, igualmente ao seu oponente, os sentimentos de zelo, segurança e alegria para os eleitores.

## **Afetividade invocada**

Esse foi um dos tipos de afetividade que mais apresentou diferenças na quantidade de ocorrências entre os participantes. Isso porque a candidata Dilma não fez uso de tal tipo afetivo, ao passo que o candidato Aécio empregou quatro estruturas com afetividade invocada. Vejamos o exemplo transcrito abaixo:

**Exemplo 9:** Aécio Neves:

*“[...] lamentavelmente candidata. esse é o retrato do Brasil real [...]”*

Esse tipo de afetividade caracteriza-se pelo fato de induzir sentimentos

compartilhados, ou seja, quando o falante, pelo seu discurso, se junta ao grupo de ouvintes interessados, uma vez que são eles seus potenciais eleitores. Nesse sentido, o candidato Aécio, ao utilizar esse recurso, utiliza-se do advérbio de modo junto ao nome da candidata, “lamentavelmente candidata”, focando na modalização de sua visão negativa diante do que se diz. Nesse momento, Aécio Neves, ao considerar que a culpa da situação lamentável em que se encontra o Brasil é do PT, tendo como representante direta Dilma Rousseff, coloca-se como um cidadão brasileiro que está próximo do seu eleitor e que se sente prejudicado com a situação econômica, financeira e política do Brasil no governo do PT. Esse tipo de afetividade denota um sentimento compartilhado, como se todos os brasileiros concordassem com o que foi dito e Aécio Neves seria, apenas, o porta-voz desse anúncio de lástima e tristeza sentida pelos eleitores.

### **Afetividade narrada**

Por fim, este último tipo de afetividade esteve presente no debate apenas por meio do discurso de um candidato e somente uma vez. Dilma fez referência ao seu passado, narrando seus próprios sentimentos, conforme observamos na ocorrência transcrita a seguir:

**Exemplo 10:** Dilma Rousseff:

*“[...] eu vivi os tempos escuros desse país [...]”*

A palavra, “escuro”, dentro desse contexto, remete o interlocutor/eleitor ao contexto da ditadura como um momento histórico sombrio e triste do qual o brasileiro não se orgulha e sabe que a candidata viveu esse tempo difícil da história do Brasil. Quando ela narra que viveu esses momentos, o sentimento a que nos remete é de sofrimento e de vitimização, pelo fato de ter sofrido a perseguição, a censura e mesmo a tortura dos tempos da ditadura. É, pois, uma estratégia discursiva que resgata sua história militante e política.

Como foi possível observar em todos os tipos de afetividades exemplificados acima, nos momentos em que houve a aparição de manifestações sentimentais positivas, elas estavam sempre relacionadas ao Eu/Nós, no âmbito de diversos temas, bem como promessas de governo, estratégias políticas e ações do passado. Quando o uso da afetividade era negativo, remetia a Ele(s)/ Você(s)/ “o seu partido”, associando-os às falhas do governo atual, dos governos anteriores e amedrontando os eleitores, caso o oponente vencesse as eleições.

Com relação às estratégias de confronto entre os dois participantes, o que se percebe é que o candidato Aécio Neves (PSDB) utilizou mais estratégias para obter maior força com o

mecanismo de controle, (8 ocorrências da Afetividade Induzida e 4 ocorrências da Afetividade Invocada). Esses tipos de afetividades fazem com que os outros sintam algo que ele ajudou a construir. Já a candidata Dilma Rousseff (PT) optou por empregar, na maior parte das ocorrências, estratégias que direcionassem os ouvintes aos seus sentimentos (7 ocorrências de afetividade Expressada) e, de igual maneira, também tentou, com a afetividade Induzida (7 ocorrências), fazer com que os outros sentissem algo que ela concebeu.

### **Considerações finais**

Este artigo buscou trazer uma discussão acerca dos efeitos, em diversos níveis, que as escolhas linguísticas operadas por atores sociais em uma determinada situação de interação verbal podem produzir quando fazem uso dos tipos de afetividade. Para isso, os discursos dos candidatos à presidência da República, Aécio Neves (PSDB) e Dilma Rousseff (PT), apresentados no último debate eleitoral exibido pela Rede Globo no dia 24 de outubro do ano de 2014, foram escolhidos como objeto de estudo. O que se constatou foi que ambos os candidatos expressaram abertamente seus afetos em diversos assuntos e, ao mesmo tempo, tentaram despertar os mesmos sentimentos nos eleitores/telespectadores. Confirmada, também, foi a hipótese apresentada no início deste artigo, de que ambos os candidatos se preocuparam mais em desconstruir a imagem do outro, do que atribuir algo positivo a si mesmos, o que reforçou a polarização discursiva, que caracterizou todo o período eleitoral de 2014.

O ponto claramente notado nesta análise é que se trata de mais uma contribuição acerca da ideia de que somos sujeitos socialmente construídos. As pessoas com quem convivemos contribuem diretamente para a formação de quem somos e do que pensamos e sentimos, fazendo-nos refletir, mais uma vez, sobre a importância do modo como nos expressamos.

Acreditamos que a análise desenvolvida revela o quão tendenciosas são essas afetividades, e que, paradoxalmente, certas emoções são expressas por motivações racionais. Desse modo, o ator social, candidato/candidata, ao tomar a palavra, torna-se um líder que, indiretamente, impõe as ideologias políticas do seu partido, e a expectativa de poder se concretiza pela influência da instância política sobre a cognição social, tal é o alcance possibilitado pela instância midiática que intermedeia o debate eleitoral.

Nesse sentido, a análise quali-interpretativa que apresentamos neste artigo nos leva a

refletir criticamente acerca dos efeitos que certas escolhas linguísticas trazem para o discurso, orientando os sujeitos alvos do discurso a pensar, sentir e agir de modo semelhante ao ator social, cuja fala lhe foi autorizada e legitimada por seu lugar “político”, o de candidato(a) à Presidência da República, que disputa eleições presidenciais em nossa sociedade. É, portanto, abrindo mão de diferentes tipos de afetividades que o ator social procura alcançar as metas de ação, de influência e de manipulação sobre o outro.

O ponto-chave que deve ser abordado com uma reflexão mais crítica não está especificamente voltado para a troca de sentimentos despertados nos ouvintes, após ouvirem tal ou qual discurso, mas como esse despertar de sentimentos é estrategicamente empregado. Decerto que o poder de persuasão e a força argumentativa residem no fato de que ambos os candidatos procuram incitar sensações de desconforto, desconfiança e medo com relação à oposição, caracterizando um modo de controle de poder e de gerenciamento de argumentos afetivos para garantir a adesão do eleitor.

Assim, de forma mais ampla, a análise desenvolvida neste artigo é também uma amostra de como o fenômeno da afetividade, em conjunto com as diferentes categorias aqui aplicadas, pode ser bastante produtiva para o analista do discurso, sobretudo quando se presta a examinar discursos em que a busca pela construção de uma imagem credível – mesmo que, para tanto, isso ocorra por meio da desconstrução da boa imagem do oponente – está bem evidente, como é o caso da cena política e, especificamente, do gênero em apreço.

## Referências

BOLÍVAR, Adriana. **Interaction through written text: a discourse analysis of newspaper editorials**. Tesis de Doctorado. Universidad de Birminham, Inglaterra, 1986.

\_\_\_\_\_. **Análisis del discurso y compromiso social**. Akademos. vol.5, nº 1, 2003, p. 7-31.

\_\_\_\_\_. La descortesía em la dinámica social y política. In: II colóquio internacional del programa Edice, **Actas del II Coloquio Internacional del Programa EDICE**. Esitocolmo e Costa Rica, 2006, p.137-164.

\_\_\_\_\_. Las estrategias linguisticas del discurso ideológico. Hablar para dividir. **Revista SIC**. Ed.728. Setembro-Outubro, 2010. p.348-351. Disponível em: <<http://saber.ucv.ve/jspui/handle/123456789/3655>>. Acesso em: 27 jun. 2015, p. 348-351.

\_\_\_\_\_. A afetividade no discurso populista. Trad. Ricardo Gualda. In: LARA, Glaucia Proença; LIMBERTI, Rita Pacheco (Org.). **Discurso e (des)igualdade social**. São Paulo: Contexto, 2015, p. 143-160.



CHARAUDEAU, Patrick. Une problématisation discursive de l'émotion: à propos des effets de pathémisation à la télévision. Dans PLANTIN, C.; DOURY, M.; TRAVERSO, V. (Éds.). **Les émotions dans les interactions**, Lyon, PUL, 2000, p.125-156.

\_\_\_\_\_. Pathos e discurso político. In: MACHADO, I. L.; MENEZES, W.; MENDES, E. **As emoções no discurso**. v.1. Rio de Janeiro: Lucerna, 2007, p. 240-251.

CRISTÓVÃO, Vera Lúcia L.; DURÃO, Adja B. A. B.; NASCIMENTO, Elvira L. O debate como gênero textual a ser fomentado nas aulas de línguas. **SIGNUM: Estud. Ling.** Londrina, n.5, dez 2002, p. 125-157.

ELEIÇÕES 2014. Leia e veja a íntegra do debate da Globo no 2º turno. G1: política. Disponível em <http://g1.globo.com/politica/eleicoes/2014/transcricao-debate-presidencial-2-turno.html> Acesso em 11 de abril de 2016.

LIMA, Helcira. Patemização: emoções e linguagem. In: MACHADO, I. L.; MENEZES, W.; MENDES, E. **As emoções no discurso**. v.1. Rio de Janeiro: Lucerna, 2007, p.140-149.

OSWALDO, Zé. Debate eleitoral 2014 - 2º turno - Globo 24/OUT [1º BLOCO]. In: YOUTUBE. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=rpGGoYKXpd4>>. Acesso em: 07 maio 2015.

PLANTIN, Christian. **Les bonnes raisons des émotions**: principes et méthodes pour l'étude du discours émotionné. Berne: Peter Lang, 2011.

RABATEL, Alain; MONTE, Michèle; RODRIGUES, Maria das Graças S. **Comment les médias parlent des émotions**: l'affaire Nafissatou contre Dominique Sreauss-Kahn. Limoges: Lambert-Lucas, 2015.

VAN DIJK, Teun A. Cognitive context models and discourse. In: OOSTEDORP, H. Van; GOLDMAN, S. (Eds.). **The construction of mental models during reading**. Hillsdale, Erlbaum, 1998, p. 189-226.

\_\_\_\_\_. Política, Ideologia e discurso. In: MELO, I. F. (Org.) **Introdução aos estudos críticos do discurso: teoria e prática**. Campinas, São Paulo: Pontes Editores, 2012, p. 15-49.

WODAK, R. El enfoque historico del discurso. En: WODAK, R.; MEYER, M. (Eds.). **Métodos de Análisis crítico del discurso**. Gedisa: Barcelona, 2003, p.101-142.