

ANÁLISE DISCURSIVA DOS SLOGANS INSTITUCIONAIS DAS DUAS ÚLTIMAS GESTÕES DO GOVERNO DO ESTADO DA BAHIA⁹²

André Silva Nascimento⁹³
(UESB)

Edvania Gomes da Silva⁹⁴
(UESB)

RESUMO

Com base na Análise de Discurso Francesa, analisamos um determinado *corpus*, constituído por slogans dos dois últimos governos do Estado da Bahia. As análises mostram que: 1) nos slogans analisados o *ethos* e a cenografia são planos de análise que contribuem na identificação do(s) discurso(s) que circulam no campo político-midiático; e 2) os discursos materializados nos referidos slogans estão intrinsecamente relacionados a uma memória discursiva, ou a um interdiscurso.

PALAVRAS CHAVE: Slogans; Discurso; Política.

INTRODUÇÃO

O objetivo do trabalho foi analisar alguns slogans dos últimos dois governos da Bahia, a fim de verificar quais os discursos que estão materializados nos referidos slogans. Para tanto, elaboramos a seguinte pergunta de pesquisa: quais os discursos que se encontram materializados nos slogans dos dois últimos governos baianos – o governo Paulo Solto e o governo Jaques Wagner? Para responder a essa pergunta, elaboramos as seguintes hipóteses de trabalho: 1) o *ethos* e a cenografia materializados nesses slogans são planos de análise que

⁹² Este trabalho apresenta os resultados finais da monografia, apresentada ao Curso de Especialização em Linguística, realizado entre os meses de março a novembro de 2010, na Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia, *campus* de Vitória da Conquista.

⁹³ Aluno do curso de Especialização em Linguística, UESB, *campus* de Vitória de Conquista.

⁹⁴ Doutora em Linguística. Professora dos Cursos de Graduação em Letras Modernas e em Letras Vernáculas, da Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia (UESB). Orientadora da monografia que deu origem ao presente artigo.

contribuem na identificação do(s) discurso(s) que circulam no campo político-midiático, campo ao qual os slogans estão relacionados; e 2) os discursos materializados nos referidos slogans estão intrinsecamente relacionados a uma certa memória discursiva, ou a um interdiscurso, que determina o que cada um desses governos, a partir de suas bases político-ideológicas, podem e devem dizer.

MATERIAL E MÉTODOS

O *corpus* do trabalho foi constituído por quatro slogans bastante utilizados nas duas últimas gestões do Governo do Estado da Bahia. Trata-se de um material divulgado no rádio, na TV, em muros, em outdoors, etc., e que está ligado aos órgãos públicos das duas gestões analisadas.

Quanto ao referencial teórico, recorreremos aos trabalhos de Dominique Maingueneau. Em relação aos estudos sobre o conceito de interdiscurso, especificamente no que se refere aos enunciados publicitários, verifica-se que o campo publicitário faz emergir diferentes níveis do interdiscurso, pois, no caso do referido campo, a relação entre interdiscurso e intradiscurso é, em muitos casos, a base para compreensão do texto que está sendo veiculado.

No que diz respeito ao ethos, este é um objeto de estudo das ciências sociais e também da Análise de Discurso e pode ser definido como “a imagem de si que o locutor constrói em seu discurso” (MAINGUENEAU 2004. p, 220).

Em relação ao conceito de cenografia, esta pode ser definida como aquela que representa o que “um discurso faz de sua própria situação de enunciação” (Maingueneau, 2004, p.95). Ainda em relação à cenografia, Maingueneau afirma que ela desloca o quadro cênico (cena englobante e cena genérica) para um segundo plano.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

As análises confirmaram indicam uma diferença entre os sujeitos discursivos de ambos os governos e revelam posições institucionais que se distanciam em virtude de uma “ideologia partidária”.

Em relação ao ethos materializado nos slogans do governo Paulo Souto, cria-se não só a imagem de um enunciador competente, como também se demarca a força do poder executivo estadual, mostrando que este está presente em todo limite geográfico da Bahia. No caso dos slogans do governo de Jaques Wagner, há vários indícios que apontam para constituição de um governo de esquerda. Nesse sentido, os slogans do governo Wagner estão sempre ligados a uma suposta igualdade social, que se fundamenta em uma memória discursiva marcada pelos ideais do socialismo. Trata-se, portanto, da imagem de um enunciador destemido, e corajoso, pois “faz mais pra quem mais precisa”.

No que diz respeito à cenografia, os quatro slogans analisados instauram uma cenografia que é comum ao gênero slogan: eles se inscrevem como uma espécie de enunciação proverbial ou mesmo como um tipo de aforismo. Nesse sentido, verificamos que os slogans, de forma geral, mostram-se como uma verdade absoluta, incontestável ou, como afirma Maingueneau (2010, p. 14), “como uma forma de dizer puro, quase próxima de uma consciência”. É por isso que, ainda segundo Maingueneau, “o ‘aforizador’ assume o ethos do locutor que está no alto, do indivíduo autorizado, em contato com uma Fonte transcendente” (*idem, ibidem*). Nesse sentido, verifica-se uma integração entre ethos e cenografia na constituição do dispositivo enunciativo dos slogans.

Vale salientar, por fim, que as condições de produção são essenciais para compreensão e para análise dos referidos slogans. Por isso, Souto, que segue uma trajetória ligada à chamada direita conservadora neoliberal, só poderia ter, em seu governo, slogans relacionados à centralização governamental. Já, Wagner, que, por sua

vez, foi eleito no mesmo período em que o Presidente Luiz Inácio Lula da Silva foi reeleito, mantém uma clara associação estrutural e ideológica de seus slogans com os principais slogans do Governo Federal, pois os dois governos (o Estadual de Wagner e o Federal de Lula) pertencem ao mesmo partido político, o PT, e materializam uma mesma ideologia. Em síntese, os contrastes entre os slogans das duas gestões governamentais baianas implicam Formações Discursivas distintas.

CONCLUSÕES

As análises mostraram que os indícios encontrados ajudam a explicar o funcionamento discursivo dos quatro slogans investigados. Nesse caso, verificamos que a constituição dos slogans é regida por uma posição institucional, ligada a partidos políticos e, conseqüentemente, a certas ideologias que figuram em nossa cena política. Entretanto, essa relação não é óbvia, pois há sempre a possibilidade da irrupção do acontecimento sobre a estrutura.

REFERÊNCIAS

MAINGUENEAU, D. **Aforização – enunciados sem texto? In: SOUZA-SILVA, M. C. P. de; POSSENTI, S. (Org.). Doze conceitos em análise do discurso. Trad. Adail Sobral (et. al.).** São Paulo: Parábola Editorial, 2010. p. 9-24.

PÊCHEUX, M. **O Discurso: Estrutura ou Acontecimento - Tradução: Eni P. Orlandi.** Campinas: Pontes, 1997 [1ª edição: 1983].