
DISCURSIVIZAÇÃO SOBRE O “CAÇADOR DE MARAJÁS” EM VEJA: EFEITOS DE MEMÓRIA.

Katharinne Dantas Viggiateo*
(UESB)

Maria da Conceição Fonseca-Silva**
(UESB)

José Carlos Melo Miranda de Oliveira***
(UESB)

RESUMO

Neste trabalho, apresentamos resultados parciais de pesquisa em andamento sobre mídia, memória e corrupção política no Brasil e mais especificamente do caso PC Farias. O recorte que fizemos para este trabalho diz respeito à espetacularização e discursivização sobre Fernando Collor de Mello como caçador de marajás. Mobilizamos nas análises pressupostos teóricos da área de Análise de Discurso.

PALAVRAS-CHAVE: Memória discursiva. Corrupção política. PC Farias.

* Instituição de fomento: Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes); Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado da Bahia (Fapesb). Trabalho vinculado ao projeto de pesquisa “Mídia, memória discursiva, efeitos de sentido e corrupção política no Brasil”, coordenado pela Profa. Dra. Maria da Conceição Fonseca-Silva.

** Mestranda em Memória: Linguagem e Sociedade pela Uesb. Bolsista CAPES. Membro do Grupo de Pesquisa em Análise de Discurso (GPADis/CNPq/UESB). Laboratório de Análise de Discurso-LAPADis, Departamento de Estudos Linguísticos e Literários, *campus* de Vitória da Conquista. e-mail: dantasviggiateo@gmail.com

*** Doutora em Linguística pela Unicamp. Coordenadora do projeto de pesquisa e orientadora, líder do Grupo de Pesquisa em Estudos Linguísticos (GPEL/CNPq/Uesb) e do Grupo de Pesquisa em Análise de Discurso (GPADis/CNPq/UESB), professora do Departamento de Estudos Linguísticos e Literários da Uesb e coordenadora do Laboratório de Pesquisa em Análise de Discurso - *campus* de Vitória da Conquista. con.fonseca@gmail.com

adv.josecarlos@gmail.com

INTRODUÇÃO

Rubim (2002) ressalta que o espetáculo, não estranho à política, é visto como construtor de legitimidade política. O espetáculo surge como possibilidade de realização da política, uma vez que esta não ocorre mediante o ausente recurso às encenações, aos papéis sociais, aos ritos e rituais. No sentido do autor, o termo está direcionado para o que envolve o sensacional, o surpreendente, o extraordinário, aquilo que está além do ordinário, do dia-a-dia, do naturalizado.

De acordo com o teórico, romper com a vida ordinária é condição de existência do espetáculo, “a ruptura com o cotidiano e seu saber de senso comum faz aflorar a exigência de um saber e um conjunto especializado de técnicas para lidar com a construção social do momento excepcional” (RUBIM, 2002, p. 8-9). Por conseguinte, o termo derivado, espetacularização, tem a ver com um processo de funcionamento de específicos recursos que permitem a construção do espetáculo. Além de fabricar o espetáculo, a espetacularização incorpora uma gama de exterioridades – emocionais, sensoriais, valorativas, cognitivas - que dão sentido ao espetacular.

Partindo dessa perspectiva, observamos que uma grande parcela da política é realizada por meio dos diversos meios de comunicação, seja televisão, rádio, internet, seja periódicos impressos variados. Podemos perceber que acontecimentos políticos que envolvem momentos de corrupção, por exemplo, são, não somente midiaticizados, isto é, veiculados pela mídia, mas, sobretudo, espetacularizados. Essa espetacularidade midiaticizada (RUBIM, 2002), portanto, exige a permanência de dispositivos espetaculares, logo, para haver espetacularização e não tão somente midiaticização, tem de existir uma

construção espetacular em torno de um fato relevante, que foge do ordinário.

Dessa forma, compreendemos que nem tudo o que é midiaticizado a respeito da política, torna-se, obrigatoriamente, espetacular. Logo, sob essas condições, analisamos, da perspectiva da Análise de Discurso, a forma como se deu a espetacularização e a discursivização sobre Fernando Collor de Mello, encenado, inicialmente, como político competente e capaz de eliminar as ilegalidades do funcionalismo público, e, posteriormente, como político corrupto.

MATERIAIS E MÉTODOS

Neste trabalho, realizamos um recorte de um trabalho de pesquisa maior que se encontra em desenvolvimento. O *corpus* da pesquisa é constituído de exemplares da revista de informação *Veja* que discursivizaram sobre Fernando Collor antes das eleições de 1989, durante e depois do seu governo, no que se refere a corrupção política que envolveu o empresário Paulo César Cavalcante Farias, o PC Farias. Foram catalogadas 88 edições do periódico que circularam entre agosto de 1987 e agosto de 1996.

Para este trabalho, no entanto, selecionamos somente quatro capas e quatro matérias, veiculadas em *Veja* entre março de 1987 e outubro de 1990: “Ilha da Felicidade”, de 12 de agosto de 1987; “Guerra ao turbante”, de 13 de março de 1988; “O dia do caçador”, de 24 de dezembro de 1989 e “Bolero de jaquetão”, de 24 de outubro de 1990. Ressaltamos que a aparição de PC Farias, não somente em *Veja*, mas na mídia como um todo, deu-se, sobretudo, em virtude de sua vinculação com o ex-presidente Fernando Collor de Mello. Nas análises, mobilizamos conceitos operacionais do quadro teórico da Análise de Discurso.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Em meio a presença, ainda, próxima da ditadura militar, a impopularidade do presidente José Sarney e a crise econômica pela qual passava o país, de um lado; e a crise por que passava o Estado de Alagoas, de outro lado, Fernando Collor surgiu na imprensa brasileira, como esperança de reconstrução de uma nação com uma inflação alta, com a promessa de acabar com os altos salários de funcionários públicos, por ele cunhado de *marajás*.

Sob a promessa de que iria combater tanto os servidores públicos alagoanos que obtinham altos salários quanto os que haviam criado, seus adversários, naquele momento, Fernando Collor construiu sua campanha eleitoral ao governo de Alagoas. Elegeu-se e deu início ao cumprimento das promessas de campanha.

É nesse contexto sócio-histórico que *Veja*, na edição 966, de 11 de março de 1987 discursiviza, na matéria intitulada “Casa da Fortuna”, que o ex-governador de Alagoas, José Tavares do PFL denominado, por Fernando Collor, de “marajá” deixou o governo com 80% da população recebendo menos de um salário mínimo. Na matéria, os funcionários públicos que recebem altos salários são discursivizados como “marajás”.

A partir de então o novo Governador de Alagoas Fernando Collor, começou a ganhar visibilidade na imprensa brasileira que passou a investir no imaginário popular a possibilidade de eliminar a realidade dos marajás no Brasil. Na edição de 12 de agosto de 1987, *Veja* discursiviza *sobre* os marajás denominando-os de “elite de vadios”,



Figura1. *Veja*, edição 988, de 12/08/1987

Assim, com o discurso de que acabaria com os marajás, ou com os altos salários do funcionalismo público, o governador de Alagoas começou a aparecer na imprensa nacional com o objetivo de dar continuidade à divulgação de um projeto que iria lhe render mais que o governo de um Estado, ou seja, ira lhe render o governo do país.

Na edição 1020, de 23 de março de 1988, *Veja* estampa capa a sob o título "Collor de Mello: o caçador de marajás":



Figura 2. *Veja*, edição 1020, de 23/03/1988

Na capa, apresentada na figura 2, Collor aparece de terno preto, camisa branca, gravata azul, com sorriso discreto, na frente da tela "Avançar", pintada em Paris, no ano de 1894, pelo artista alagoano Rosalvo Ribeiro. A tela mostra um soldado a cavalo, em posição de ataque, com a espada em riste e gritando, representando o alagoano Marechal Deodoro da Fonseca, durante a Proclamação da República no Brasil, em 1889.

Além de a foto ser bem enquadrada e de Collor aparecer à frente de uma tela sugestiva, a capa no seu todo apresenta-se como uma materialidade significativa, atravessada por uma memória e uma atualidade nacional de transição de um regime ditatorial à democracia, do processo de redemocratização do Brasil, marcado por denúncias de corrupção e malversação dos recursos públicos, em todas as esferas de poder, mas principalmente no governo federal. Em meio a essa crise, pois, o caçador de marajás surge como o Salvador da pátria, tomando a frente nas denúncias de corrupção.

Na matéria intitulada "A guerra ao turbante", relacionada à capa, discursiviza-se sobre a problemática do funcionalismo público brasileiro, apontando Collor como o político competente no papel de caçador. Tanto a capa dessa edição quanto a matéria em questão espetacularizam e discursivizam sobre a possível candidatura de Fernando Collor de Mello à presidência da República. Dá-se, pois, início à construção de uma imagem positiva de Collor que declara que, como Marechal Deodoro da Fonseca, seria Presidente. Criou-se, portanto, um efeito de memória, indicando um problema relacionado ao funcionalismo público brasileiro: os Marajás; e alguém capaz de resolver ou acabar o problema. Na discursivização da revista, esse alguém é o homem que "conquistou reputação de político preocupado com a moralidade" (*Veja*, Edição 1020, 23/03/88, p.39), marcando, assim, o

momento de uma possível candidatura e o efeito de memória de uma vitória, tomado pela mídia em geral, e por *Veja* em particular, que passou a investir no personagem, pontuando sua jovialidade e sua suposta virilidade, coragem, seriedade e preocupação com a moralidade do país.

Com a popularidade de caçador de marajás e o prestígio de inimigo do Presidente Sarney, Collor venceu as eleições para Presidente, no segundo turno. Esse efeito de memória de vitória é materializado tanto na capa quanto na matéria intitulada “O dia do caçador”, da edição de *Veja*, de 24 de dezembro de 1989:



Figura 3. *Veja*, edição 1010, de 24/12/1989

Na capa dessa edição, apresentada na figura 3, Collor aparece alegre, com os braços erguidos, formando um V de vitória, com os punhos cerrados. Entre os braços, é apresentada a formulação "Collor: vitória num país dividido", indicando o clima de desconfiança em que se encontrava o país. E, apesar de a revista, em certa medida, ter contribuído para a construção do mito Collor, nessa edição, dedicou uma matéria, intitulada "O dia do caçador", com dez páginas, por meio

da qual, discursiva sobre a trajetória política do candidato eleito, indicando, dessa vez, que ele é briguento, mau-humorado, carismático, religioso, supersticioso, vaidoso e muito desconfiado.

Na edição 1153, de 24 de outubro de 1990, tanto a capa quanto a matéria intitulada “Bolero de jaquetão”, discursivizam sobre denúncias do presidente da Petrobrás sobre intrigas, “mentiras e negócios escusos no governo”,



Figura 4. *Veja*, edição 1153, de 24/10/1990

Entre os denunciados, encontra-se Paulo César Farias (PC Fariais) que é discursivizado como *amigo íntimo do presidente da República* e caixa das campanhas eleitorais de Collor desde que fora prefeito de Alagoas. As denúncias envolvendo PC Farias marcaram, pois, o início de uma sequência de escândalos de corrupção que foram espetacularizados e discursivizadas na mídia, a exemplo da revista *Veja*. As acusações, gradualmente, foram redirecionadas ao Presidente, “ex-caçador de marajás”, levando-o ao *impeachment*, em 1992, e PC Farias à morte, em 1996. Essas questões estão sendo tratadas, por nós, em outros trabalhos em andamento.

CONCLUSÕES

Observamos que a emergência de Collor na mídia e, especificamente, em *Veja*, como sua política de intervenção nos altíssimos salários de alguns funcionários públicos alagoanos, ocorre num momento de transição de um período de ditadura militar para o período de redemocratização da política brasileira.

Os resultados indicaram que, embora a mídia não crie discursos, como defende Fonseca-Silva, em seus trabalhos, a mídia os reproduz. E, dessa forma, a revista *Veja* contribuiu para a publicização e consolidação do nome de Collor, como o “caçador de marajás”, bem como para a publicização de sua derrocada, como mostraremos em trabalhos que se encontram em desenvolvimento.

REFERÊNCIAS

- ORLANDI, E. P. **Análise de discurso**: princípios e procedimentos. Campinas: Pontes, 2010.
- PÊCHEUX, M. **O discurso**: estrutura ou acontecimento. Campinas: Pontes, 1997. Edição original: 1983a
- PÊCHEUX, M. Papel da Memória. In: ACHARD, Pierre et al. **Papel da Memória**. Campinas: Pontes, 1999. p. 49-57. Edição original: 1983b.
- RUBIM, A. A. C. **Espectáculo, Política e Mídia**. Salvador, 2002. 21 p. Disponível na Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação: <[http://bocc.ubi.pt/pag/rubim-antonio espetaculo-politica.pdf](http://bocc.ubi.pt/pag/rubim-antonio_espetaculo-politica.pdf)>. Acesso em: 28 de abril de 2012.