

FUNDAÇÃO OSWALDO ARANHA
CENTRO UNIVERSITÁRIO DE VOLTA REDONDA
CURSO DE GRADUAÇÃO EM JORNALISMO
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

IGOR ALTOMARE NEVES

**DISCURSOS DE CAMPANHA, NO TWITTER, DE FERNANDO
HADDAD E JAIR BOLSONARO – ELEIÇÕES PRESIDENCIAIS DE
2018: A CONSTRUÇÃO DO *ETHOS* ENUNCIATIVO**

VOLTA REDONDA

2019

FUNDAÇÃO OSWALDO ARANHA
CENTRO UNIVERSITÁRIO DE VOLTA REDONDA
CURSO DE GRADUAÇÃO EM JORNALISMO
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

**DISCURSOS DE CAMPANHA, NO TWITTER, DE FERNANDO
HADDAD E JAIR BOLSONARO – ELEIÇÕES PRESIDENCIAIS DE
2018: A CONSTRUÇÃO DO *ETHOS* ENUNCIATIVO**

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado ao Curso de Jornalismo do
UniFOA como requisito à obtenção do título
de bacharel em Jornalismo

Aluno: Igor Altomare Neves

Profª Drª Claudia Maria Gil Silva

VOLTA REDONDA

2019

FOLHA DE APROVAÇÃO

Trabalho de Conclusão de Curso intitulado ANÁLISE DOS DISCURSOS DE CAMPANHA NO TWITTER DOS PRESIDENCIÁVEIS FERNANDO HADDAD E JAIR BOLSONARO, NO SEGUNDO TURNO DAS ELEIÇÕES DE 2018 E A CONSTRUÇÃO DO *ETHOS* ENUNCIATIVO elaborado por Igor Altomare Neves apresentado publicamente perante a Banca Avaliadora, como parte dos requisitos para conclusão do curso de Jornalismo.

Aprovado em 05 de novembro de 2019.

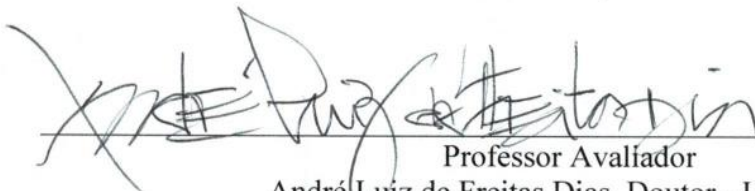
Banca Avaliadora:



Professora Orientadora
Claudia Maria Gil Silva, Doutora – UniFOA



Professora Avaliadora
Rebeca Baltazar Chaves, Mestre – UniFOA



Professor Avaliador
André Luiz de Freitas Dias, Doutor - UniFOA

À minha bisavó, dona Esthelina Conde

AGRADECIMENTOS

O que afirmo nestas linhas, não se enganem, dizem muito mais do que possam imaginar. É, pois, a manifestação de uma história com: início, meio e (agora) o fim de um ciclo; com personagens, trama e espaço-tempo definidos. O privilégio de uma graduação no Brasil hoje é um luxo sonhado por muitos e concretizado por poucos, cada vez mais. Por essa fortuna, sou imensamente grato à minha bisavó, dona Esthelina Conde, que no auge dos seus 95 anos nunca cessou de investir no futuro de cada bisneto e tataraneto. Ademais, meus agradecimentos mais especiais à minha família: aos meus pais Rodger Neves e Alessandra Assunta Altomare, pelo apoio infindável, mesmo nos momentos de maior dúvida, à minha irmã Eduarda e a todos os meus avós, os quais gozo do prazer de tê-los todos juntos a mim: os paternos Sr. Nilson Neves e Sr^a Itaiacy Chaves; e os maternos *Signore* Altomare Vittorio e Sr^a Cely do Nascimento. Agradeço, ainda, a todos meus tios e tias; primos conterrâneos e também além-mar (*un saluto speciale alla mia meravigliosa famiglia italiana*) - meus primeiros melhores amigos. Aos muitos que vêm e que vão, mas nunca em vão; aos

verdadeiros, mas verdadeiros – amigos! Em especial a Tawane Brasil, Waleska Pires (*deu tudo certo!*), Bárbara Dalboni, Luisa Soares e Letícia Lago. Às guardiãs da Biblioteca do Aterrado, Maria José, Taiane e Dayane, que não mediram esforços para nos ajudar. À professora Claudia Gil, que aceitou a farda de uma orientação, mesmo quando não pretendia orientar nenhum aluno e trilhou essa trajetória ao meu lado, alicerçando-me incessantemente, em todos os momentos; além, claro, de todos os demais mestres que cruzaram meu caminho nessa jornada, sem os quais eu não estaria aqui, pois se consegui ver mais longe foi por estar sobre ombros de gigantes. Por último, mas não menos importante, agradeço a Gabriel García Márquez, o grande Gabo, por ter escrito a obra-prima atemporal *Cem anos de solidão*. Muito obrigado!

*Quem anda no trilho é trem de ferro.
Sou água que corre entre pedras
- liberdade caça jeito.*

Manoel de Barros

RESUMO

A vitória da direita nas urnas brasileiras, em 2018, foi um dos mais acirrados pleitos do Brasil, e interrompeu uma hegemonia petista de 13 anos no Planalto com a eleição do então deputado federal Jair Bolsonaro (PSL) contra Fernando Haddad (PT). Em decorrência da facada sofrida pelo candidato pelo PSL, o seu não comparecimento nos debates com Fernando Haddad na TV levou a campanha eleitoral a predominar-se no âmbito digital, reconfigurando a *forma* de se fazer campanha. Para tanto, o trabalho se propõe a analisar a construção discursiva veiculada no Twitter, pelos presidenciáveis, durante o segundo turno das Eleições de 2018, e identificar o *ethos* enunciativo forjado por cada um desses candidatos. Portanto, objetivamos compreender e identificar as características do Twitter enquanto espaço digital, além de entender e aplicar as teorias da Análise do Discurso (AD), em especial de linha francesa, a fim de observar como as estratégias argumentativas auxiliaram os candidatos a persuadirem o eleitorado e, dessa forma, construir o *ethos* enunciativo, ou seja, a autoimagem transmitida através do discurso. O intuito da pesquisa acerca do tema abordado neste estudo se deu por influência do contexto pelo qual o Brasil e, conseqüentemente, todos os brasileiros passavam.

PALAVRAS-CHAVE: Análise do Discurso (AD). *Ethos*. Webjornalismo. Política.

ABSTRACT

The victory of the right hand in the Brazilian 2018 Election was one of the fiercest election campaigns in Brazil, which interrupted a 13-year hegemony of the Partido dos Trabalhadores (PT) in the Planalto with the election of the then congressman Jair Bolsonaro (PSL) against the petist Fernando Haddad (PT). Due to the stabbing suffered by the candidate by the PSL, his non-attendance in the debates with Fernando Haddad on TV led the election campaign to predominate digitally, reconfiguring the “way of making campaign”. To this end, the present work proposes to analyze the discursive construction conveyed on Twitter by the presidential candidates during the second round of the 2018 Elections, and to identify the enunciative *ethos* forged by each of these candidates. Therefore, we aim to understand and identify the characteristics of Twitter as a digital space, as well as to understand and apply the theories of Discourse Analysis (AD), especially from France, in order to observe how the argumentative strategies assisted the candidates to persuade the electorate, and thus to build the enunciative *ethos*, which is the self-image transmitted through the discourse. The purpose of the present research on the theme addressed in this study was influenced by the context in which Brazil and, consequently, all Brazilians were going through.

Keywords: Discourse Analysis (DA). *Ethos*. Web journalism. Politics.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	13
2 A VIDA EM REDE: A INTERNET E SUAS VERTENTES.....	21
2.1 O surgimento da internet	21
2.2 Os tipos de web: 1.0, 2.0 e a 3.0	25
2.3 Mídias digitais e redes sociais na Internet	30
2.4 A conversa na rede: as redes sociais e o Twitter	33
3 LINGUAGEM: INTRODUÇÃO A UMA INQUIETUDE DOS SERES	39
3.1 A linguagem e seus caprichos: a Linguística	40
3.2 O Discurso: tessitura da linguagem.....	43
3.2.1 Enunciado, enunciação... e texto	44
3.2.2 Entre a língua e a fala, o discurso: da etimologia ao método.....	46
3.2.3 Ideologia: um debate histórico	49
3.2.4 Língua(gem): uma via de ideologias	53
3.2.5 O método: a Análise do Discurso e a França.....	55
4 POLÍTICA, DISCURSO E SOCIEDADE	59
4.1 Organização social grega.....	60
4.2 Esfera pública: as <i>ágoras</i>	62
4.3 Estratégia do discurso: a retórica aristotélica	64
4.4 Tratado da Argumentação: a Nova Retórica	68
4.5 Discurso político.....	71
4.5.1 <i>Ethos</i> discursivo: espelho de Narciso	75
5 FORMAÇÃO E COMPREENSÃO DA OPINIÃO PÚBLICA	78
5.1 Opinião pública: um breve histórico.....	78
5.2 Esfera Pública habermasiana	81
5.2.1 Esfera Pública: novos rumos na Era Digital?	85
5.3 Contexto político-eleitoral brasileiro na Eleição de 2018.....	91

6 QUESTÕES PERTINENTES DA ELEIÇÃO DE 2018	97
Figura 4: Linha do tempo da Eleição presidencial brasileira de 2018	97
6.1 Estratégias argumentativas: os critérios para a Análise do Discurso .	99
6.1.1 Modalizadores.....	100
6.1.2 Operadores argumentativos.....	101
6.1.3 Anáfora e catáfora.....	101
6.2 A análise dos pronunciamentos no Twitter	102
7 CONCLUSÃO	125
8 REFERÊNCIAS.....	128

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Tuite de Haddad sobre ausência de Bolsonaro nos debates	95
Figura 2: Tuite de Haddad sobre ir à enfermaria debater com Bolsonaro	95
Figura 3: Matéria online da Veja sobre Haddad querer debater com Bolsonaro na enfermaria de hospital	95
Figura 4: Linha do tempo da Eleição presidencial brasileira de 2018	97
Figura 5: @Haddad_Fernando - <i>Print</i> da conta oficial do candidato Fernando Haddad (PT), no Twitter	98
Figura 6: @jairbolsonaro - <i>Print</i> da conta oficial do candidato Jair Bolsonaro (PSL), no Twitter.....	98
Figura 7: Tuite nº 1 de Haddad em 08/10/18.....	102
Figura 8: Tuite nº 2 de Haddad em 08/10/18.....	103
Figura 9: Tuite nº 1 de Bolsonaro em 08/10/18	105
Figura 10: Tuite nº 2 de Bolsonaro em 08/10/18	105
Figura 11: Tuite nº 1 de Haddad em 09/10/18.....	107
Figura 12: Tuite nº 2 de Haddad em 09/10/18.....	108
Figura 13: Tuite nº 1 de Bolsonaro em 09/10/18	110
Figura 14: Tuite nº 2 de Bolsonaro em 09/10/18	111
Figura 15: Tuite de Haddad em 23/10/18	113
Figura 16: Tuite de Bolsonaro em 23/10/18	115
Figura 17: Tuite de Haddad em 24/10/18.....	116
Figura 18: Tuite de Bolsonaro em 25/10/18	118
Figura 19: Tuite de Haddad em 26/10/18.....	120
Figura 20: Tuite de Bolsonaro em 26/10/18	122
Figura 21: Tuite de Bolsonaro em 27/10/18	123

1 INTRODUÇÃO

Nos últimos anos, o mundo vem observando o despertar de uma corrente ideológica que jazia em segundo plano na representação de poder nas disputas presidenciais, em especial dentro de um grupo de países constituintes das principais democracias do Ocidente.

O italiano Norberto Bobbio (1995), em *Direita e esquerda*, afirma que há exemplos de díades¹ em todos os campos do saber, empenhando-se, na obra, em caracterizar a díade direita e esquerda como termos antitéticos historicamente designados para caracterizar “o contraste entre as ideologias e entre os movimentos em que se divide o universo, eminentemente conflitual, do pensamento e das ações políticas” (BOBBIO, 1995, p. 31).

As últimas campanhas presidenciais, em boa parte das democracias ocidentais – e também eleições de primeiros-ministros, chefes de governos em regime parlamentarista – têm representado uma inquietude da direita no mundo. Dessa forma, empenhar-nos-emos a contextualizar o referido cenário político que começou a ser moldado neste lado do mundo no qual vivemos.

Em uma sequência de acontecimentos, vale lembrar a eleição do republicano Donald Trump à presidência dos Estados Unidos, em 09 de novembro de 2016, em que o empresário americano venceu a rival democrata Hillary Clinton no sistema eleitoral estadunidense, após protagonizarem “uma disputada e agressiva campanha de quase dois anos, marcada por ofensas e ataques pessoais”². Tal acontecimento, segundo Luis Miguel da Vinha (2017), tomou o mundo de surpresa, pois “contrariando a maior parte das expectativas e sondagens, Trump conseguiu

¹ Entende-se díade por: um grupo de dois; par.

² Mais em: Donald Trump vence Hillary Clinton e é eleito presidente dos EUA. O Globo, São Paulo, nov. 2016, Mundo, p. 1. Disponível em: <<http://g1.globo.com/mundo/eleicoes-nos-eua/2016/noticia/2016/11/donald-trump-vence-hillary-clinton-e-e-eleito-presidente-dos-eua.html>>. Acesso em: 10 maio 2019.

conquistar 306 votos no colégio eleitoral norte-americano e tornar-se o 45º presidente dos EUA”³ (VINHA, 2017, p. 07).

Cruzando o Atlântico, partindo da América do Norte e aterrissando no Velho Continente, desde 2017 a Europa tem vivenciado diversas disputas políticas em função da ebulição quase onipresente da direita e extrema-direita em alguns países. O primeiro a ganhar destaque é a Holanda, que em 16 de março de 2017 alarmou a União Europeia (UE) e o mundo com a iminente vitória da extrema-direita, representada pelo candidato Geert Wilders, embora o então primeiro-ministro e liberal de direita, Mark Rutte, tenha vencido o rival nas urnas, com 33 cadeiras no Parlamento⁴.

Por fim, chega a hora e a vez do Brasil. A maior democracia sul-americana – e latina – elegeu, em 28 de outubro de 2018, o então deputado federal e presidenciável, Jair Bolsonaro⁵, ao posto de 38º presidente da República. A corrida presidencial que se deu entre o candidato do partido PSL, Jair Bolsonaro, e o candidato do PT, Fernando Haddad, foi marcada pela polarização intensa do eleitorado brasileiro. O sociólogo Clemente Ganz Lúcio (2018), do Instituto Humanitas Unisinos (IHU), chama a atenção para o grande movimento de radicalização revelado pela Eleição de 2018, o qual é afirmado através do voto e das posições do eleitorado. Lúcio (2018) menciona, ainda, a respeito da atuação das redes sociais nesse processo.

De um lado, um processo que expressa mais de uma década de contínuo, intenso e progressivo ataque ao PT e ao presidente Lula e, de outro lado, a construção de uma candidatura, com fortíssima presença nos últimos três anos nas redes sociais, que agride pessoas, grupos, políticas e direitos e enaltece todas as formas de violência (LÚCIO, 2018).

³ Luis da Vinha afirma que, embora a vitória, o republicano Trump “perdeu o voto popular por quase três milhões de votos para Hillary Clinton que, apesar disso, apenas conseguiu assegurar 232 votos no colégio eleitoral americano” (VINHA, 2017, p. 07).

⁴ Para saber mais, acessar em: <https://brasil.elpais.com/brasil/2017/03/15/internacional/1489561367_230277.html>. Acesso em 15 mai 2019.

⁵ Para a campanha presidencial, “Bolsonaro trocou no início do ano o PSC do Pastor Everaldo, pelo PSL, legenda que hoje conta, além dele, com apenas outros sete deputados federais. Antes, passou por outros cinco partidos: PPB, PDC, PPR, PFL, PTB e PP” (FOLHA DE SÃO PAULO, 2018).

De fato, a vitória da direita nas urnas na Eleição de 2018 marcou o Brasil, pois colocou fim a uma saga petista de 13 anos⁶ no Planalto. Luis Felipe Miguel (2018), em *A reemergência da direita brasileira*, afirma que, apesar de tantos anos com o PT em evidência no cenário político nacional, a direita brasileira⁷ nunca deixou de existir; pelo contrário, ele acrescenta que “reemergência” assinala a “visibilidade e a relevância crescentes de grupos que assumem sem rodeios um discurso conservador ou reacionário. Foi um fenômeno que, não por acaso, ocorreu ao longo do ciclo de governos petistas” (MIGUEL, 2018, p. 15).

Com a reeleição da ex-presidente Dilma Rousseff, em 2014, o país viu o período de bonança econômica se esvaír. Em 2013, um ano antes da reeleição, Dilma encarrou uma das primeiras manifestações de descontentamento em massa dos brasileiros. Durante a chamada “Jornada de Junho” ou “Junho de 2013”, as ruas do Brasil foram tomadas por manifestantes contrários ao aumento das tarifas de ônibus. Em sequência, os protestos se encorpam e mobilizaram cidadãos insatisfeitos quanto à qualidade dos serviços prestados pelo governo, principalmente pontos sensíveis tais como educação e a saúde, além do problema crônico da corrupção, entre outros.

Em entrevista à revista Galileu, o sociólogo e professor da USP, Ruy Braga, afirmou que:

A onda de insatisfação reverberou na presidente Dilma Rousseff, que tinha aprovação de 57% e viu sua popularidade cair à metade naquele mês. As ruas, historicamente ocupadas pela esquerda, também passaram a ser disputadas por grupos que se opunham tanto ao Partido dos Trabalhadores (PT) quanto aos demais movimentos esquerdistas que faziam oposição aos governos petistas. Diferentes analistas consideram que as megamobilizações pró-impeachment de 2016 foram gestadas naqueles dias de junho (GALILEU, 2018).⁸

⁶ Segundo o portal de notícias UOL (2018), o PT ascendeu ao poder pela primeira vez com a eleição do ex-presidente Lula em 2002. “A chegada do PT ao poder em 2003, é o ponto alto da história do PT. Ela inaugurou um período de quase 14 anos de hegemonia na chefia do país. Lula foi eleito e reeleito (2002 e 2006), assim como Dilma Rousseff (2010 e 2014). Esse comando só acabou em 2016, quando Dilma foi afastada por meio de um processo de impeachment” (UOL, 2018).

⁷ Não negligenciaremos o fato de que, pelo contrário, a direita é onipresente na história do Brasil, uma vez que tivemos um breve interregno entre o Estado Novo (1937-1946), de Getúlio Vargas, e a Ditadura Militar (1964-1985). Desde este último período, reavivamos a democracia, reestabelecida com a promulgação da Constituição de 1988, conhecida como a Carta Cidadã.

⁸ Para mais, acessar: < <https://revistagalileu.globo.com/Revista/noticia/2018/06/manifestacoes-de-junho-de-2013-completam-cinco-anos-o-que-mudou.html>>.

No primeiro ano do segundo mandato (2014), reeleita após uma disputa eleitoral acirrada no segundo turno contra o tucano Aécio Neves (PSDB), Dilma afirmou que “não faria cortes em áreas sociais sensíveis, nem mexeria em direitos trabalhistas” (FALCÃO; ARGUELHES; PEREIRA, 2017, p. 19). Contudo, com um mês de governo, as reformas anunciadas vieram de encontro às promessas de campanha. Em decorrência disso e devido a simultaneidade dos casos de corrupção que vieram à tona pela Operação Lava Jato, em 02 de dezembro de 2015 é autorizada abertura de processo de *impeachment*⁹ contra Dilma Rousseff por crimes de responsabilidade, intitulado “pedaladas fiscais” e após 273 dias, precisamente em 31 de agosto de 2016, o processo se encerrou, “tendo como resultado a cassação do mandato, mas sem a perda dos direitos políticos de Dilma” (SENADO FEDERAL, 2016).

Simultâneo à agitação política no Brasil, os Estados Unidos também vivenciavam um momento conturbado. Àquela altura, o republicano Donald Trump e a democrata Hillary Clinton travavam uma das disputas mais acirradas e controversas da história americana, marcada por insultos, ataques e declarações polêmicas (ÉPOCA, 2016).

A repercussão da vitória do empresário Donald Trump, “o antipolítico que brilhou entre desacreditados do establishment” (ÉPOCA, 2016), dividiu opiniões, mas também suscitou elogios de apoiadores ao redor do mundo. No Brasil, o deputado federal Jair Bolsonaro (PSC-RJ) comemorou o fato no Twitter e na manhã de 9 de novembro de 2016, o parlamentar tuitou em sua conta @jairbolsonaro: “Parabéns ao povo dos EUA pela eleição d @realDonaldTrump. Vence aquele q lutou contra ‘tudo e todos’. Em 2018 será o Brasil no mesmo caminho”. O pronunciamento do deputado na rede social confirmou as especulações de que ele seria candidato ao Planalto nas eleições de 2018.

Em agosto de 2018, a campanha eleitoral brasileira teve início com 13 candidatos à Presidência da República e consideramos que quatro fatores merecem destaque e especial enfoque: 1) o ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva, preso em

⁹ *Impeachment*, em inglês, ou “impedimento”, na forma aportuguesada, diz respeito a um processo de impedimento.

Curitiba¹⁰, teve seu registro de candidatura rejeitado, sendo substituído por Fernando Haddad¹¹; 2) o candidato Jair Bolsonaro foi alvo de uma facada¹² durante ato de campanha em Juiz de Fora (MG); 3) o fundo partidário dos partidos e fim das doações de empresas; e 4) horário de propaganda no rádio e TV pelos partidos.

Segundo o portal do TSE (2018), em 07 de outubro¹³, Jair Bolsonaro foi o primeiro colocado no primeiro turno da eleição, com 46,03% dos votos válidos (49.276.990) contra 29,28% (31.342.005) de Fernando Haddad. O segundo turno, com campanha política no período 07 a 28 de outubro, mostrou uma corrida presidencial com marcos inéditos na política recente do país, como a primeira eleição sem doações de empresas, conforme determinação do STF; a ausência do debate nos principais canais de televisão; e atentado à vida de um candidato.

O Partido dos Trabalhadores (PT) tinha uma fatia grande de recursos públicos para campanha, com dois minutos e 23 segundos no horário eleitoral e 189 inserções na televisão, ao passo que o Partido Social Liberal (PSL) apenas oito segundos e 11 inserções. No entanto, a estratégia adotada pelo partido de Jair Bolsonaro para transcender os limites de veiculação de imagem e campanha na TV e rádios foi extremamente eficaz ao recorrer às redes sociais, pois ambiente economicamente mais barato, viável e de acesso ilimitado.

O resultado do segundo turno das Eleições saiu no domingo, dia 28 de outubro de 2018, confirmando a previsão das pesquisas de boca de urna: Bolsonaro é eleito presidente com 57.796.986 dos votos válidos (55,13%) contra 47.038.963 dos votos válidos de Fernando Haddad (44,87%). Com a vitória da direita, que estava longe do Palácio do Planalto desde o fim dos anos de chumbo da Ditadura Militar (1964-1985), pudemos observar a ocorrência de uma peculiaridade no âmbito comunicacional devido a uma reconfiguração na *forma* de se fazer campanha.

¹⁰ O ex-presidente foi condenado a 12 anos e um mês de prisão por corrupção passiva e lavagem de dinheiro no caso do triplex em Guarujá (SP), na Operação Lava Jato, pelo Tribunal Regional Federal da 4ª região (TRF-4) (O GLOBO, 2018).

¹¹ Em resposta ao indeferimento da candidatura de Lula, o PT confirmou em 11 de setembro a elevação de Haddad à condição de presidenciável e a deputada estadual Manuela D'Ávila (RS) à vaga de vice (O GLOBO, 2018).

¹² Durante ato de campanha, o candidato Jair Bolsonaro foi alvo de uma facada em meio ao público, em Juiz de Fora, no sul de Minas Gerais, em 6 de setembro de 2018. Bolsonaro ficou internado 23 dias. O agressor, Adélio Bispo, foi preso (O GLOBO, 2018).

¹³ Dia de votação do primeiro turno (07/10/18), de 8h às 17h.

Marcada pelo realocamento da voz do sujeito político (no caso, os presidenciais) da já tradicional mídia de comunicação, como a televisão, para as Novas Tecnologias da Comunicação (TICs), como por exemplo, a rede social objeto de pesquisa neste trabalho, o Twitter, o modo de se fazer política no Brasil, havia, definitivamente, mudado.

Isso posto, cabe-nos apontar que esta pesquisa objetivou realizar uma análise da construção discursiva de ambos os presidenciais, Fernando Haddad (PT) e Jair Bolsonaro (PSL), em suas respectivas contas do Twitter, durante o segundo turno das eleições presidenciais de 2018 no Brasil, com foco nas estratégias argumentativas utilizadas por ambos os candidatos, a fim de decalcar o *ethos* enunciativo forjado nessa mídia.

A questão que motivou este trabalho levou em consideração que, com o advento das novas tecnologias da comunicação, é de praxe esperar que o cidadão do século XXI (um receptor ativo multilateral de informação) receba a todo tempo conteúdo informacional midiático de diferentes meios de comunicação e, em decorrência, o discurso se configura aos moldes do *meio*, como por exemplo, no Twitter, servidor que consiste em um *microblogging* que permite a troca e exposição de ideias em âmbito privado de acesso ou em modo público e de cujo espaço cibernético selecionamos o *corpus* desta pesquisa, que será analisado sob o enfoque das teorias da Análise do Discurso (AD) de linha francesa, objetivando-se decalcar o(s) *modelo(s)* estabelecido(s) pela rede social citada, ou seja, a sua forma de se fazer campanha.

Por isso, nossa hipótese foi que observou-se uma reconfiguração, uma mudança na forma de se fazer campanha eleitoral, visto que as redes sociais trazem a ideia de aproximação do candidato com o eleitor por meio de uma relação, em tese, mais direta. Também o baixo custo de uma campanha na internet vai ao encontro da ideia do “não político convencional”, falsamente despretensioso e afetadamente modesto, capaz de construir uma imagem do enunciador bastante diversa da que se via até então. A internet, em especial o Twitter, é campo fértil para propagação e defesa de ideais, principalmente durante uma campanha eleitoral. Vale destacar, inclusive, que em 2018 o orçamento de gasto com campanha política foi reduzido e alguns partidos, como o PSL do presidencial Jair Bolsonaro, por

exemplo, tinha pouco tempo para divulgar seu programa de governo eleitoral na televisão aberta.

Sobre o *ethos*, Ruth Amossy (2005, p.18) afirma: “os antigos designavam pelo termo *ethos* a construção de uma imagem de si destinada a garantir o sucesso do empreendimento oratório”. Eduardo (2014) conceitua o *ethos* como a construção da autoimagem pelo indivíduo e, no ambiente político, a manutenção de uma boa imagem se torna um fator estratégico fundamental a fim de que se possa alcançar os objetivos almejados a partir do lançamento de candidatura.

Assim, dentre nossos objetivos específicos, empenhamo-nos em 1) compreender e identificar as características do Twitter enquanto espaço digital, em que é possível se expressar, defender ideias e politizar; 2) aplicar as teorias da Análise do Discurso (AD), em especial de linha francesa, a qual fundamentará a análise dos pronunciamentos de ambos os candidatos presidenciais de modo a identificar o *ethos* construído no discurso; 3) investigar, identificar e qualificar os componentes argumentativos no discurso de ambos os candidatos, comparando as distintas maneiras que o discurso político assume no Twitter. Em outras palavras, evidenciar os moldes que o discurso político ganhou nesse meio (midiático) por candidatos de ideologias tão opostas; e, por fim, 4) verificar a relação do advento das novas tecnologias da comunicação como espaço para divulgação de campanha eleitoral e política.

O intuito da pesquisa se deu por influência do contexto pelo qual o Brasil e, conseqüentemente, todos os brasileiros passavam: no final de 2018, quando o alvoroço das campanhas eleitorais ainda perdurava tanto na agenda pública quanto no meio midiático, principalmente pelo fato de ser eleição presidencial, isso deveria mobilizar todos os cidadãos brasileiros na participação e no estudo acerca dos candidatos. Assim, a recorrente denúncia de *fake news* cada vez mais crescente nas campanhas mundo afora e no Brasil também nos conduziram à investigação dos discursos dos candidatos, uma vez que a condição de estudante de Comunicação Social, com habilitação em Jornalismo, direciona o olhar para o estudo das mídias sociais, dos discursos políticos veiculados por elas e por meio da imprensa impressa tradicional e, mais atualmente, das novas tecnologias da comunicação.

A respeito da metodologia adotada, o vigente trabalho foi composto de pesquisa bibliográfica, pesquisa documental e descrição de métodos e técnicas. Para a pesquisa bibliográfica, tomamos os conceitos de Análise do Discurso (AD), de linha francesa, a fim de aplicarmos teorias desse estudo nos pronunciamentos dos candidatos à Presidência da República durante o segundo turno da Eleição de 2018, por meio do Twitter. Para a pesquisa documental, selecionamos os *tweets* (declarações dos usuários da rede, ou, no caso desta pesquisa, os “pronunciamentos” dos presidentiáveis) de Jair Bolsonaro e Fernando Haddad durante o segundo turno da Eleição, de 08 de outubro a 28 de outubro de 2018.

Os métodos e técnicas se deram através do acesso à conta dos respectivos candidatos, por meio de um registro de tela (*screenshot*, ou *print*) foi realizado no período de tempo que compreende o segundo turno da Eleição de 2018 (07 de outubro a 28 de outubro). Portanto, todos os *tweets* disponibilizados ao público no referido intervalo de 04 (quatro) semanas do mês de outubro de 2018 (campanha eleitoral em segundo turno) foi registrado e transcrito em documento do Word a fim de que a análise dos discursos fosse facilitada (questão de manuseio de material, pois as imagens “printadas” das páginas do Twitter não permitem separar os *tweets* que de fato serão úteis para a análise proposta).

Para a análise nos pronunciamentos (*tweets*) proferidos por ambos os presidentiáveis, excluimos os *retweets* de apoiadores, textos acompanhados de imagens de campanha, vídeos e outros conteúdos de caráter audiovisual, a fim de não se fazer necessário uma análise também semiótica do discurso (salvo *hashtags* e *emojis*), destacando-se, dessa forma, apenas os textos “crus”, por assim dizer.

2 A VIDA EM REDE: A INTERNET E SUAS VERTENTES

No presente capítulo será apresentada uma contextualização sobre o surgimento da Internet e, em seguida, do desenvolvimento da web e seus tipos neste meio, visto que, atualmente, esta encontrou solo fértil no âmbito digital e o casamento de ambos só visa a crescer. Porém, antes de falarmos de Internet e, principalmente, da forma como a concebemos hoje, vale realizar uma volta ao tempo e analisar os passos que resultaram no que conhecemos atualmente como a World Wide Web, a WWW.

2.1 O surgimento da internet

“Só depois que a tecnologia inventou o telefone, o telégrafo, a televisão, a internet, foi que se descobriu que o problema de comunicação mais sério era o de perto”.
Millôr Fernandes

Segundo o espanhol Manuel Castells (1999), na obra *A sociedade em rede*, mesmo que as principais descobertas eletrônicas tenham ocorrido ao longo da Segunda Grande Guerra e no período seguinte com o primeiro computador programável, “o verdadeiro cerne da revolução da tecnologia da informação no século XX”, foi apenas na década de 1970 que “as novas tecnologias da informação se difundiram amplamente, acelerando seu desenvolvimento sinérgico e convergindo em um novo paradigma” (CASTELLS, 1999, p. 76).

Consideramos tal contextualização pertinente, pois embasa o estudo a fim de explicar como a Internet que conhecemos hoje se originou.

Cada grande avanço em um campo tecnológico específico amplifica os efeitos das tecnologias da informação conexas. A convergência de todas essas tecnologias eletrônicas no campo da comunicação interativa levou à criação da Internet, talvez o mais revolucionário meio tecnológico da Era da Informação (CASTELLS, 1999, p. 82).

Diferentemente do que se imagina, a Internet é fruto da combinação de esforços estratégicos militares, coadjuvação científica (desempenho cooperativo da comunidade científica), iniciativa tecnológica e inovação contracultural. “A Internet teve origem no trabalho de uma das mais inovadoras instituições de pesquisa do

mundo: a Agência de Projetos de Pesquisa Avançada (ARPA) do Departamento de Defesa dos EUA” (CASTELLS, 1999, p. 82).

Eduardo Vieira (2003) afirma, em *Os bastidores da Internet no Brasil*, que “o embrião que hoje é a maior rede de comunicação do planeta nasceu em setembro de 1969. Surgiu, quem diria, pelas mãos de militares” (VIEIRA, 2003, p. 03) e, para Castells, a concepção da Internet que conhecemos hoje é diferente de quando foi criada. O mundo se encontrava bipolarizado pela díade antitética ideológica dos países vencedores da Segunda Guerra Mundial: o capitalismo chefiado pelos Estados Unidos (EUA) e o socialismo encabeçado pela União Soviética (URSS).

No período do pós-guerra, conhecido como Guerra Fria (alusão a uma guerra sem conflitos armados ou movimentações de ataque por ambos os lados, mas por uma corrida espacial e ferrenha disputa intelectual e tecnológica pelas potências), ocorre o lançamento do primeiro satélite em órbita espacial, o *Sputnik*, pelos soviéticos no final da década de 1950, o qual:

Assustou os centros de alta tecnologia estadunidenses, e a ARPA empreendeu inúmeras iniciativas ousadas, algumas das quais mudaram a história da tecnologia e anunciaram a chegada da Era da Informação em grande escala (CASTELLS, 1999, p. 82).

Uma das iniciativas partiu de um conceito criado por Paul Baran de “criar um sistema de comunicação invulnerável a ataques militares” (CASTELLS, 1999, p. 82).

De acordo com Vieira (2003):

Na época a situação não era das mais tranquilas na América do Norte: quase cinco anos após a ascensão de Leonid Brejnev (URSS), os norte-americanos enfrentavam uma difícil guerra contra os vietnamitas, observavam com temor a ascensão do comunismo na China e perdiam terreno na guerra fria. A essa altura do campeonato, na verdade, o jogo já estava 3x0 para a URSS: os camaradas haviam colocado o primeiro satélite em órbita espacial, o *Sputnik*; haviam mandado o primeiro ser vivo literalmente para o espaço, a cadela Laika; e colocado a frase “A Terra é azul” na boca do primeiro astronauta, Yuri Gagarin (VIEIRA, 2003, p. 04).

Diante de tais fatos, a situação era preocupante para os norte-americanos no cenário mundial, mas em contrapartida, os Estados Unidos decidiram apostar na alta tecnologia e na ciência das academias norte-americanas. O efeito, como sabemos, foi positivo.

Com base na tecnologia de comunicação da troca de pacotes, o sistema tornava a rede independente de centros de comando e controle, para que a mensagem procurasse suas próprias rotas ao longo da rede, sendo remontada para voltar a ter sentido coerente em qualquer ponto da rede. Quando, mais tarde, a tecnologia digital permitiu o empacotamento de todos os tipos de mensagens, inclusive de som, imagens e dados, criou-se uma rede que era capaz de comunicar seus nós sem usar centros de controles. A universalidade da linguagem digital e a pura lógica das redes do sistema de comunicação geraram as condições tecnológicas para a comunicação global horizontal (CASTELLS, 1999, p. 82).

Vieira (2003) acrescenta que o ambicioso projeto de construir um sistema comunicacional que funcionasse à distância foi financiado pela Arpa¹⁴ (Advanced Research Projects Agency), órgão incumbido ao desenvolvimento de pesquisas científicas e tecnológicas para fins militares do governo americano. Ainda segundo o autor (2003), a primeira rede de computadores foi batizada de Arpanet e iniciou suas atividades em janeiro de 1972, embora Castells (1999) afirme que tenha entrado em funcionamento em 1º de setembro de 1969, ambos os autores confirmam que a rede interligava, com seus quatro primeiros nós, quatro computadores dispostos em locais distintos em solo americano:

[...] interligando quatro computadores em locais distintos, todos na costa oeste dos EUA: Universidade da Califórnia em Los Angeles (UCLA), Instituto de Pesquisas de Stanford, Universidade da Califórnia em Santa Bárbara e Universidade de Utah, em Nevada. Os cientistas responsáveis pela façanha enviaram da UCLA uma mensagem de saudação com o texto: “Você está recebendo isto?”. Minutos depois, as respostas positivas (“Sim!”) das outras três localidades mostravam que a experiência fora bem-sucedida: era possível se comunicar à distância enviando informações de um computador para o outro, através dos cabos subterrâneos que formavam a infraestrutura de telecomunicações americana (VIEIRA, 2003, p. 05).

Com o tempo, a comunicação entre os cientistas por meio dos computadores começou a tomar novos rumos: “tornou-se difícil separar a pesquisa voltada para fins militares das comunicações científicas e das conversas pessoais” (CASTELLS, 1999, p. 83). Com isso, em 1983 houve a divisão da rede entre ARPANET, voltada para fins científicos e acadêmicos, e a MILNET, designada para fins militares (CASTELLS, 1999).

¹⁴ As grafias “Arpa”, e posteriormente, “Arpanet”, são do autor em questão, Eduardo Vieira (2003). Veremos que Manuel Castells as grafa de forma diferente, portanto ambas as grafias dos autores foi respeitada conforme suas obras.

O espanhol afirma ainda que a “*National Science Foundation* também se envolveu na década de 1980 na criação de outra rede científica, a CSNET, e – em colaboração com a IBM – de mais uma rede para acadêmicos não científicos, a BITNET” (CASTELLS, 1999, p. 83) e acrescenta que “a rede das redes que se formou durante a década de 1980 chamava-se ARPA-INTERNET”, que, posteriormente, ficou conhecida como somente “INTERNET, ainda sustentada pelo Departamento de Defesa e operada pela National Science Foundation”.

O autor revela que em fins da década de 1980, “[...] milhões de usuários de computador já estavam usando as comunicações computadorizadas em redes cooperativas ou comerciais que não faziam parte da Internet” (CASTELLS, 1999, p. 87). Contudo, a invenção que possibilitou a popularização da Internet mundo afora ocorreu na década de 1990 com a criação da World Wide Web (a “WWW”, ou teia de alcance mundial) pelo físico programador inglês Tim Berners-Lee e o cientista da computação belga Robert Cailliau, no Laboratório Europeu de Partículas Físicas, CERN, em Genebra, na Suíça (VIEIRA, 2003).

A Web, como ficou mais conhecida, nada mais era que um espaço em que as informações armazenadas nos milhões de computadores que formavam a Internet podiam ser acessadas com um simples clique do mouse (VIEIRA, 2003, p. 06).

Vieira (2003) alega que o sucesso foi possível graças à tecnologia de hipertexto, termo criado pelo acadêmico americano Theodor H. Nelson, a qual “permitia a ligação de diversos textos e arquivos – daí a palavra *link* -, tornando-os disponíveis para qualquer computador conectado à Internet” (VIEIRA, 2003, p. 07). E mais:

Cada documento então recebeu um endereço, denominado *Uniform Resource Locator* ou URL, composto por um identificador de hipertextos – o famoso http, de *Hypertext Transfer Protocol* – e um sinal de que ele estava disponível na Web (o célebre WWW) (VIEIRA, 2003, p. 07).

Segundo Castells, o salto tecnológico causado pelo novo aplicativo que difundiu a Internet na sociedade em geral (a teia mundial, WWW ou World Wide Web) “organizava o teor dos sítios da Internet por informação, e não por localização, oferecendo aos usuários um sistema fácil de pesquisa para procurar as informações desejadas” (CASTELLS, 1999, p. 87-88). Ainda conforme o autor supramencionado:

A equipe do CERN criou um formato para os documentos em hipertexto ao qual deram o nome de linguagem de marcação de hipertexto (*hypertext mark-up language* - HTML), dentro da tradição de flexibilidade da Internet, para que os computadores pudessem adaptar suas linguagens específicas dentro desse formato compartilhado, acrescentando essa formatação ao protocolo TCP/IP. Também configuraram um protocolo de transferência de hipertexto (HTTP) para orientar a comunicação entre programas navegadores e servidores de WWW; e criaram um formato padronizado de endereços [...] (URL), que combina informações sobre o protocolo do aplicativo e sobre o endereço do computador que contém as informações solicitadas (CASTELLS, 1999, p. 88).

Por fim, o CERN disponibilizou gratuitamente o *software* da teia mundial (WWW) pela Internet e, assim, os primeiros *sites* da *web* foram desenvolvidos coincidentemente como tudo começou: por grandes centros de pesquisa científica; porém, agora, espalhados pelo mundo (CASTELLS, 1999).

Em suma, nas palavras do criador do conceito de “sociedade em rede”, que intitula uma profunda trilogia histórica, documental, política, econômica e sociológica etc., Manuel Castells:

A sociedade em rede, em termos simples, é uma estrutura social baseada em redes operadas por tecnologias de comunicação e informação fundamentadas na microelectrónica e em redes digitais de computadores que geram, processam e distribuem informação a partir de conhecimento acumulado nos nós dessas redes. A rede é a estrutura formal (vide Monge e Contractor, 2004). É um sistema de nós interligados. E os nós são, em linguagem formal, os pontos onde a curva se intersecta a si própria. As redes são estruturas abertas que evoluem acrescentando ou removendo nós de acordo com as mudanças necessárias dos programas que conseguem atingir os objetivos de performance para a rede (CASTELLS, 2005, p. 20).

O sociólogo catalão reforça: “**Nós estamos na sociedade em rede**, apesar de nem todos, nem todas as coisas estarem incluídas nas redes” (CASTELLS, 2005, p. 26, *grifo do autor*). Em seguida veremos novos desdobramentos que a Internet, a Rede das redes, proporcionou à sociedade por meio da participação ativa dos usuários na web à medida que ambos evoluíam.

2.2 Os tipos de web¹⁵: 1.0, 2.0 e a 3.0

¹⁵ Segundo Vieira (2003), web se trata do espaço onde a informação disposta nos milhares de computadores, que juntos integram a Internet, podem ser prontamente acessadas através de um clique no mouse.

A contínua expansão de investimento e pesquisa acerca da Internet levou-a, rapidamente, a transgredir do âmbito nacional norte-americano para uma desterritorialização; agora concentrada em todo o mundo. À medida que a utilização da Internet crescia, atualizações foram realizadas na web a fim de que esta se adequasse aos diferentes tempos e públicos, sendo, portanto, condizente aos propósitos emergentes.

Segundo Bittencourt (2016), a Internet esteve sujeita à mudanças e adaptações, levando-a a trilhar seu percurso por diferentes fases, conhecidas como: web 1.0, 2.0, 3.0 e a recente 4.0. A autora afirma que os estágios da web mencionados foram causados, principalmente, em função “das modificações de comportamento dos usuários em rede” (BITTENCOURT, 2016, p. 08).

O primeiro momento da Internet foi a web 1.0. De acordo com Magaly Prado (2011), ela se caracteriza como a primeira fase e consiste na “publicação, com browser, portais, sites, homepages, linguagem HTML, e-mail, livros de visita, fóruns, chats, álbuns de fotos, os primeiros sistemas de busca etc.” (PRADO, 2011, p. 182). Em outras palavras, Primo (2007) afirma que este primeiro ciclo era composto por sites com conteúdo estático, pouca interatividade dos internautas e diversos diretórios de links (sistemas de busca).

Prado (2011) e Primo (2007) concordam com o pertencimento dos sites, portais de conteúdo estático e tímida interatividade entre os usuários da rede à era da web 1.0. Ademais, Prado (2011) inclui, também, a simples transposição de conteúdos do meio impresso para o digital, acrescentando:

As pesquisas da fase pré-Google eram realizadas em sites como o Lycos, o Altavista e o Yahoo, em um período no qual proliferavam sites com motor de busca para facilitar a vida dos internautas à procura de páginas antigas e de novos temas (PRADO, 2011, p. 32).

A autora conta também como se deu a implementação do webjornalismo, na segunda metade dos anos 1990, e o contato dos jornalistas com a novidade tecnológica. Segundo ela, somente no final da década que a atividade se estabeleceu, criando um verdadeiro fenômeno chamado de Nova Economia – com contratação de profissionais bem remunerados, aumento de equipes etc. (PRADO, 2011).

Primeiro a versão impressa foi sendo transposta para a internet, algo apenas como conversão de uma plataforma de mídia para a outra. Começou aos poucos também, entravam apenas os “abres” da página. O design era muito simples, digamos até simplório, e, em comparação aos dias de hoje, era de um leiaute muito feio. Além disso, ele vinha com as “subs”, e só mais para frente foram entrando as matérias das outras páginas. As fotos, pesadas até então, eram publicadas pequenas, e no início nem todos tratavam o peso da foto para melhorar o tempo decorrido para visualizá-las (PRADO, 2011, p. 31).

Luciana Mielniczuk (2003) complementa:

Os produtos dessa fase, em sua maioria, são simplesmente cópias do conteúdo de jornais existentes no papel, só que, para a *web*. A rotina de produção de notícias é totalmente atrelada ao modelo estabelecido nos jornais impressos. No que diz respeito ao formato de apresentação das narrativas jornalísticas, não há nenhuma evidência de preocupação com relação a uma possível forma inovadora de apresentação das narrativas jornalísticas. A disponibilização de informações jornalísticas na *web* fica restrita à possibilidade de ocupar um espaço, sem explorá-lo, enquanto um meio que apresenta características específicas (MIELNICZUK, 2003, p. 33).

Henrique Gil (2014) acrescenta que a *web 1.0* criou um novo contexto em seu tempo, um período que deu origem a um novo conceito chamado de Tecnologias de Informação e Comunicação – TICS e apesar dos fatores positivos, revela que a *web* apresentava algumas dificuldades técnicas, como o fato de o usuário encontrar diversos problemas durante a consulta de documentos disponíveis na rede, além da falta de interatividade dentro da internet, tornando-se um ser solitário que dificilmente compartilhava informações.

Porém, segundo Prado (2011), esse cenário estava, aos poucos, prestes a mudar. A autora afirma que a cultura digital e das redes passou por uma etapa transformadora, pois a convergência de diferentes mídias, “a utilização da *web* como plataforma e o surgimento de tecnologias que estimulam o compartilhamento de dados e práticas colaborativas são algumas características que marcam esse momento” (PRADO, 2011, p. 183).

Com os termos “compartilhamento de dados” e “práticas colaborativas”, até então incompatíveis com *web 1.0*, inaugura-se a segunda geração da Internet, *web 2.0*, também conhecida como “*web social*” (GIL, 2014). Consideramos importante ressaltar que o termo *web 2.0* foi popularizado pelo seu criador, Tim O’Reilly, em 2003, um irlandês que enfatiza que “os aplicativos da *www* passam a utilizar os efeitos de rede e se tornam melhores quanto mais são usados pelas pessoas,

catalisando o potencial de emergência da inteligência coletiva” (PRADO, 2011, p. 184).

Gil (2014) afirma que o aprimoramento da web provocou:

Uma alteração drástica na forma como os utilizadores começaram a lidar com as novas ferramentas digitais que lhes eram disponibilizadas que assentavam num novo conceito, o conceito de partilha («share») onde se começaram a adotar interações do tipo «read-write». Exemplos paradigmáticos desta 2ª geração são os blogues e as redes sociais digitais que começaram a surgir como, por exemplo: hi5; Linked in; Orkut; Facebook, Twitter (GIL, 2014, p. 01).

O autor reforça que, apesar do intuito das redes sociais digitais em potencializar o partilhamento de dados e informações, não se pode negar que foram as relações sociais criadas que se sobressaíram. Os blogues e o Twitter, mencionados por ele, são “meios onde se promovem debates e discussões acerca de diferentes temáticas sociais, económicas e políticas” (GIL, 2014, p. 01). Já o Linked In, por sua vez, constitui-se como “uma rede social digital mais focalizada nas formações académicas e nas áreas da empregabilidade” (*idem*).

Primo corrobora Gil ao afirmar que a segunda geração de serviços *online* potencializou “as formas de publicação, partilhamento e organização de informações, além de ampliar os espaços para a interação entre os participantes do processo” (PRIMO, 2007, p. 01):

A Web 2.0 tem repercussões sociais importantes, que potencializam processos de trabalho coletivo, de troca afetiva, de produção e circulação de informações, de construção social de conhecimento apoiada pela informática. São essas formas interativas, mais do que os conteúdos produzidos ou as especificações tecnológicas em jogo, que serão aqui discutidas (PRIMO, 2007, p. 01-02).

Antunes (2018, p. 194) incrementa que “o utilizador não se limita a consultar informação, mas também a escreve, e fá-lo sobretudo no quadro de redes sociais digitais, por exemplo o Twitter ou o Facebook” (*apud* Andrade, 2013, p. 186). Concluindo, portanto, que a web no estágio 2.0 estreitou o relacionamento dos usuários com a Internet, com maior interatividade dos internautas por meio do surgimento de blogues e redes sociais.

Em suma, todas as ferramentas onde a intervenção diretiva e ativa que pressupõe um trabalho cooperativo e colaborativo estão sempre presentes. Ou seja, onde as relações sócio afetivas e a correspondente humanização das relações via dispositivos digitais têm vindo a implantarem-se e serem a

razão pela qual estas ferramentas digitais da Web 2.0 se legitimam. E quando ocorre esta partilha de informação com a discussão e reflexão crítica que lhe é subjacente passaram-se a criar condições para se poder afirmar que se promove a passagem de uma Sociedade da Informação para a Sociedade do Conhecimento. Sociedade do Conhecimento que se deverá aprofundar e expandir quando passarmos a ter disponível, em toda a sua extensão, a 3ª geração: Web 3.0 (GIL, 2014, p. 02).

A web 3.0, também conhecida por Web Semântica (GIL, 2014), dá sequência ao aprimoramento e evolução da interação na rede, iniciada na web 2.0. Para Antunes (2018), o que as difere diz respeito ao grau de exposição (interatividade) do usuário nas mídias sociais, enquanto Prado (2011, p. 193) assinala que “a mídia 3.0 = criação, produção, acesso e disponibilização”.

De acordo com Mielniczuk (2003):

Este terceiro e atual momento corresponde a um estágio mais avançado de toda uma infra-estrutura técnica relativa às redes telemáticas, bem como corresponde a um momento de expansão da base instalada e ao aumento do número de usuários. Houve além uma evolução técnica que permite a transmissão mais rápida de sons e imagens, o crescimento do número de usuários, o que justifica investimentos no setor (MIELNICZUK, 2003, p. 39).

Em complemento a Gil; Loth e amigos (2019) ajudam a explicar o apelido de “Web Semântica”. Segundo eles, com o crescimento de informações na rede por meio da democratização da interação na Internet, o resultado foi um acúmulo de conteúdos e informações espalhadas de forma irregular na rede.

Apesar do exponencial crescimento das informações disponíveis na rede, especialmente devido à democratização do processo de criação de conteúdos, as informações estão desorganizadas, incompletas e muitas vezes imprecisas, dificultando o acesso e o uso. [...] A Web 3.0 prevê que os conteúdos online estejam organizados de forma semântica, muito mais personalizados para cada usuário, sites e aplicações inteligentes e publicidade baseada nas pesquisas e nos comportamentos (LOTH et al., 2019, p. 38).

Daí, “semântica” diz respeito a uma organização de conteúdos online dispostos em harmonia na rede, de maneira organizada e, inclusive, personalizada a fim de atender aos diferentes públicos emergentes. Loth e colegas (2019) apontam que o aspecto principal da terceira geração está “em organizar o conhecimento armazenado na Internet por meio da compreensão da linguagem humana, pelas máquinas, na recuperação da informação”, e principalmente “sem que o usuário precise dominar refinadas estratégias de linguagem ou conhecimento de máquinas de busca” (LOTH et al., 2019, p. 39).

Ricardo Gomes (2018) aponta que é possível encarar a web 3.0 como uma rede de tecnologias digitais que suportam a cooperação entre a máquina e o utilizador. Essa terceira fase da web não somente aproxima um usuário do outro, mas também utiliza softwares que analisam os padrões de consumo e rotinas de pesquisas de cada indivíduo, estudando a popularidade e a pertinência de seus conteúdos e sendo capaz de tirar conclusões a partir dos dados que coleta, fazendo isso de forma tão independente que se aproxima da inteligência artificial. Com isso, Gomes (2018) alerta para os perigos da web 3.0 (consequentemente a mesma geração que vivemos hoje):

Esta é uma Web mais pessoal, consegue ir de encontro às preferências dos mesmos e isso pode trazer consigo ameaças como: invasão de privacidade, disponibilidade de informações pessoais na Web, os hackers podem conseguir retirar o melhor partido dessas informações; Hyper-targeted Spam como é possível ter acesso a mais informações sobre os utilizadores estes podem correr o risco de serem constantemente “bombardeados” com spam relacionado com os seus interesses, sendo assim difícil de se distinguir estes de comunicações legítimas (GOMES, 2018, p. 39).

Anos antes, em *A galáxia da Internet*, Castells (2003) já alertara para o futuro da “Sociedade em Rede” na Internet:

[...] a ameaça do que rotularam de “cibercrime”. Tornara-se claro que a infraestrutura das comunicações por computador, de que a riqueza, a informação e o poder em nosso mundo dependem, era extremamente vulnerável a invasão, interferência e destruição. Ondas incessantes de vírus e vermes vagam pela Internet, crackers rompem firewalls, números de cartão de crédito são roubados, ativistas políticos assumem o controle de websites, arquivos de computadores militares são transferidos de um lado para outro no mundo, e consegue-se extrair software confidencial até da rede interna da Microsoft. Apesar do gasto de bilhões de dólares em segurança eletrônica, tornou-se evidente que, numa rede, a segurança só é tão boa quanto a segurança do elo mais fraco (CASTELLS, 2003, p. 155).

Dessa forma, apesar da importância que os computadores e suas vertentes proporcionam à sociedade contemporânea, deve-se zelar pela cautela com a Web 3.0, a qual se caracteriza por ser mais pessoal e próxima dos internautas.

2.3 Mídias digitais e redes sociais na Internet

Consideramos, pois, ser fato inegável que a presença de computadores, Internet e das redes digitais fazem parte do nosso cotidiano. Luís Mauro Martino

(2015), em *Teoria das mídias digitais*, afirma que “as mídias digitais, e o ambiente criado a partir de suas conexões, estão articulados com a vida humana – no que ela tem de mais sublime e complexo” (MARTINO, 2015, p. 9), o que ratifica nosso ponto de vista. Como exemplo, “marcar de sair com os amigos” está tão para sublime quanto “discutir política” está para complexo. Estas e muitas outras atividades comuns e corriqueiras do nosso dia a dia são mediadas pelas mídias digitais, cuja segunda geração da web, foi originada pela expansão das redes sociais e da interação (colaboração) na produção de conteúdo online pelos próprios usuários (MARTINO, 2015).

Para explicar o termo “mídias digitais”, o autor afirma que também pode ser chamado de “nova mídia”, “novas mídias”. Dessa forma, essas expressões abarcam uma ideia de novo, recente; estabelecendo uma diferença entre “meios de comunicação de massa” (ou “mídias analógicas”, como a mídia impressa, o rádio, a televisão etc.) e os meios eletrônicos (MARTINO, 2015), cuja diferença é que as mídias analógicas têm uma base material, concreta, palpável, enquanto nas mídias sociais:

Esse suporte físico praticamente desaparece, e os dados são convertidos em sequências numéricas ou de dígitos – de onde *digital* – interpretados por um processador capaz de realizar cálculos de extrema complexidade em frações de segundo, o computador. Assim, em uma mídia digital, todos os dados, sejam eles sons, imagens, letras ou qualquer outro elemento são, na verdade, sequências de números. Essa característica permite o compartilhamento, armazenamento e conversão de dados (MARTINO, 2015, p. 11).

Essa possibilidade de compartilhar informações e dados em forma digital, ou seja, de dígitos, conjugado com a integração de processadores e computadores em rede permitiu o desenvolvimento de uma teia de conexões já mencionada, a Internet (MARTINO, 2015). Martino afirma ainda, em linhas gerais, que as redes interconectadas de computadores formam o ciberespaço¹⁶. Para o francês Pierre Lévy (1999), com várias obras importantes voltadas para o assunto, o ciberespaço se caracteriza:

¹⁶ De acordo com Lévy (1999, p. 93), a palavra “‘ciberespaço’ foi inventada em 1984 por William Gibson em seu romance de ficção *Neuromante*. No livro, ele designa o universo das redes digitais como um campo de batalha entre as multinacionais, palco de conflitos mundiais, nova fronteira econômica e cultural”.

Como o espaço de comunicação aberto pela interconexão mundial dos computadores e das memórias dos computadores. Essa definição inclui o conjunto dos sistemas de comunicação eletrônicos (aí incluídos os conjuntos de redes hertzianas e telefônicas clássicas), na medida em que transmitem informações provenientes de fontes digitais ou destinadas à digitalização (LÉVY, 1999, p. 93-94).

Um das principais funções “é o acesso à distância aos diversos recursos de um computador” (LÉVY, 1999, p. 94). Em sintonia, as autoras Angela Bembem e Plácida Costa (2013) afirmam que o ciberespaço “permite aos indivíduos manterem-se interligados independentemente do local geográfico em que se situam. Ele desterritorializa os saberes [...]” (BEMBEM, COSTA, 2013, p. 142).

Sebastião e Pesce (2010) observam que as palavras visionárias de Lévy “em alguma medida já antecipavam a natureza co-autoral das mídias sociais presentes na Web 2.0” (SEBASTIÃO, PESCE, 2010, p. 69). Para Monteiro (2007), ciberespaço:

É definido como um mundo virtual porque está presente em potência, é um espaço desterritorializante. Esse mundo não é palpável, mas existe de outra forma, outra realidade. O ciberespaço existe em um local indefinido, desconhecido, cheio de devires e possibilidades. Não podemos, sequer, afirmar que o ciberespaço está presente nos computadores, tampouco nas redes, afinal, onde fica o ciberespaço? Para onde vai todo esse “mundo” quando desligamos os nossos computadores? É esse caráter fluido do ciberespaço que o torna virtual (MONTEIRO, 2007, p. 1-2).

Em relação à observação de Sebastião e Pesce acerca da relação entre mídias sociais e a web 2.0, por Lévy, é devido ao aumento da interação na rede por parte dos usuários que surge, então, no ciberespaço a chamada cibercultura. Segundo Martino, “é a cultura que acontece no ciberespaço” (MARTINO, 2015, p. 27). Em linhas gerais:

O termo designa a reunião de relações sociais, das produções artísticas, intelectuais e éticas dos seres humanos que se articulam em redes interconectadas de computadores, isto é, no ciberespaço. Trata-se de um fluxo contínuo de ideias, práticas, representações, textos e ações que ocorrem entre pessoas conectadas por um computador – ou algum dispositivo semelhante – a outros computadores (MARTINO, 2015, p. 27).

Martino chama a atenção, porém, ao fato de que “o que separa a ‘cultura’ da ‘cibercultura’ é a estrutura técnico-operacional desta última: a cibercultura refere-se ao conjunto de práticas levadas a cabo por pessoas conectadas a uma rede [...]” (MARTINO, 2015, p. 28).

2.4 A conversa na rede: as redes sociais e o Twitter

Praticamente vimos até aqui que quase tudo que o homem dispõe no seu dia a dia, a exemplo de atividades como a interação com amigos, diálogos, diários, noticiário, conversas etc. pôde ser adaptado para o ambiente online. Focaremos, agora, nas conversações que surgem, permeiam, estabelecem e constroem as redes sociais na Internet, as quais, segundo Raquel Recuero (2014), consistem nos agrupamentos humanos que interagem entre si e que formam os grupos sociais.

A pesquisadora é umas das referências nesses estudos no Brasil. Na obra *Redes sociais na internet*, Recuero (2011) se dispõe a estudar as redes sociais, em particular o Facebook, Orkut¹⁷, o Twitter (nosso objeto de pesquisa) etc. Já em *A conversa em rede* (2014), ela se propõe a estudar e analisar o que Sacks, Schegloff e Jefferson (1974) batizaram como a “pedra sociológica fundamental” da interação básica na humanidade: a conversa. Entretanto, a autora vira o seu olhar crítico e analítico para entender como as novas tecnologias mediam a conversação.

Ela afirma que a popularização de redes sociais como o Facebook e o Twitter, por exemplo, naturalizou no cotidiano de milhares de pessoas ao redor do mundo a prática de uso de notebooks, celulares, computadores etc. para trocar ideias e comunicar-se com outras pessoas (RECUERO, 2014). Dessa forma, “essas tecnologias passaram a proporcionar espaços conversacionais [...] onde a interação com outros indivíduos adquire contornos semelhantes àqueles da conversação” (RECUERO, 2014, p. 16) e busca “estabelecer e/ou manter laços sociais” (*idem*).

Recuero (2014) revela que as práticas de conversação por meio de um computador são usualmente denominadas como “Comunicação Mediada por Computador (CMC¹⁸)”. Para Baron (2002), a CMC:

É definida de modo amplo como quaisquer mensagens de linguagem natural que sejam transmitidas e/ou recebidas através de um computador. Falando de modo geral, o termo CMC se refere à linguagem natural escrita enviada via Internet (BARON, 2002, p. 10 *apud* RECUERO, 2014, p. 23).

¹⁷ Deve-se levar em consideração o ano de publicação da obra, 2011.

¹⁸ Assim como Recuero (2014), é no sentido exposto pela sigla CMC que este trabalho se pautará.

Já Recuero (2014) revela que a primeira concepção de conversação realizada no ciberespaço se deu com a assimilação da transformação da interação e do bate papo em linguagem escrita graças à possibilidade que a tecnologia proporciona. Ela utiliza a autora Herring (2010) para exemplificar a afirmação:

Na conversação casual, os usuários da Internet frequentemente referem-se às trocas textuais como conversações, usando verbos como “falei”, “disse” e “ouvi” ao invés de “digitei”, “escrevi” ou “li” para descrever suas atividades na CMC. Mesmo autores publicados, algumas vezes, referem-se, de forma inconsciente, parece-me, aos “falantes” mais do que aos “escreventes”, “conversa” mais do que “trocas digitadas”, “turnos” mais do que “mensagens” e daí por diante quando reportam-se à CMC. O uso linguístico atesta ao fato de que a experiência dos usuários na CMC é fundamentalmente similar àquela da conversação falada, apesar da CMC ser produzida e recebida por meios escritos (HERRING, 2010 *apud* RECUERO, 2014, p. 32).

Dessa maneira, podemos concordar com as autoras que tal similaridade entre vida real e online já se interligaram. Recuero (2014, p. 33) defende que “essa conversação é uma apropriação”, isto é, “as ferramentas da CMC são apropriadas com caráter conversacional pelos usuários” (RECUERO, 2014, p. 33). Sob um ângulo de percepção, o ano de 2008 parece gostar de se mostrar um participante fiel neste trabalho; por outro, mais analítico, conseguimos entender o porquê.

De acordo com Recuero (2011), em 2008, o desencadeamento de vários fenômenos chamou a atenção de todo o mundo simultaneamente. Primeiro nos Estados Unidos – e isso já nos remete à leitura de Gomes e colegas¹⁹ (2011) utilizada neste projeto – devido à utilização de redes sociais e outras ferramentas digitais para campanha política. Segundo, no Brasil, em razão da situação crítica que o estado de Santa Catarina passou por causa dos estragos e do caos causados por fortes chuvas em novembro.

A pesquisadora (2011) afirma que, em paralelo, no decorrer desses eventos, a mobilização mediada pelas redes sociais, como o Twitter, possibilitou informar e atualizar o restante do país sobre os incidentes. Ela indaga o leitor quanto à relação entre ambos os acontecimentos e prontamente responde que (2011, p. 16) “eles representam aquilo que está mudando profundamente as formas de organização,

¹⁹ A referência que faço é ao artigo de Wilson Gomes e colegas (2009): “*Politics 2.0: a campanha on-line de Barack Obama em 2008*”, muito trabalhado na Fundamentação Teórica deste projeto, além de servir como suporte para muitos outros trabalhos importantes posteriores, como o de Ituassu e colegas (2018), “*Politics 3.0? [...]*”, também utilizado na mesma seção.

identidade, conversação e mobilização social: o advento da CMC amplificou a capacidade de conexão, [...] que redes fossem criadas e expressas [...].”

Para a autora, uma rede social pode ser definida por um par de elementos: os *atores*²⁰ e as *conexões*. Atores são “o primeiro elemento da rede social, representados pelos nós (ou nodos) [...] as pessoas envolvidas na rede que se analisa” (RECUERO, 2011, p. 25). Como parte integrante do sistema, eles moldam as estruturas sociais por meio da interação e da criação de laços. Em virtude do distanciamento entre os envolvidos na interação na CMC, Recuero trabalha com a concepção de “representações dos atores sociais, ou com construções identitárias do ciberespaço (2011, p. 25) pois alega que um ator pode ser representado por um *twitter* ou outro perfil midiático qualquer.

Inicialmente, não são atores sociais, mas representações dos atores sociais. São espaços de interação, lugares de fala construídos pelos atores de forma a expressar elementos de sua personalidade ou individualidade. [...] é a característica da expressão pessoal ou personalizada na Internet [...] da “construção de si” e da “narração do eu”. [...] A página pessoal [*do ator social*] está sempre “em construção”, pode ser regularmente atualizada para refletir as últimas configurações do self. [...] Essas apropriações funcionam como uma presença do “eu” no ciberespaço, um espaço privado e, ao mesmo tempo, público (RECUERO, 2011, p. 26-27).

A familiaridade no uso das ferramentas da Comunicação Mediada pelo Computador pelos atores sociais resultou na criação dos sites de redes sociais (SRSs), “espaços utilizados para a expressão das redes sociais na Internet” (RECUERO, 2011, p. 102). Esses sites permitem, segundo boyd²¹ & Ellison (2007 *apud* RECUERO, 2011) a 1) criação de uma persona por detrás de um perfil ou página pessoal; 2) interação por meio dos comentários; e 3) exposição pública da rede social de cada ator. Sites de redes sociais e outras formas de CMC se diferenciam no que tange à maneira como propiciam a visibilidade e a articulação das redes sociais, a preservação e continuidade dos laços sociais criados no espaço *off-line*.

²⁰ A autora chama de “atores” pois considera “os indivíduos a partir de uma perspectiva proveniente do interacionismo simbólico e especificamente da noção de *performance* de Goffman. Atores porque são representações performáticas dos indivíduos (RECUERO, 2011, p. 24).

²¹ Segundo Raquel Recuero (2014, p. 39), em *A conversação em rede*, “o nome da autora é intencionalmente grafado com minúsculas, pois seu registro é realizado assim pela própria”. Portanto, respeitamos.

Nessa categoria de sites entraria o Twitter, pois este “possui mecanismos de individualização (personalização, construção do eu etc.); mostram as redes sociais de cada ator de forma pública e possibilitam que os mesmos construam interações nesses sistemas” (RECUERO, 2011, p. 103). Recuero também define esse site como um microblogging que permite aos seus usuários escreverem pequenos textos, limitados a até 280 caracteres²², em suas linhas do tempo. Sua estrutura é composta por “seguidores e pessoas a seguir, onde cada *twitter*²³ pode escolher quem deseja seguir e ser seguido por outros” (2011, p. 186). Trata-se de um processo indireto, não linear, que depende do grau de contato entre o administrador de uma conta e outro. A pesquisadora chama de “conexões recíprocas (amigos, como no Facebook) ou não recíprocas (seguidores e seguidos, como no Twitter)” (2009, p. 165) e, ainda de acordo com a mesma autora, a ideia do Twitter nasceu como um projeto da Odeo²⁴, em 2006, por Jack Dorsey, Biz Stone e Evan Williams, nos Estados Unidos.

Joel Comm, em *O poder do Twitter* (2009), revela o momento que os criadores tiveram a ideia:

Alguns de nós vinham tentando encontrar maneiras interessantes de juntar SMS à web. [Dorsey] veio com esta sugestão: que tal se bastasse olharmos para o campo de assunto de um aplicativo de mensagens instantâneas do tipo AIM para vermos, numa versão resumida, o que as pessoas estariam realmente fazendo?... e isso seria de fato muito simples: “Eis o que estou fazendo”... Assim, arregaçamos as mangas e trabalhamos por duas semanas para criar um protótipo. Quando o mostramos para o restante da equipe, todos demonstraram muito entusiasmo. Eles adoram o projeto. Foi mesmo divertido. Nós o utilizamos durante o fim de semana. Achamos muito convincente e decidimos que continuaríamos a trabalhar nele (COMM, 2009, p. 21).

Embora Recuero ressalte que àquela época²⁵ o Twitter ainda fosse uma novidade no Brasil, com apenas um milhão de usuários no país, segundo dados do Ibope/Net Ratings; com o passar do tempo o site se desenvolveu e ganhou cada vez

²² A partir de 07 de novembro de 2017, a plataforma Twitter oficializou o aumento de 140 caracteres para 280 caracteres (FOLHA DE S. PAULO, 2017).

²³ Internauta usuário do Twitter.

²⁴ Odeo era uma empresa para distribuição de podcasts criada por Evan Williams; um dos produtos mais célebres da plataforma é o Blogger (para o Google) e o Twitter (ÉPOCA, 2014).

²⁵ Referência à época do lançamento do livro, em 2008.

mais espaço. Em 2017, o Brasil já era medalhista de bronze em número de usuários no mundo, conforme publicação do jornal Folha de São Paulo²⁶.

Nesse meio tempo, podemos destacar que o site de mensagens curtas instantâneas obteve grandes êxitos na sua trajetória como sua utilização por grandes personalidades, programas e chefes de Estados (a este público, o Twitter tem se mostrado o favorito nos últimos anos, principalmente desde 2016).

Algumas personalidades, corporações e órgãos governamentais líderes no mundo são conhecidos por usar o serviço, incluindo Barack Obama (twitter.com/barackobama), Whole Foods Market (twitter.com/wholefoods) e o Parlamento britânico (twitter.com/UKParliament). A Cruz Vermelha americana (twitter.com/redcross) agora também utiliza o Twitter como uma forma rápida de comunicar informações sobre desastres naturais (COMM, 2009, p. 23).

Atualmente, até o chefe da Igreja Católica, Papa Francisco, faz atualizações constantes em sua conta por meio da assessoria vaticana. Como já o dissemos, frequentemente muitos políticos gostam de se expressar no limite de 280 caracteres e talvez o exemplo mais famoso seja o presidente dos Estados Unidos, Donald Trump.

Segundo matéria publicada no portal Agência Brasil²⁷ em 10 de julho de 2018, Trump havia se tornado a personalidade mais seguida na plataforma, com 52 milhões de seguidores, assumindo a posição que pertencia ao Pontífice, com um total de 47 milhões de seguidores, distribuídos em suas nove contas oficiais em línguas estrangeiras. Distintivamente do Pontífice, Trump expressa suas mais diversas opiniões, faz comentários, comunicados, acusações²⁸ e até demite funcionários do governo. Em suma, o Twitter é uma extensão “porta-voz” de comunicação do presidente americano.

Fora a diversão e outras finalidades, o Twitter se mostra como espaço importante para difusão e divulgação de movimentos sociais, aumentando o alcance

²⁶ A matéria pode ser acessada através deste link: < <https://www1.folha.uol.com.br/tec/2017/02/1861175-numero-de-usuarios-do-twitter-no-brasil-cresce-18-em-2016.shtml>>. Acesso em: 20 maio 2019.

²⁷ Estudo foi realizado pela Twiplomacy, em 10 de julho de 2018. Disponível em: < <http://agenciabrasil.ebc.com.br/internacional/noticia/2018-07/trump-se-torna-lider-mais-seguido-no-twitter-aponta-estudo>>. Acesso em 20 maio 2019.

²⁸ A exemplo: “Trump ataca aliados pelo Twitter após G-7 tenso” (VALOR ECONÔMICO, 2018), em 11 jun 2018. Disponível em: < <https://www.valor.com.br/internacional/5584799/trump-ataca-aliados-pelo-twitter-apos-g-7-tenso>>. Acesso em: 20 maio 2019.

e o engajamento de diversos apoiadores e interessados pela causa. As *hashtags* auxiliam na propagação e contextualização do assunto. Como exemplo, Recuero (2011) relembra do caso que gerou muito debate entre a sociedade a respeito da instalação da Usina hidrelétrica Belo Monte na região do Rio Xingu. A hashtag “#belomonte” proporcionou observar “a conversação como rede, uma vez que todos os atores que publicavam tweets com a hashtag tornavam, automaticamente, seus tweets visíveis àqueles que estivessem acompanhando a hashtag” (RECUERO, 2011, p. 178).

Trataremos de afunilar, a partir do capítulo seguinte, o caminho no qual contribuirá para o objeto do presente trabalho: a análise dos discursos dos presidentes Fernando Haddad e Jair Bolsonaro, pelo no segundo turno, no Twitter. Destarte, as múltiplas explicações que se seguirão serão responsáveis por coser o nosso *corpus*.

3 LINGUAGEM: INTRODUÇÃO A UMA INQUIETUDE DOS SERES

No princípio, Deus criou o céu e a terra. A terra, porém, estava informe e vazia, e as trevas cobriam a face do abismo, e o Espírito de Deus movia-se sobre as águas. E Deus disse: Exista a luz. E a luz existiu. [...] *Gênesis, I, 1-5*²⁹

Tudo no mundo começou com um sim. Uma molécula disse sim a outra molécula e nasceu a vida. Mas antes da pré-história havia a pré-história da pré-história e havia o nunca e havia o sim. Sempre houve. Não sei o quê, mas sei que o universo jamais começou. [...] *A hora da estrela, Clarice Lispector*³⁰

Embora os textos supracitados tragam diferentes abordagens a respeito de um mesmo momento, seja por influência da época ou por distintos princípios de visão de mundo, ambos os trechos epigrafados neste capítulo possuem como essência a criação do mundo, o qual inspirou – e continua a inspirar – os mais diversos autores, das mais diversas culturas e épocas, a associarem, conforme afirma Petter (2007), “a palavra – a linguagem verbal – ao poder mágico de criar” (PETTER, 2007, p. 11).

Ainda segundo a autora:

O fascínio que a linguagem sempre exerceu sobre o homem vem desse poder que permite não só nomear/criar/transformar o universo real, mas também possibilita trocar experiências, falar sobre o que existiu, poderá vir a existir, e até mesmo imaginar o que não precisa nem pode existir. A linguagem verbal é, então, a matéria do pensamento e o veículo da comunicação social. **Assim como não há sociedade sem linguagem, não há sociedade sem comunicação.** [...] (PETTER, 2007, p. 11, *grifo nosso*).

Petter³¹ resume com maestria a importância da palavra (linguagem verbal) no processo evolutivo das sociedades. A professora da Universidade de São Paulo une, no último verso “Assim como não há sociedade sem linguagem, não há sociedade sem comunicação”, três grandes áreas nas quais este trabalho se debruçou e ainda está a se debruçar: Linguagem e suas vertentes (capítulos 2, 3 e 5); Política (capítulo 3 e 4) e Comunicação, presente um pouco em todos os capítulos, uma vez que é o cerne do vigente trabalho.

²⁹ Abertura da Bíblia, livro sagrado do cristianismo.

³⁰ Primeiro parágrafo do último romance da escritora brasileira Clarice Lispector, *A hora da estrela* (1977) foi publicada poucos meses antes da morte da autora.

³¹ *Linguagem, língua, linguística* (2007), In: *Introdução à Linguística: objetos teóricos*, organizado pelo professor e linguista da USP, José Luiz Fiorin.

Na presente seção abordaremos uma contextualização a respeito do surgimento da Análise do Discurso (a qual também referenciaremos sob a abreviação AD), de linha francesa, enquanto método científico de análise enunciativa, buscando traçar sua trajetória desde o princípio. Mas antes, como de praxe, realizaremos sumariamente um compilado narrativo acerca do que se é entendido por fala e língua, com base nos postulados do linguista genebrino Ferdinand de Saussure, como noções básicas da estrutura dos sistemas de comunicação, a saber: signo, significante e significado; a diferença entre discurso e enunciado pelo linguista francês Dominique Maingueneau, além da relação intrínseca entre linguagem e ideologia por José Luiz Fiorin, Ingedore Koch, Helena Nagamine Brandão, entre outros.

3.1 A linguagem e seus caprichos: a Linguística

“A magia da linguagem é o mais poderoso dos encantos”.
Lord Owen Meredith

A Linguística é uma área de estudo das Ciências Humanas relativamente jovem. Ricardo Cavaliere (2016), na apresentação do livro *Discursos de posse dos presidentes do Supremo Tribunal Federal Brasil, Capital Brasília: uma das faces do ethos do Poder Judiciário*³², brevemente descreveu a Linguística como “uma jovem ciência cuja personalidade parece ter o inconformismo como traço mais expressivo” (2016, p. 01).

Castelar de Carvalho (2008) mostra concordância com Cavaliere ao utilizar as palavras do semiólogo francês Georges Mounin para reforçar que ela é “um saber muito antigo e uma ciência muito jovem” (MOUNIN, 1972, p. 25 *apud* CARVALHO, 2008, p. 19).

Pode soar paradoxal, numa primeira instância, classificar jovial uma ciência que chega a século e meio de vida, porém, ao relativizá-la no mesmo plano de tantas outras importantes áreas do conhecimento tais como o Direito, a Biologia, a

³² A obra, intitulada *Discursos de posse dos presidentes do Supremo Tribunal Federal Brasil, Capital Brasília: uma das faces do ethos do Poder Judiciário*, fruto da adaptação em formato de livro da tese de doutoramento da professora do UniFOA, Claudia Gil, foi publicada em 2016.

Química e a Física, o autor reitera que esse intervalo temporal apenas representa “o estágio inicial de uma caminhada que logo se revelou produtora” (CAVALIERE, 2016, p. 01).

Segundo José Luiz Fiorin (2007), em *Linguagem e ideologia*, foi a partir do momento em que a Linguística se firmou autonomamente enquanto ciência que esta começou a estudar intrinsecamente a linguagem. Até então, a preocupação da maioria dos linguistas era acerca das relações entre linguagem e sociedade (ou com os homens que a fazem uso). Entretanto, isso foi posto de lado e o ponto principal passou a ser o estudo e a análise das relações internas entre os elementos linguísticos.

Carvalho (2008) revela que até que a Linguística chegasse à forma na qual a conhecemos hoje, ela passou por três fases sucessivas: 1) filosófica, encabeçada pelos gregos; 2) filológica, surgida em Alexandria; e, por fim, 3) histórico-comparatista (SAUSSURE, 2006; CARVALHO, 2008). Foi particularmente durante este último período, no início do século XX, que o estudo da linguagem passou a ser concebido como ciência graças aos postulados do professor de Linguística da Universidade de Genebra Ferdinand de Saussure, os quais começaram a reverberar nas principais academias europeias (PETTER, 2007).

Segundo Antonio Pietroforte³³ (2007) e amigos, o linguista genebrino consagrou-se como um dos teóricos mais importantes da época ao revolucionar os estudos da linguagem com suas ideias expostas na obra fundamental *Curso de linguística geral (CLG)*³⁴, publicada postumamente em 1916 por seus ex-alunos (PETTER; PIETROFORTE, 2007).

Ao longo do Curso, Margarida Petter (2007) afirma que Saussure definiu a linguagem como “heteróclita e multifacetada”, pois ela “abrange vários domínios; [a qual] é ao mesmo tempo física, fisiológica e psíquica; [e] pertence ao domínio

³³ *A língua como objeto da Linguística* (2007), In: Introdução à Linguística: objetos teóricos, organizado pelo professor e linguista da USP, José Luiz Fiorin.

³⁴ Segundo Pietroforte, o *Cours de linguistique générale (CLG)* teve “sua primeira edição em 1916, três anos depois da morte de Saussure, em 1913”. [...] O volume não foi escrito por Saussure, pois “trata-se de uma edição elaborada a partir de anotações de aula de seus alunos. Saussure ministrou três cursos na Universidade de Genebra. O primeiro data de 1907, o segundo, de 1908 e o terceiro, de 1910. Os editores do CLG foram Charles Bally, Albert Sechehaye e Albert Riedlinger” (PIETROFORTE, 2007, p. 77).

individual e social” (PETTER, 2007, p. 14). À página 17, o genebrino se pergunta “mas o que é a língua?”, e prontamente sana sua questão efêmera: “para nós, ela não se confunde com a linguagem; é somente uma parte determinada, essencial dela, indubitavelmente” (SAUSSURE, 2006, p. 17).

Devido ao fato de a linguagem envolver “uma complexidade e uma diversidade de problemas que suscitam a análise de outras ciências”, Saussure “separa uma parte do todo linguagem, a *língua* – um objeto unificado e suscetível de classificação” (PETTER, 2007, p. 14). A língua é, pois, parte intrínseca à linguagem, “um produto social da faculdade da linguagem e um conjunto de convenções necessárias, adotadas pelo corpo social para permitir o exercício dessa faculdade nos indivíduos” (SAUSSURE, 2006, p. 17).

Desse modo, retomando as palavras de Petter:

A língua é para Saussure “um sistema de signos” – um conjunto de unidades que se relacionam organizadamente dentro de um todo. É a “parte social da linguagem”, exterior ao indivíduo; não pode ser modificada pelo falante e obedece às leis do contrato social estabelecido pelos membros da comunidade (PETTER, 2007, p. 14).

Pudemos empreender, portanto, o caráter social da linguagem como fator representativo à conceitualização da língua; no entanto, Saussure também menciona a respeito da *fala*. De acordo com seus estudos, ela se constitui como mais um elemento presente no conjunto linguagem-língua (PETTER, 2007). A professora Margarida Petter atenta para sua característica individualista:

A fala é um ato individual; resulta das combinações feitas pelo sujeito falante utilizando o código da língua; expressa-se pelos mecanismos psicofísicos necessários à produção dessas combinações. A distinção linguagem/língua/fala situa o objeto da Linguística para Saussure (PETTER, 2007, p. 14).

Segundo Pietroforte, “se a *língua* pode ser estudada como um sistema, ela deve ser definida [...] como um conjunto organizado em que um elemento se define em relação aos demais [...]” (2007, p. 82), sendo tais elementos os *signos linguísticos*. “A língua é, portanto, um conjunto de signos em que um signo se define pelos demais signos do conjunto” (PIETROFORTE, 2007, p. 82).

De acordo com Saussure, “enquanto a linguagem é heterogênea, a língua assim delimitada é de natureza homogênea: constitui-se num sistema de signos

onde, de essencial, só existe a união do *sentido* e da *imagem acústica* [...]” (SAUSSURE, 2006, p. 23, *grifo nosso*). Assim, ele trata de categorizar definitivamente que “o signo linguístico une não uma coisa e uma palavra, mas um conceito e uma imagem acústica” (SAUSSURE, 2006, p. 80).

Gabriel García Márquez, em *Cem anos de solidão*³⁵, ilustrou em uma passagem na introdução da obra um determinado momento em que o mundo era tão recente que os personagens eram incapazes de apreenderem os objetos (“as coisas”) em seu entorno por não terem um nome, ou seja, um significante; e conseqüentemente nem um significado.

Muitos anos depois, diante do pelotão de fuzilamento, o coronel Aureliano Buendía havia de recordar aquela tarde remota em que seu pai o levou para conhecer o gelo. Macondo era então uma aldeia de vinte casas de pau a pique e telhados de sapé construídas na beira de um rio de águas diáfanas que se precipitavam por um leito de pedras polidas, brancas e enormes como ovos pré-históricos. **O mundo era tão recente que muitas coisas careciam de nome, e para mencioná-las era preciso apontar com o dedo.** [...] (MÁRQUEZ, 2018, p. 07, *grifo nosso*).

Por conta disso, Fiorin (2007) chama a atenção para a associação de valor que atribuímos aos elementos linguísticos. Saussure (2006, p. 81) propõe “conservar o termo *signo* para designar o total, e a substituir o *conceito* e *imagem acústica* respectivamente por *significado* e *significante*”.

Por fim, Blikstein (2006) ressalta que a mensagem é construída por signos, portanto, é “um *conjunto* de unidades menores que resultam de uma associação entre um estímulo físico e uma ideia”, em que “cada uma dessas unidades é denominada *signo*, e a mensagem pode ser formada por um ou mais signos” (BLIKSTEIN, 2006, p. 35).

3.2 O Discurso: tessitura da linguagem

“Estudar o discurso é a possibilidade de observar o comportamento da palavra na sua missão de construir sentidos, de significar”.
Claudia Gil

³⁵ A história narra a saga da ascensão e queda da família dos Buendía Iguarán, na aldeia Macondo, fundada pelos patriarcas na primeira geração da estirpe condenada a cem anos de solidão. A obra (1967) foi peça chave para o laureamento do colombiano como Prêmio Nobel de Literatura, em 1982.

Vimos até o momento, mesmo que sumariamente, a progressão da história do estudo da linguagem ao longo dos anos e descobrimos como ela se aventurou em sua trajetória até findar nos dias de hoje.

Para nos auxiliar na presente seção, apoiar-nos-emos nos postulados de autores referências no estudo da linguagem e suas vertentes, como os contemporâneos Dominique Maingueneau, Ingedore Koch, Ruth Amoassy, Patrick Charaudeau, Catherine Kerbrat-Orecchioni, Helena Nagamine Brandão, José Luiz Fiorin, Adilson Citelli, Perelman e Olbrechts-Tyteca, entre outros, sem negligenciarmos, no entanto, clássicos como Aristóteles, por exemplo.

3.2.1 Enunciado, enunciação... e texto

Em *Análise de textos de comunicação*, o francês Dominique Maingueneau (2008) se dedicou a reunir, ao longo dos 18 capítulos que compõem a obra, não apenas conceitos e teorias acerca da linguagem, da língua e, principalmente, do discurso, mas também a correlacionar as teorias da Análise do Discurso com a contemporaneidade, analisando a linguagem e o discurso nos textos de comunicação. Em suas palavras, “viver no mundo contemporâneo implica ser confrontado a uma multidão de textos tão efêmeros quanto invasores: panfletos, catálogos, jornais, guias turísticos, malas-diretas de propaganda etc.” (MAINGUENEAU, 2008a, p.11).

Maingueneau, por sua vez, atualiza a concepção da interpretação dos enunciados à luz da contemporaneidade. Assim, “todo ato de enunciação é fundamentalmente **assimétrico**: a pessoa que interpreta o enunciado reconstrói seu sentido a partir de indicações presentes no enunciado produzido”; e adverte: “mas nada garante que o que ela reconstrói coincida com as representações do enunciator” (MAINGUENEAU, 2008a, p. 20, *grifo do autor*).

Em consonância ao francês, Blikstein (2006) já atentara para a importância do conhecimento dos “segredos” da comunicação (a princípio à escrita, mas valerá também à falada). A fim de que obtenhamos êxito na transmissão de nossa mensagem, ou seja, a obtenção de uma resposta “correta” concernente à nossa

proposta inicial, um dos pontos principais é o que o autor chama de “bagagem cultural”, ou “repertório”.

Ainda segundo o mesmo autor, os termos dizem respeito ao apanhado de variadas experiências que cada indivíduo é confrontado ao longo do seu caminho: cada um tem a sua história de vida, educação, família, crença, gostos etc. Dessa forma, “cada um de nós vai criando uma porção de conhecimentos e referências históricas, geográficas, afetivas, profissionais, artísticas, científicas [...]” (BLIKSTEIN, 2006, p. 51), de modo a formar dentro de si uma “complicada e vastíssima rede de referências, valores e conhecimentos”. À medida que cada indivíduo é único e diferente a outrem, assim o é o repertório/bagagem cultural: ímpar, particular e singular.

De acordo com Maingueneau, enunciado e enunciação são termos distintos e muito recorridos por linguistas nas produções verbais. À página 56, o francês alega que ambos se contrapõem da mesma maneira que o “produto se opõe ao ato de produzir; [...] o enunciado é a marca verbal do acontecimento que é a enunciação” (MAINGUENEAU, 2008a, p. 56).

Dessa forma, o autor esclarece: **enunciado** é definido como “*uma unidade elementar da comunicação verbal, uma sequência dotada de sentido e sintaticamente completa*” (*idem, grifo do autor*). A **frase**, por sua vez, não pode ser confundida com *enunciado*, ao passo que este se caracteriza por um encadeamento verbal o qual constitui uma unidade de comunicação; enquanto aquela deve ser caracterizada fora de qualquer contexto. Vejamos um exemplo: ao chegarmos a um consultório médico, nos deparamos com uma pequena placa de plástico pendurada na parede, na qual podemos ler em letras maiúsculas vermelhas sob um fundo branco:

NÃO FUMAR

Destrinchando seu conteúdo à luz da concepção de Maingueneau, devemos depreender que a placa se trata de uma sequência de signos, verbais, inserida em determinado contexto, portanto um enunciado. Em função disso, possui certo valor pragmático à medida que institui uma relação com o seu destinatário

(MAINGUENEAU, 2008). No entanto, “não fumar” só configuraria uma “frase” se fosse considerada à parte de qualquer contexto específico.

Por fim, emprega-se **texto** quando se pretende “apreender o enunciado *como um todo, como constituindo uma totalidade coerente*³⁶” (MAINGUENEAU, 2008a, p. 57, *grifo do autor*). Desse modo, denomina-se “texto” as “produções verbais orais ou escritas, estruturadas de forma a perdurarem, a se repetirem, a circularem longe de seu contexto original” (*idem*), a saber: textos literários, jurídicos etc.

3.2.2 Entre a língua e a fala, o discurso: da etimologia ao método

Atualmente, a palavra *discurso* pode ser admitida para representar uma gama de situações, tais como enunciados formais proferidos por chefes de Estado e/ou autoridades de um país, por exemplo; ou ainda de forma irônica a fim de conotar ora uma fala longamente desinteressante, ora carregada de informação, ora impregnada de sentimentalismo: um “sermão” etc. De acordo com Maingueneau:

No uso comum, chamamos de “discurso” os enunciados solenes (“o presidente fez um discurso”), ou, pejorativamente, as falas inconsequentes (“tudo isso é só um discurso”). O termo pode igualmente designar qualquer uso restrito da língua: “o discurso islâmico”, “o discurso político”, “o discurso administrativo”, “o discurso polêmico”, “o discurso dos jovens” etc. (MAINGUENEAU, 2008a, p. 51).

Ainda em sua concepção, “discurso” abrange diversos significados, desde os empregos usuais que aferimos à palavra quanto uma distinção que provém da Linguística. O autor explica que “a noção de discurso é muito utilizada por ser o sintoma de uma modificação em nossa maneira de conceber a linguagem” (MAINGUENEAU, 2008a, p. 52). Enumeraremos, a seguir, algumas das principais características do discurso destacadas por Maingueneau (2008a), em *Análise de textos de comunicação*:

1. O discurso é uma organização situada para além da frase. Ou seja, o autor propõe uma perspectiva diferente acerca do conceito. Segundo ele, o discurso não é prioritariamente construído, manifestado por “seqüências de

³⁶ Segundo Maingueneau (2008a), há um ramo específico da linguística que estuda essa coerência, a “linguística textual”.

palavras de dimensões obrigatoriamente superiores à frase, mas sim que ele mobiliza estruturas de uma *outra ordem* que as da frase” (*idem*). Um provérbio ou um escrito numa placa como “Proibido fumar” são discursos, apesar de se constituírem por uma única frase;

2. *O discurso é orientado*. Não apenas porque este é uma exteriorização da perspectiva assumida pelo falante, o locutor, mas também por ele ser construído visando a uma finalidade, a dirigir-se a um local pré-determinado. O mesmo pode ainda ser alvo de transgressões e desviar-se do seu caminho inicial, podendo retomá-lo ou mudar de direção (*ibidem*, p. 53);
3. *O discurso é uma forma de ação*. O simples ato de falar se constitui como uma ação sobre o outro e não apenas uma “representação do mundo” (*ibidem*). O autor traz à luz a problemática os “atos de linguagem” formulada por Austin (1962) e Searle (1969), os quais demonstraram que “toda enunciação constitui um ato (prometer, sugerir, afirmar, interrogar etc.) que visa modificar uma situação” (*idem*);
4. *O discurso é interativo*. Maingueneau esclarece uma importante característica da atividade verbal ao afirmar que esta se trata, na verdade, de uma “*interatividade* entre dois parceiros, cuja marca nos enunciados encontra-se no binômio EU-VOCÊ da troca verbal” (*idem*). Ainda, o autor reforça que a “manifestação mais evidente da interatividade é a interação oral, a conversação, em que os dois locutores coordenam suas enunciações”. Maingueneau sublinha, por fim, que se admitimos o discurso como interativo, há a mobilização de dois parceiros em sua formulação. Assim, torna-se inapropriado denominar o interlocutor como “destinatário”, um receptor passivo da expressão de pensamento de um locutor, uma vez que passa a ideia de que a enunciação é unidirecional, ou seja, que caminha em sentido único. Dessa forma, em consonância ao linguista Antoine Culioli, empregaremos coenunciador ao invés de destinatário, e coenunciadores ambos os parceiros do discurso;
5. *O discurso é contextualizado*. Um discurso não intervém *em* um determinado contexto como se este fosse apenas “uma moldura” ou “cenário”, uma vez que “não existe discurso senão contextualizado” (*ibidem*, p. 54). Vale ressaltar ainda que não se pode conferir um sentido a um enunciado à parte do

- contexto; “o ‘mesmo’ enunciado em dois lugares distintos corresponde a dois discursos distintos”, além de contribuir para definir seu contexto;
6. O *discurso* é assumido por um sujeito. De acordo com Dominique Maingueneau, “o discurso só é discurso enquanto remete a um sujeito, um EU, que se coloca como *fonte de referências* pessoais, temporais [...], e, ao mesmo tempo, indica que *atitude* está tomando em relação àquilo que diz e em relação a seu coenunciador (fenômeno de ‘modalização’)” (*ibidem*, p. 55). Indica-se, portanto, quem é o responsável pelo o que se diz e atribui a este a veracidade do discurso;
 7. O *discurso* é regido por normas. Devido à inserção da atividade verbal na ampla e vasta organização da fala, o discurso, bem como todo comportamento, é regido sob normas que variam quanto à particularidade de cada ato de linguagem. “Um ato tão simples em aparência como a pergunta, por exemplo, implica que o locutor ignore a resposta, que essa resposta apresente algum interesse, que acredite que seu coenunciador tem condições de responder-lhe” etc. (*idem*);
 8. O *discurso* é considerado no bojo de um *interdiscurso*. Segundo Maingueneau, o discurso “só adquire sentido no interior de um universo de outros discursos, lugar no qual ele deve traçar seu caminho” (*idem*). A fim de que se possa interpretar qualquer enunciado, deve-se relacioná-lo a muitos outros (outros que são comentados, parodiados, citados etc.). O autor finaliza afirmando que cada gênero de discurso tem o seu modo particular de lidar com a pluralidade das relações interdiscursivas.

Fiorin (2007) reitera a importância de se distinguir *discurso* da *fala* na realização concreta do sistema; este, por sua vez, referente à rede de inter-relações que se evidencia entre um conjunto de elementos linguísticos, aferindo-lhes determinado valor dentro da estrutura. Para o autor:

O discurso são as combinações de elementos linguísticos (frases ou conjuntos constituídos de muitas frases), usadas pelos falantes com o propósito de exprimir seus pensamentos, de falar do mundo exterior ou de seu mundo interior, de agir sobre o mundo. A fala é a exteriorização psicofísico-fisiológica do discurso. Ela é rigorosamente individual, pois é sempre um *eu* quem toma a palavra e realiza o ato de exteriorizar o discurso (FIORIN, 2007, p. 11).

A tempo, Helena Nagamine Brandão (2002) acrescenta que os estudiosos passaram a pesquisar mais e obter maior conhecimento sobre o discurso quando houve a percepção de que a dicotomia saussureana da língua, sistema ideologicamente neutro, não mais atendia à realidade observada e estudada pelos mesmos.

A autora sublinha, ainda, que a linguagem enquanto discurso não deve ser vista somente como um conjunto de signos inter-relacionados que servem apenas como ferramentas propiciadoras de comunicação e/ou suporte de pensamento; ao contrário, a linguagem, à forma de discurso, significa também “interação, e um modo de produção social; ela não é neutra, inocente (na medida em que está engajada numa intencionalidade) e nem natural, por isso o lugar privilegiado de manifestação da **ideologia**” (BRANDÃO, 2002, p. 12, *grifo nosso*).

Dessa forma, sumariamente, abordaremos a seguir a questão ideológica tão inerente à linguagem.

3.2.3 Ideologia: um debate histórico

Na presente subseção novamente caímos em uma situação paradoxal: apesar da laboriosa e complexa acepção de *ideologia* ao longo da História (como veremos), comumente nos confrontamos com a utilização do termo em nosso dia a dia, seja em casa, na rua ou, principalmente, na rede (*web*) - a esta última aferimos forte poder propagador responsável por popularizar o termo para além dos limites da floresta³⁷, especialmente devido às intensas bipolarizações entre esquerda e direita observadas no Brasil e mundo afora recentemente em campanhas eleitorais. Dessa forma, a fim de que não mais fiquemos na dúvida (caso ocorra), empenhar-nos-emos a, no mínimo, trazer à luz sua denotação, alinhando coerentemente sua concepção (significado) à palavra (significante).

³⁷ Referência à famosa expressão *aldeia global*, metáfora cunhada pelo canadense Marshall McLuhan nas obras *A galáxia de Gutenberg* (1962) e *Os meios de comunicação como extensão do homem* (1964), respectivamente, para se referir ao encurtamento das distâncias e a redução do tempo que uma informação leva para circular o mundo conforme o avanço das tecnologias (MARTINO, 2015).

Conforme supramencionado, é difícil encontrar na ciência social um conceito tão hermético, labiríntico e polissêmico permeado por contradições fantásticas, paradoxos, equívocos, mal-entendidos e ambiguidades quanto ao conceito de ideologia (LÖWY, 2000). O autor, em *Ideologias e ciência social*, prontamente trata de corrigir um equívoco muito comum em relação aos direitos de paternidade do termo, constantemente associado e erroneamente atribuído a Marx. Na verdade, o filósofo alemão simplesmente o retomou, recolocando-o à pauta em virtude da repercussão causada pela publicação da obra *A ideologia alemã*, em coautoria com Friedrich Engels, em 1846.

De acordo com Michael Löwy, o termo foi “literalmente inventado (no pleno sentido da palavra) por um filósofo francês pouco conhecido, Destutt de Tracy, discípulo de terceira categoria dos enciclopedistas” (LÖWY, 2000, p. 11), revelando-se pela primeira vez no livro *Eléments d’Idéologie*, em 1801. E acrescenta:

A ideologia, segundo Destutt de Tracy, é o estudo científico das ideias e as ideias são o resultado da interação entre o organismo vivo e a natureza, o meio ambiente. É, portanto, um subcapítulo da zoologia – que estuda o comportamento dos organismos vivos – no que se refere ao estudo do relacionamento dos organismos vivos com o meio ambiente, onde trata da questão dos sentidos, da percepção sensorial, através da qual se chegaria às ideias (LÖWY, 2000, p. 11).

Alguns anos depois, em razão de um desentendimento de Tracy e seus discípulos do enciclopedismo francês com Napoleão Bonaparte, este lhes alcunhou o rótulo de “ideólogos” durante um discurso inflamado. Todavia, Napoleão conferiu outro sentido à palavra: “os ideólogos são [como] metafísicos, que fazem abstração da realidade, que vivem em um mundo especulativo” (LÖWY, 2000, p. 11). Esse episódio foi o suficiente para a popularização do termo, que rapidamente caiu no linguajar vulgar.

Mais adiante, na primeira metade do século XIX, foi a vez de Marx, que tomou ciência do termo ao se deparar com o vocábulo ao folhear jornais e participar de debates. A essa altura, o termo ideologia ainda carregava o sentido napoleônico, ou seja, concebendo os ideólogos como metafísicos especuladores, ignorantes da realidade vigente. Nessa esteira de raciocínio, Marx e Engels o utilizarão na obra que viria a marcar novamente uma ressignificação à palavra, *A ideologia alemã*. Nesse ponto, Löwy (2000, p. 12) reforça que o conceito “aparece como equivalente

à ilusão, falsa consciência, concepção idealista na qual a realidade é invertida e as ideias aparecem como motor da vida real”.

Cada vez mais em evidência, a questão acerca da conceituação perdurou no marxismo pós-Marx, sobretudo em função dos postulados de Lenin, que a aferiu novamente outro significado, ainda mais diverso: “a ideologia como qualquer concepção da realidade social ou política, vinculada aos interesses de certas classes sociais” (LÖWY, 2000, p. 12). A partir de então, para o líder russo existia uma díade ideológica antitética burguesa e proletária:

Aparece, então, a utilização do termo no movimento operário, na corrente leninista do movimento comunista, que fala de luta ideológica, de trabalho ideológico, de reforço ideológico, etc. Ideologia deixa de ter o sentido crítico, pejorativo, negativo, que tem em Marx, e passa a designar simplesmente qualquer doutrina sobre a realidade social que tenha vínculo com uma posição de classe (LÖWY, 2000, p. 12).

Por fim, o sociólogo húngaro Karl Mannheim, em *Ideologia e Utopia*³⁸ (1929), incumbiu-se de arrumar a desordem – e confusão semântica – causada pela então recorrente inconsistência em torno do termo no decorrer dos anos, caracterizando-a como “o conjunto das concepções, ideias, representações, teorias, que se orientam para a estabilização, ou legitimação, ou reprodução, da ordem estabelecida” (LÖWY, 2000, p. 13).

Em suma, para Mannheim, ideologia diz respeito a todas as doutrinas que contêm, na ampla acepção da palavra, um determinado viés conservador, ou seja, que consciente ou inconscientemente, voluntariamente ou não, prestam-se à manutenção do *status quo* vigente, ao passo que as *utopias*, por sua vez, são as ideias, representações e conspirações de uma realidade ainda inexistente, possível apenas no campo das teorias (LÖWY, 2000).

À luz da contemporaneidade, José Luiz Fiorin (2007), em *Linguagem e ideologia*, nos propõe entender ideologia a partir do nível fenomênico da realidade, isto é, compreender que no seio da formação social há dois níveis de realidade: um de *aparência*, ou seja, não visível e superficial; e outro de *essência*, profundo.

³⁸ *Ideologia e Utopia* (1929), considerado um divisor de águas para o estabelecimento de um novo conceito fixo ao termo ideologia, procurava, como denota o título, distinguir os conceitos de ideologia (ideias) e de utopia (ilusões); observa-se que novamente há uma ressignificação no campo intelectual (LÖWY, 2000).

A fim de exemplificar sua ideia, o autor traz a análise que Marx fez do salário. No nível da aparência, o salário representa a remuneração por um trabalho realizado, pois, nessa situação, o trabalho é entendido como uma troca entre indivíduos livres e iguais (FIORIN, 2007). Entretanto, conforme compreendeu Marx, se sairmos do nível da aparência (circulação de bens, relação de troca) e analisarmos o caso a fundo, observaremos que na essência não existe uma troca igualitária entre empregador e empregado; este não vende seu trabalho, mas a sua força de trabalho. Nas palavras de Fiorin:

Com efeito, o trabalho é o dispêndio da força de trabalho, o ato de produzir, enquanto a força de trabalho é a capacidade de trabalhar, de produzir. O operário que trabalha oito horas por dia, não recebe, ao final, todo o valor que produziu, mas recebe apenas uma parte dele. Se ele produziu cem e recebe como pagamento apenas vinte, ele não vendeu o seu trabalho, mas a sua força de trabalho (FIORIN, 2007, p. 26-27).

Destarte, empreendemos que sob um nível fenomênico o salário denota o pagamento por um serviço prestado; no entanto, ao se aprofundar a análise, vemos que se trata de relações de exploração disfarçadas como “troca” ou “equivalência”. Fiorin (2007, p. 28) complementa que “a partir do nível fenomênico da realidade, constroem-se as ideias dominantes numa dada formação social”, e tais ideias fundamentam, explicam e justificam a realidade.

Na mesma esteira de pensamento, num nível aparente, crê-se, nas sociedades capitalistas, que a desigualdade entre os homens é algo natural, visto que uns são mais inteligentes e hábeis que os outros e, por conseguinte, merecedores de desfrutar de melhores empregos e posição hierárquica social (FIORIN, 2007). Ideologia, portanto, refere-se a “esse conjunto de ideias, a essas representações que servem para justificar e explicar a ordem social, as condições de vida do homem e as relações que ele mantém com os outros homens” (FIORIN, 2007, p. 28). Devido à sua concepção a partir das “formas fenomênicas da realidade, que ocultam a essência da ordem social, a ideologia é ‘falsa consciência’” (*ibidem*, p. 29).

Em suma, Fiorin (2007, p. 29) conclui que à medida que há demasiadas visões de mundo numa formação social quanto classes sociais, “a ideologia dominante é a ideologia da classe dominante”.

3.2.4 Língua(gem): uma via de ideologias

“Se o pensamento corrompe a linguagem,
a linguagem também pode corromper o pensamento”.
George Orwell

O fato de que por meio da comunicação conseguimos expressar nossos desejos, anseios, insatisfações, dúvidas etc. exemplifica a função da linguagem enquanto exteriorização da interioridade de cada enunciador, conforme corrobora Fiorin: “a fala é a exteriorização psicofísico-fisiológica do discurso” (2007, p. 11).

Em comunhão a Fiorin (2007), a professora e linguista brasileira Ingedore Koch (2009), em *Argumentação e linguagem*, assevera para o fato de que o homem é um ser munido de razão e vontade, o qual incessantemente “avalia, julga, critica, isto é, forma juízos de valor” a todo momento (KOCH, 2009, p. 17). Trilhando essa linha de pensamento, a autora (2009) destaca para a característica da intencionalidade presente na ação verbal, ou seja, no discurso; o homem, constantemente, durante seu ato argumentativo, tenta intervir sobre o comportamento de outrem ou influenciar em suas opiniões e pensamentos.

Assim, é por esta razão que se pode afirmar que o **ato de argumentar**, isto é, de orientar o discurso no sentido de determinadas conclusões, constitui o ato linguístico fundamental, pois a **todo e qualquer discurso subjaz uma ideologia**, na acepção mais ampla do termo (KOCH, 2009, p. 17, *grifos da autora*).

Nas academias de Comunicação Social, especialmente enfatizando-se o curso de Jornalismo, é de praxe confrontar de imediato a realidade dos fatos com os estudantes, refutando-se a crença da imparcialidade, visto que é impossível atingir uma neutralidade absoluta em qualquer tipo de discurso (BARROS, 2007; KOCH, 2009; GUEDES & RIBEIRO, 2015). Koch (2009, p. 17) enfatiza essa questão inerente tanto à atividade jornalística quanto à análise de um discurso, de uma linguagem etc. ao ratificar que “a neutralidade é apenas um mito: o discurso que se pretende ‘neutro’, ingênuo, contém também uma ideologia – a da própria objetividade”. Por outro lado, no entanto, muitas das vezes relega-se esse mito da imparcialidade de volta à sociedade sem a devida elucidação do senso comum. Posto isso, a vigente seção irá se reservar à polifonia de autores que muito

contribuíram - e continuam - para a disseminação de seus estudos acerca do vínculo entre linguagem e ideologia.

Fiorin (2007) considera relevante ressaltar que no ato da linguagem, as frases, as quais são formadas por um conjunto de palavras, não são assim construídas aleatoriamente. São, pois, uma cadeia construída sob o preceito de certas regras. O discurso, portanto, não é um embaralhado de frases; ele tem uma estrutura. Ainda, o discurso é terreno fértil para manipulação consciente e inconsciente, uma vez que o “falante lança mão de estratégias argumentativas e de outros procedimentos da sintaxe discursiva para criar efeitos de sentido de verdade ou de realidade com vistas a convencer seu interlocutor” (FIORIN, 2007, p. 18). Dessa forma, o discurso diz muito do seu interlocutor por ser parte originária do mesmo, como reforça Brandão (2002, p. 10): “o interlocutor não é um elemento passivo na constituição do significado”.

Adilson Citelli (2007), em *Linguagem e persuasão*, se debruça sobre os postulados do pensador e linguista russo Mikhail Bakhtin³⁹, o qual considerava de inevitável importância para a reflexão dos signos o *estudo das ideologias*⁴⁰, uma vez que ambos são intrinsecamente correlacionados, constituindo-se numa unidade.

Tudo que é ideológico possui um *significado* e remete a algo situado fora de si mesmo. Em outros termos, tudo que é ideológico é um *signo*. *Sem signos não existe ideologia*. Um corpo físico vale por si próprio: não significa nada e coincide inteiramente com sua própria natureza. Neste caso, não se trata de ideologia (BAKHTIN, 2006, p. 29).⁴¹

À prova disso, Citelli reforça: “há entre eles tal relação de dependência que a possibilidade de compreender os valores e ideias contidas nos discursos implica reconhecer a natureza dos signos que os constroem” (CITELLI, 2007, p. 27).

Diana de Barros⁴² (2007) resume, por fim, que nenhuma comunicação é neutra, como já supramencionado, uma vez que ela é o fio condutor de um amplo jogo de valores ideológicos, dos agentes da comunicação. A autora também resgata as teorias de Bakhtin para reafirmar que o discurso é um termômetro sensível que

³⁹ Mikhail Bakhtin (1895-1975) foi teórico, pensador e filósofo russo, um verdadeiro estudioso da linguagem.

⁴⁰ Grifo nosso.

⁴¹ BAKHTIN, Mikhail: *Marxismo e filosofia da linguagem*. São Paulo, Hucitec, 2006.

⁴² A comunicação humana (2007), In: Introdução à Linguística: objetos teóricos, organizado pelo professor e linguista da USP, José Luiz Fiorin.

reflete “as mais imperceptíveis alterações da existência social” (BARROS, 2007, p. 50), ao passo que na língua as modificações se manifestam paulatinamente.

3.2.5 O método: a Análise do Discurso e a França

“É impossível analisar um discurso como um texto, isto é, como uma sequência linguística fechada sobre si mesma [...] É necessário referi-lo ao conjunto de discursos possíveis a partir de um estado definido de condições de produção”.

Michel Pêcheux

A fim de abordarmos a presente subseção, trataremos de começar da forma mais compreensível e menos susceptível a erro possível: do início. Indagando-se com Maria Gregolin (1995), reforçamos a pergunta: “o que entendemos por análise do discurso?”.

Segundo a professora do Departamento de Linguística da Unesp supracitada (1995), pensar em análise do discurso nos remonta há mais de dois mil anos na linha progressiva da História, com os estudos sobre a Retórica na Grécia Antiga, por exemplo.

Mais próximo à contemporaneidade, Maingueneau e Brandão dissertam a respeito da história da análise do discurso, em especial a de linha francófona, a qual pautará nossa investigação na vigente pesquisa.

Em *Introdução à Análise do Discurso*, Brandão (2002) consente junto a Maingueneau (1976) sobre o pioneirismo dos formalistas russos no desbravamento do campo dos estudos linguísticos do que viríamos hoje a chamar de discurso: “operando com o texto e nele buscando uma lógica de encadeamentos ‘transfrásticos’, superam a abordagem filológica ou impressionista que até então dominava os estudos da língua” (BRANDÃO, 2002, p. 15).

Entretanto, ressalta a autora, a referida entrada no âmbito do discurso não alcança suas últimas consequências, uma vez que os estruturalistas, prosseguidores, enfatizam o estudo da estrutura do texto “nele mesmo e por ele mesmo” (BRANDÃO, 2002, p. 15), priorizando uma abordagem intrínseca do texto, descartando toda e qualquer ponderação e reflexão sobre a sua exterioridade.

Ainda de acordo com a mesma autora, a década de 1950 seria categórica para a constituição dos moldes de uma análise do discurso como disciplina. Maingueneau (2015), por sua vez, considera que a partir dos anos 1960 a análise do discurso se desenvolveu no campo de pesquisa. Ele acrescenta, ainda, que esse método avaliativo é resultado de uma convergência de múltiplas e variadas correntes do saber (MAINGUENEAU, 2015), tais como a Linguística, a Sociologia, a Filosofia, a História etc.

Em uma das suas obras mais recentes, *Discurso e Análise do Discurso*, Maingueneau (2015) ratifica que o termo “análise do discurso” foi citado pela primeira vez em um artigo homônimo⁴³ pelo linguista distribucionista Zellig S. Harris. Para o seu criador, *discurso* “designava uma unidade linguística constituída de frases; de um texto, portanto” (MAINGUENEAU, 2015, p.15). Já reforçáramos, junto a Fiorin⁴⁴ (2007), acerca da estrutura inter-relacionada frasática que compõe um discurso, visto que este não é somente um embaralhado de frases.

Além de se empenhar na análise da estrutura do texto, Harris também contemplava “a possibilidade de relacionar as regularidades textuais assim identificadas⁴⁵ a fenômenos de ordem social” (MAINGUENEAU, 2015, p. 16). Nas palavras de Zellig Harris:

A análise distribucional no interior de um único discurso, considerado individualmente, fornece ensinamentos sobre algumas correlações entre a língua e outras formas de comportamento. A razão disso é que cada discurso seguido é produzido em uma situação precisa (HARRIS, [1952] 1969, p. 11 *apud* MAINGUENEAU, 2015, p. 16).

Apesar de sua obra ser creditada como o marco introdutório ao método, Brandão (2002) e Maingueneau (2015) concordam que ela se colocava basicamente como extensão da Linguística imanente à medida que “transfere e aplica procedimentos de análises de unidades da língua aos enunciados e situa-se fora de qualquer reflexão sobre a significação e as considerações sócio-históricas” (BRANDÃO, 2002, p. 15), elementos os quais de cunho francófono marcarão e distinguirão mais tarde a Análise do Discurso.

⁴³ *Discourse Analysis* (Harris, 1952).

⁴⁴ Cf. página 48, Capítulo 3: 3.2.2: *Entre a língua e a fala, o discurso: da etimologia ao método*.

⁴⁵ Aqui o autor (2015) se refere à análise de elementos textuais recorrentes na estrutura do discurso, a saber, particularmente: pronomes e alguns grupos de palavras.

Nessa altura, Maingueneau (2015, p. 16) reforça que Harris se aproximou do estruturalismo literário francês dos anos 1960, o qual “postulava ser necessário começar por uma análise ‘imane’ do texto, e depois, fazer corresponder a ‘estrutura’ assim extraída a uma realidade sócio-histórica situada fora do texto”. No entanto, são novas as problemáticas do discurso hoje em dia. Dessa forma, Harris e seus postulados não mais condizem com a realidade vigente. As problemáticas que permeiam a análise do discurso atualmente são oriundas da década de 1960, de países como Estados Unidos, França e Inglaterra (MAINGUENEAU, 2015), alcançando um nível de pesquisa mundial a partir dos anos 1980.

Paralelamente, a partir dos anos 1960 – isto é, simultaneamente à análise do discurso – desenvolveu-se uma nova disciplina, a linguística textual, que, visando encontrar regularidades além da frase, fornecia aos analistas do discurso instrumentos preciosos para a apreensão da estruturação dos textos (MAINGUENEAU, 2015, p. 17).

Em suma, trataremos de delimitar a análise do discurso, objeto nesta pesquisa, à Escola Francesa. A França detém grande influência nesses estudos na contemporaneidade – uma herança dos trabalhos de teóricos e linguistas de anos anteriores, contribuintes para o desenvolvimento da AD.

Dominique Maingueneau (2015, p. 18) afirma que o país provavelmente foi o pioneiro a atribuir e encarar a análise do discurso enquanto “um empreendimento ao mesmo tempo teórico e metodológico específico”, apoiando-se, sobretudo, no estruturalismo⁴⁶, então no auge à época.

Brandão (2002), em *Introdução à análise do discurso*, apoia-se sobre os postulados de Maingueneau a fim de caracterizar os fatores que propiciaram o alinhamento tomado pela escola francesa de análise do discurso (também conhecida sob a abreviação AD):

1) Há uma certa tradição intelectual europeia (e sobretudo da França) acostuada a unir reflexão sobre texto e sobre história. Nos anos 60, sob a égide do estruturalismo, a conjuntura intelectual francesa propiciou, em torno de uma reflexão sobre a “escritura”, uma articulação entre a linguística, o marxismo e a psicanálise. A AD nasceu tendo como base a interdisciplinaridade, pois ela era preocupação não só de linguistas como de historiadores e de alguns psicólogos;

⁴⁶ Segundo o autor (2015) destacavam-se nessa época, em especial, *As palavras e as coisas*, de Michel Foucault; *Escritos*, de J. Lacan; *Crítica e verdade*, de Roland Barthes; *Problemas de linguística geral*, de Émile Benveniste, entre outros.

2) e a uma certa prática escolar que é a da “explicação de texto” muito em voga na França, do colégio à Universidade, nos idos anteriores a 1960. Para A. Culioli (*apud* MAINGUENEAU, 1987:6), “a França é um país em que a literatura exerceu um grande papel e pode-se perguntar se a análise do discurso não é uma maneira de substituir a explicação de texto enquanto exercício escolar” (BRANDÃO, 2002, p. 17 *apud* MAINGUENEAU, 1987).

Por fim, a análise do discurso, de vertente francesa, optada para alicerçar o presente trabalho, torna-se a mais adequada em razão de contemplar aspectos concernentes à ideologia, a qual permeia e condiciona o sujeito linguístico e seu discurso, “predeterminando” o que se pode ou não ser dito em um determinado contexto histórico-social (EDUARDO, 2014).

4 POLÍTICA, DISCURSO E SOCIEDADE

“Se eu vi mais longe, foi por estar sobre ombros de gigantes”.
Isaac Newton em carta a Robert Hooke, 1676

O vigente capítulo comprometer-se-á a trazer à luz do presente trabalho a correlação intrínseca existente entre a Política, o Discurso e a Organização Social. Para tanto, palmilharemos os passos já traçados anteriormente por autores que se dedicaram à elucidação de cada tema supramencionado.

É sabido que a antiga civilização grega relegou muita influência ao Ocidente⁴⁷. Na contemporaneidade, vivemos sob um regime de Estado democrático, lidamos constantemente com inter-relações de poder em uma sociedade regrada pela política; entretemo-nos com a emblemática antítese teatral comédia e tragédia, além do fato de usufruirmos de grande empréstimo lexical grego em nossa língua etc. A República Helênica também se orgulha por ser a pátria de muitos dos maiores filósofos de todos os tempos, tais como Sócrates, Platão e Aristóteles (só para citar alguns), os quais cederam seus ombros para muitos dos teóricos e filósofos posteriores apoiarem-se, para, então, alçarem de suas pequenezes à altura dos gigantes a fim de que pudessem enfim alcançar o horizonte do desconhecido com seus olhares, ou até mesmo avistar mais longe que seus mestres.

Como o leitor mais atento pôde observar, o texto até aqui conversou com a epígrafe que abre o presente capítulo; e é nesse processo intertextual de retomar o que já fora dito e reformulá-lo à imagem e semelhança de um novo enunciador que os textos sacros, filosóficos, políticos, matemáticos, científicos etc., fundamentais da racionalidade humana, perpassaram os séculos e instruíram homens mui doutos que fizeram – e ora continuam – a diferença.

A princípio, Briggs & Burke (2006) consideram importante abordarmos preliminarmente a importância do entendimento acerca da comunicação oral na Grécia Antiga e durante a Idade Média. Em consonância à proposição dos autores, a referida abordagem sustentará nosso trabalho ao avançarmos à noção de “esfera pública” enquanto âmbito para o *discurso* onde “as ideias são exploradas e ‘uma

⁴⁷ Cf. (CHÂTELET; DUHAMEL; PISIER-KOUCHNER, 2000).

visão pública’ pode se expressar” (BRIGGS & BURKE, 2006, p. 12), postulada pelo teórico e sociólogo alemão, Jürgen Habermas.

4.1 Organização social grega

Um das principais fontes para a construção do pensamento político moderno ocidental é a civilização grega clássica (CHÂTELET; DUHAMEL; PISIER-KOUCHNER, 2000). Os autores chamam a atenção para o que eles compreendem se tratar da principal característica do denominado “milagre grego”, ou seja, do “conjunto das invenções institucionais, literárias, artísticas, científicas, teóricas e técnicas”: a *Pólis*⁴⁸, isto é, a *Cidade*, no século VI a.C. (CHÂTELET; DUHAMEL; PISIER-KOUCHNER, 2000, p. 13).

Antes do advento desta, as organizações político-sociais durante o período marcado pela “civilização de Hélade” se caracterizava por:

Realezas do tipo feudal, onde predominavam grandes famílias – e ‘os bem-nascidos’ – que exerciam sua autoridade política, religiosa, jurídica e econômica sobre um pequeno povo de agricultores, artesãos e pescadores; e, *nas terras bárbaras*, vastos impérios comandados por um déspota que impunha uma dominação absoluta, apoiado em castas militares, sacerdotais e técnico-administrativas (CHÂTELET; DUHAMEL; PISIER-KOUCHNER, 2000, p. 13, *grifo dos autores*).

Em conformidade aos autores supramencionados, Antonio Hohlfeldt (2013), em *As origens antigas: a comunicação e as civilizações*, nos remonta à formação das cidades gregas. Segundo o autor (2013), a Grécia era formada por diversas aldeias rurais, conhecidas como *comos*, espalhadas pelo território, caracterizadas por pequenas produções agrícolas e alguns pastoreios.

Entretanto, em decorrência de inúmeros conflitos violentos travados pelas grandes famílias latifundiárias contra as populações camponesas e das cidades⁴⁹ ao longo do período feudal grego, houve a necessidade de achar uma solução para o problema. Dessa forma, em resposta aos confrontos, “em vários territórios as partes envolvidas concordaram em solicitar a um personagem, reputado por sua sabedoria

⁴⁸ *Pólis*, a cidade-estado grega, terá a grafia respeitada tal como o autor optou.

⁴⁹ Estas, no entanto, já viam um crescimento gradativo no seu contingente populacional (CHÂTELET; DUHAMEL; PISIER-KOUCHNER, 2000, p. 13).

e seu desinteresse, que fixasse **regras para o jogo social**” (CHÂTELET; DUHAMEL; PISIER-KOUCHNER, 2000, p. 13, *grifo nosso*).

Ainda de acordo com os mesmos autores (2000), Atenas foi a agraciada da vez. Em meados dos anos 600 a.C., os legisladores⁵⁰ Dracón e Solón foram incumbidos de anunciar os princípios ordenadores pelos quais se pautariam as relações intersociais entre os cidadãos constituintes da coletividade. Aos referidos legisladores coube a missão de ressaltar os enunciados “fundamentais conhecidos por todos”, determinando, assim, de forma precisa, “a participação de cada um na defesa e na gestão das questões comuns da Cidade, as instâncias de onde devem provir as decisões que envolvem a coletividade, a arbitragem dos conflitos e a punição dos crimes [...]” (CHÂTELET; DUHAMEL; PISIER-KOUCHNER, 2000, p.14). Em decorrência disso, as regras costumeiras que delimitavam e direcionavam a conduta dos cidadãos, as quais eram julgadas em segredo à interpretação dos tribunais, passaram a se tornar públicas: as *leis*. Ademais, Dracón exigiu ainda que “os juízes tornassem publicamente conhecidos os argumentos que legitimavam suas sentenças” (*idem*).

A *Lei* como princípio de organização política e social concebida como *texto* elaborado por um ou mais homens guiados pela reflexão aceita pelos que serão objeto de sua aplicação, alvo de um respeito que não exclui modificações minuciosamente controladas: essa é provavelmente a invenção política mais notória da Grécia Clássica; é ela que empresta sua alma à Cidade, quer essa seja democrática, oligárquica ou “monárquica” (CHÂTELET; DUHAMEL; PISIER-KOUCHNER, 2000, p. 14).

Segundo Wolfgang Maar (2006, p. 29), em *O que é política?*, “falar de Grécia é falar em democracia”. De fato, os gregos foram os precursores do que chamamos hoje de democracia, apesar desta ter sofrido alterações ao longo da linha evolutiva da História. Para o autor (2006), o termo “política” é resultado das atividades sociais desempenhadas pelos homens da *pólis*, a “cidade-Estado” grega. Em comparação, o mesmo autor exemplifica a forma de governo exercida tanto no Egito quanto na Pérsia; nestas civilizações “a atividade política seria a do governante, que comandava autocraticamente o coletivo em direção a certos objetivos: as guerras, as edificações públicas, a pacificação interna”, ao passo que na Grécia, além das referidas atribuições do soberano, “a atividade política desenvolver-se-ia como cimento da própria vida social” (MAAR, 2006, p. 30), ou seja, a política grega

⁵⁰ Do grego, “*nomotetas*”.

privilegiava a cidade, a coletividade da *pólis*, o discurso, a cidadania, a soberania e a lei, contrariamente à forma das outras nações.

Em virtude dessa realidade à época, na qual a política conquistara um espaço na vida cotidiana da *pólis*, a participação política transcendeu do âmbito restrito do governo. Maar (2006) acrescenta que a atuação do chefe de Estado, o soberano, passa também a ser atividade de uma função estabelecida pelos cidadãos, os políticos:

A soberania, cuja definição seria estabelecida pelas leis; o espaço de participação, antes restrito à prática do soberano, amplia-se para a prática da soberania exercida pelos cidadãos, sejam ou não governo. **Neste espaço se desenvolvem as discussões públicas, a prática pública do discurso voltado ao convencimento, o conflito entre as diversidades** (MAAR, 2006, p. 31-32, *grifo nosso*).

De agora em diante, a cidade, espaço de reunião de cidadãos, assume significado, ou seja, adquire visibilidade na participação política, a qual antes era reservada apenas ao Estado e seus governantes executivos (MAAR, 2006).

4.2 Esfera pública: as *ágoras*

Pudemos empreender que a política, na Grécia Clássica, traduzia uma nova maneira do povo de sentir, pensar e, principalmente, se relacionar para com o próximo. Apesar da variação de riquezas, beleza, conhecimento etc. entre os cidadãos, todos desfrutavam de um bem em comum, mais valioso que qualquer preço: **a igualdade⁵¹ como cidadãos** (MINOGUE, 1998, *grifo nosso*). Uma das premissas que defendia essa constatação era a racionalidade⁵² peculiar dos cidadãos, e a única relação conveniente entre seres racionais era a persuasão.

Entre os gregos encontramos a maioria das condições da liberdade: uma vida vivida entre iguais, submetida apenas à lei, cada um governando e sendo por sua vez governado. Os gregos foram o primeiro povo na história a criar sociedades com essa forma; com certeza foram os primeiros a criar uma literatura que investigou essa experiência. A política era a atividade específica dessa novidade chamada “cidadão” (MINOGUE, 1998, p. 20).

⁵¹ Segundo Minogue (1998, p. 22), “os cidadãos gozavam de igualdade perante a lei, *isonomia*’, (termo às vezes usado como sinônimo de democracia) e oportunidade igual de falar na Assembleia”.

⁵² Sua proposição básica, segundo Minogue (1998, p. 21), era a de que “o homem é um animal racional e que o significado da vida humana está no exercício da racionalidade”. Desse modo, sucumbir-se às paixões seria, para o gregos clássicos, um rebaixamento vergonhoso dos homens a “uma forma de ser inferior” (MINOGUE, 1998, p. 21).

Kenneth Minogue (1998), em sua obra *Política: uma brevíssima introdução*, afirma que as leis e as políticas na *pólis* não se originavam das ordens de um governante, ou chefe, nem mesmo provinham do palácio de um déspota; ao contrário, eram semeadas das discussões realizadas entre cidadãos “conceitualmente” iguais na *ágora*: “a praça de mercado que também servia em geral de arena política” (MINOGUE, 1998, p. 22). Antonio Hohlfeldt (2013), por sua vez, caracteriza a *ágora* como sendo “um local no cume de um monte onde se reuniam os cidadãos mais abastados da cidade-estado” (HOHLFELDT, 2013, p. 66), onde havia profunda atividade jurídica e política. A essa prática, o autor (2013) ressalta a exultação dos gregos em debaterem-se constantemente com discursos prolongados, marcadamente prolixos, nos tribunais. Ainda, as referidas argumentações proferidas na *ágora* suportaram o desenvolvimento da democracia grega, admitindo a prática deliberativa de ideias por meio do debate, de forma que os gregos se consagraram por se tornarem os primeiros teóricos ocidentais em múltiplos âmbitos, tais quais a Filosofia, a Política e a Retórica, em especial (HOHLFELDT, 2013).

Em função dessa cultura, Briggs & Burke (2006) enfatizam, em *Uma história social da mídia: de Gutenberg à Internet*, um excerto de autoria de Harold Innis: “a civilização grega era um reflexo do poder da palavra falada” (BRIGGS; BURKE, 2006, p. 16). Ademais, os autores (2006) levam em consideração que “os discursos na Assembleia de Atenas e as peças teatrais recitadas nos anfiteatros a céu aberto foram elementos importantes da antiga civilização grega” (*ibidem*, p. 17).

O sociólogo e filósofo alemão Jürgen Habermas (2014), em *Mudança estrutural da esfera pública*, afirma:

[...] a esfera pública [*ágora*], na compreensão dos gregos, aparecia como o reino da liberdade e da permanência. Apenas à luz da esfera pública manifesta-se tudo o que é, tudo o que se faz visível a todos. No diálogo dos cidadãos uns com os outros, as coisas vêm à linguagem e adquirem forma; na disputa dos iguais uns com os outros, os melhores se destacam e conquistam sua essência – a imortalidade da glória (HABERMAS, 2014, p. 97).

Minogue (1998) acrescenta que em uma cidade grande como Atenas, milhares de atenienses deviam comparecer aos debates públicos uma vez que os discursantes eram, em geral, aristocratas munidos da arte da oratória. O jovem

ateniense ao atingir sua maioria podia sair de casa e se dirigir à *ágora*, reduto onde encontraria de uma vez a liberdade para, nas palavras de Minogue (1998, p. 23), “transcender a necessidade natural e assumir responsabilidades, pronunciando palavras dignas de serem lembradas e realizando feitos que poderiam lhe dar uma espécie de imortalidade”.

4.3 Estratégia do discurso: a retórica aristotélica

Observamos até o momento a relação intrínseca entre os homens e o discurso a fim de exercer a atividade política; e o discurso, conforme Minogue (1998) sublinha, “requer o domínio de ideias, a construção de argumentos, a capacidade de compreender a audiência, um reconhecimento das paixões humanas e muito mais” (MINOGUE, 1998, p. 24).

Ademais, o autor (1998) ressalta que pela primeira vez na história helênica clássica as tomadas de decisão de interesse público ocorriam abertamente à luz do dia, expostas à crítica dos cidadãos. Adilson Citelli (2007), em *Linguagem e persuasão*, corrobora essa afirmação ao justificar o porquê da expressão verbal (oratória) ter sido tão imprescindível aos gregos – e por este motivo, conseqüentemente, amplamente exercida e trabalhada pelos mesmos, como já visto:

Não poderia ser diferente, pois, praticando um certo conceito de democracia, e tendo de expor publicamente suas ideias, o tribunal grego cabia manejar com habilidade as estratégias argumentativas com a finalidade de lograr a persuasão dos auditórios. Daí a larga tradição dos sofistas, dos retores, dos tribunos, aqueles que iam às praças públicas, aos foros, intentando inflamar multidões, alterar pontos de vista, mudar conceitos pré-formados (CITELLI, 2007, p. 07).

Em complemento, Minogue (1998) também correlaciona a oratória e a preocupação de ensinar a arte da persuasão com os sofistas:

A arte da retórica foi codificada por professores chamados “sofistas” para o benefício de jovens aristocratas ambiciosos cujo poder dependia da capacidade de influenciar uma audiência popular. Um discurso era uma performance a ser lembrada pelos tempos afora (MINOGUE, 1998, p. 24).

Em consonância ao assunto abordado até então, Hohlfeldt (2013) traz à luz da discussão uma das obras fundamentais do Ocidente, principalmente no que

tange à arte da oratória herdada da Grécia Clássica: a *Retórica*, de Aristóteles. Nessa obra, o filósofo grego aborda essencialmente os discursos, ou seja, “daquilo que se diz a respeito de alguma coisa” (HOHLFELDT, 2013, p. 76).

Nas palavras do grego, pode-se definir a retórica como “a faculdade de observar, em cada caso, o que este encerra de próprio para criar a persuasão [...] Vemo-la como o poder, diante de quase qualquer questão que nos é apresentada, de observar e descobrir o que é adequado para persuadir” (ARISTÓTELES, 2011, p. 44-45). De acordo com Hohlfeldt (2013), o objetivo da retórica é “a persuasão, mas ela não é a persuasão em si mesma e, sim, a capacidade de discernir os meios de persuadir a propósito de cada questão” (HOHLFELDT, 2013, p. 77).

Tal qual Maingueneau⁵³ (2008a) expôs o sentido pejorativo que a palavra “discurso”⁵⁴ possa vir a assumir em determinado contexto, Citelli (2007) revela que nem o termo “retórica”, vista como a habilidade de manejar e constituir as palavras visando ao convencimento do interlocutor e/ou uma audiência, não escapou de assumir um sentido depreciativo ao longo da História. Para o professor (2007), “a retórica foi, porém, ao longo dos séculos, transformando-se em sinônimo de recursos embelezadores do discurso, ganhando, inclusive, certo tom pejorativo”; e continua: “no século XVIII e XIX, [o exercício da retórica] já não se tratava mais de uma questão de método compositivo, mas sim de buscar o melhor enfeite, a palavra mais bela [...]” (CITELLI, 2007, p. 08). Francis Vanoye (2007) ratifica o autor ora mencionado (2007) ao afirmar que “a retórica confundiu rapidamente seus fins e seus meios” (VANOYE, 2007, p. 47). Apesar disso, ela veio, paulatinamente, caminhando para retomar o seu posto de prestígio na contemporaneidade (*idem*).

Para Vanoye (2007), a fim de que arte da oratória componha e estructure coordenadamente o discurso, esta se vale de quatro tarefas principais, a saber:

Num primeiro, tem-se como tarefa *encontrar* o que se vai dizer (argumentos); num segundo, procura-se *dispor* o que se encontrou numa ordem que depende do objetivo traçado (informar, demonstrar, convencer, emocionar: cada uma dessas operações conduz a uma organização particular dos elementos do discurso). [...] Num terceiro tempo, a tarefa é a de atentar para o modo de apresentação dos argumentos, recorrendo-se às *figuras*. Finalmente, no quarto tempo, o trabalho constitui-se em *dizer* o

⁵³ Ver Maingueneau (2008), *Análise de textos de comunicação*.

⁵⁴ Para tanto neste trabalho, ver: Capítulo 2, subseção 3.2.2 *Discurso: a tessitura da linguagem*.

discurso, utilizando os recursos vocais (dicção) e os gestuais (VANOYE, 2007, p. 47-48, *grifos do autor*).

Em suma, pudemos empreender as características assumidas pelo discurso quando este assume a forma de “retórica”, ou “arte da oratória”, como complementam alguns autores (CITELLI, 2007; HOHLFELDT, 2013; MINOGUE, 1998).

No folhear das páginas da *Retórica*⁵⁵, Aristóteles leva muito em consideração o “caráter pessoal do orador” (2011, p. 45) a fim de que se obtenha sucesso na persuasão, uma vez que tal perfil debita crédito ao discursador. Ademais, o filósofo acrescenta que a persuasão também pode ser absorvida pelos ouvintes na medida em que o discurso “toca” suas emoções.

Palmilhando os passos do grego, Charaudeau (2006) ratifica:

A questão de saber se a persuasão está relacionada à razão ou aos sentimentos é antiga. A ideia de que não se pode contentar-se apenas em raciocinar e que é preciso “tocar” os juízes, os jurados e o auditório se impôs aos antigos desde Aristóteles (CHARAUDEAU, 2006, p. 81).

Portanto, “tocá-los” significaria pôr os juízes, os jurados, o auditório etc. em uma “disposição de espírito”, de forma que sua compreensão e julgamento possam ser conduzidos à direção intencionada (CHARAUDEAU, 2006, p. 81).

Ainda, o autor (2006) ressalta que ao percorrermos a linha do tempo cronologicamente desde Aristóteles, no auge da Grécia Clássica, transitando entre Cícero, na Roma Antiga, Pascal, Rousseau, e chegando a Perelman & Olbrechts-Tyteca (Nova Retórica), conclui-se de forma concreta que os sentimentos têm um posto titular no que tange ao propósito de influenciar o interlocutor. Em outras palavras, “admite-se que não se pode descartar os sentimentos em nenhum processo linguageiro que tenda a influenciar o interlocutor” (*idem*).

Desse modo, faz-se mister abordar na presente discussão a diferenciação entre a díade “convencimento” e “persuasão”. Ingedore Koch (2009), em *Argumentação e linguagem*, retoma os supracitados autores belgas a fim de versar sobre o assunto. Para ela (2009, p. 18), ao passo que o ato de convencer alguém “se dirige unicamente à razão, através de um raciocínio estritamente lógico e por

⁵⁵ Aristóteles dedica-se essencialmente a tratar dos sentimentos e caráter do orador no Livro II (a *Retórica* é subdividida ainda em Livros I e III).

meio de provas objetivas, sendo, assim, capaz de atingir um ‘auditório universal’”, o ato de persuadir, no que lhe concerne, “procura atingir a vontade, o sentimento do(s) interlocutor(es), por meio de argumentos plausíveis ou verossímeis e tem caráter ideológico, subjetivo, temporal, [...] a um ‘auditório particular’” (KOCH, 2009, p. 18). Em suma, a mesma autora conclui que enquanto o primeiro direciona a certezas, o segundo, por sua vez, “leva a inferências que podem levar esse auditório – ou parte dele – à **adesão** aos argumentos apresentados” (KOCH, 2009, p. 19, *grifo da autora*).

De acordo com as proposições de Patrick Charaudeau (2006), “convicção” diz respeito ao raciocínio, incumbindo-se à instituição da verdade. “Persuasão”, por sua vez, estaria ligada aos sentimentos, à emoção⁵⁶, voltada para a manifestação emocional do auditório. Em conformidade ao supracitado, Citelli (2007) acrescenta:

Persuadir é, sobretudo, a busca de adesão a uma tese, perspectiva, entendimento, conceito, etc. evidenciado a partir de um ponto de vista que deseja convencer alguém ou um auditório sobre a validade do que se enuncia. Quem persuade leva o outro a aceitar determinada ideia, valor, preceito (CITELLI, 2007, p. 14).

Fiorin (2007) atenta, ainda, para os campos da manipulação e da determinação presentes no discurso. São eles, respectivamente, o consciente e o inconsciente. Na manipulação consciente se insere a sintaxe discursiva, onde “o falante lança mão de estratégias argumentativas e de outros procedimentos da sintaxe discursiva para criar efeitos de sentido de verdade ou de realidade com vistas a *convencer* o interlocutor” (FIORIN, 2007, p. 18, *grifo nosso*). Por outro lado, no segundo, o campo das determinações inconscientes, se insere a semântica discursiva, uma vez que “o conjunto de elementos semânticos habitualmente usado nos discursos de uma dada época constitui a maneira de ver o mundo numa dada formação social” (*ibidem*, p. 19).

Em suma, o primeiro processo supra descrito conversa com a “situação comunicacional dialógica” de Aristóteles, ou seja, a pessoa que fala a outrem espera dele uma resposta “ou alcança convencê-lo ou dissuadi-lo de ou sobre algo” (HOHLFELDT, 2013, p. 79). Dessa forma, acrescenta: “a pessoa a quem se fala

⁵⁶ Ou contemporaneamente “afeto”, segundo Charaudeau (2006, p. 81).

transforma-se, num segundo momento, numa outra pessoa que fala, e fala àquela primeira, por sua vez, transformada em ouvinte” (*idem*).

Após mais de vinte séculos, o clássico modelo comunicacional aristotélico:

a pessoa que fala → o assunto → a pessoa a quem se fala

recebeu o acréscimo de dois elementos por Harold D. Lasswell: *em que canal* e *com que efeitos*. Atualmente, esse modelo se consiste em:

quem → diz o quê → em que canal → a quem → com que efeitos
 (emissor) (mensagem) (receptor)

Conforme vimos mais de uma vez até o momento – e a introdução do presente capítulo aborda essa questão -, os mais diversos saberes relegados à Humanidade foram (e continuam, pois) susceptíveis ao retoque de outros homens, os quais à luz de suas contemporaneidades são capazes de aferirem novas críticas e a readequarem antigas fórmulas que muitas vezes não mais cabem nos moldes modernos do saber. Em referência a essa questão, abordaremos a seguir um exemplo desse caso: a reformulação da Retórica aristotélica clássica pelo professor universitário belga Chaïm Perelman e sua assistente Lucie Olbrechts-Tyteca, os quais perceberam que a anciã arte da oratória necessitava de novas roupagens mais condizentes à realidade moderna do século XX e posterioridade.

4.4 Tratado da Argumentação: a Nova Retórica

“Jamais vossos oradores vos tornam bons ou maus;
 sois vós que fazeis deles o que quiserdes”.
*Demóstenes*⁵⁷

À maneira como vimos ordenando nosso pensamento ao longo dos capítulos, acreditamos que na vigente subseção conseguiremos exemplificar nosso

⁵⁷ *apud* Perelman & Olbrechts-Tyteca (2005, p. 27). A passagem comprova o que discorreremos ao longo da subseção. Previamente, os autores defendem que o orador deve adaptar-se ao auditório no qual visam persuadir.

entendimento sobre retomar uma ideia já existente e atribuir a ela uma nova roupagem, ou reformulação, mas não necessariamente porque está defasada ou obsoleta, pelo contrário, apenas carece de uma readequação à luz da época em que se vive, agregando a ela tais peculiaridades. E foi assim que se sucedeu com os trabalhos de Perelman.

De acordo com Koch (2009), os postulados do belga impulsionaram os estudos acerca da argumentação, especialmente com o reaproveitamento de alguns dos pontos principais da Retórica aristotélica tendo em vista o contexto vivido pelo referido autor na década de 1950. Dessa forma, dedicou-se na concepção de uma “Nova Retórica”.

Perelman e Olbrechts-Tyteca (2005), ao relatarem seus objetivos e suas propostas com a obra *Tratado da Argumentação: a Nova Retórica*, fazem o seguinte depoimento (a respeito da retórica): “Esperamos que nossa tentativa fará reviver uma tradição gloriosa e secular” (PERELMAN & OLBRECHTS-TYTECA, 2005, p. 05). Como veremos no decorrer das linhas desta subseção, os autores (2005) se reconectam aos saberes da Grécia Antiga, a exemplo da retórica e das dialéticas gregas. Dessa forma, eles não cessam críticas ao distanciamento dado para o estudo da arte da oratória ao longo da linha evolutiva da História pelos diferentes autores que por ela cruzaram:

Embora nestes três últimos séculos tenham sido lançadas obras de eclesiásticos preocupados com problemas levantados pela fé e pela prédica, embora o século XX possa mesmo ter sido qualificado de século da publicidade e da propaganda, e tenham sido dedicados numerosos trabalhos a essa matéria, os lógicos e os filósofos modernos, por sua vez, se desinteressam completamente pelo nosso assunto. É por esta razão que nosso trabalho se relaciona sobretudo com as preocupações do Renascimento e, conseqüentemente, com as dos autores gregos e latinos, que estudaram a arte de persuadir e de convencer, a técnica da deliberação e da discussão. É por essa razão também que o apresentamos como uma *nova retórica* (PERELMAN & OLBRECHTS-TYTECA, 2005, p. 05).

Por conseguinte, eles (2005) rumam sua investigação analítica para as dialéticas aristotélicas, que para o filósofo grego seria “como a arte de raciocinar a partir de opiniões geralmente aceitas”, uma vez que “trata do verossímil em vez de tratar as preposições necessárias” (PERELMAN & OLBRECHTS-TYTECA, 2005, p. 05). Silva (2016) expõe que os já referidos autores “propõem um tratado em que pretendem examinar a linguagem considerando-a uma técnica para convencer e

persuadir, identificando, para tanto, os recursos discursivos que se prestam a esses intentos” (SILVA, 2016, p. 102).

Já Gaudino (2018) complementa que eles visavam, ao retomar a teoria clássica aristotélica, a expor os esquemas argumentativos que compõem o discurso, além da “relação entre quem defende uma tese e quem a recebe” (GAUDINO, 2018, p. 31). Dessa forma, ainda segundo Gaudino (2018), Perelman & Olbrechts-Tyteca objetivavam mostrar que o “texto argumentativo se diferencia[va] dos outros modos de organização pela presença de um tema considerado polêmico e a presença de uma tese, que será apoiada em argumentos, a fim de convencer seu público-alvo” (GAUDINO, 2018, p. 31).

Perelman & Olbrechts-Tyteca (2005) inauguram também uma nova forma de pensamento a fim de organizarem seu “Tratado”. Apesar do resgate e da aliança traçada com a retórica clássica grega, os autores optarão por privilegiar em sua obra os textos escritos, em vez da oratória ou do estudo da elocução. Acreditam eles que a priorização dada àqueles resultará numa análise mais geral do discurso (textos escritos) pois “não se deterá especialmente em discursos encarados como uma unidade de uma estrutura e de um tamanho mais ou menos convencionalmente aceitos” (PERELMAN & OLBRECHTS-TYTECA, 2005, p. 07).

Entretanto, o que os autores (2005) preservam da antiga retórica é o conceito de “auditório”, e já vale, de antemão, destacar as posições que essa palavra-chave assumirá. Em primeiro lugar, a fim de se obter a adesão dos espíritos às teses propostas, deve-se sublinhar que “*é em função de um auditório que qualquer argumentação se desenvolve*” (*idem*, p. 06, *grifo dos autores*). Em segundo, à percepção dada que um “discurso” sempre se destina a um “auditório”, embora, comumente, negligencie-se que todo “texto escrito” também se direciona a um auditório.

Enquanto o discurso é concebido em função direta do auditório, a ausência material de leitores pode levar o escritor a crer que está sozinho no mundo, conquanto, na verdade, seu texto seja sempre condicionado, consciente ou inconscientemente, por aqueles a quem pretende dirigir-se (PERELMAN & OLBRECHTS-TYTECA, 2005, p. 07).

Nessa linha de postulação, os autores (2005) afirmam que para se argumentar, deve-se levar em consideração a captação da aprovação do

interlocutor, do seu consentimento e manifestação. Assim, “para que uma argumentação se desenvolva, é preciso, de fato, que aqueles a quem ela se destina lhe prestem alguma atenção” (*op. cit.* p. 20). Os destinatários da retórica, isto é, o auditório, é definido “como o conjunto daqueles que o orador quer influenciar com sua argumentação” (*ibidem*, p. 22), em que cada enunciador (ou orador) mira e seleciona especificamente os constituintes do auditório que deseja persuadir com seus discursos. Dessa forma, a atividade argumentativa “depende da constante adaptação do enunciador a seu auditório e a escolha adequada dos argumentos, a ordenação e organização destes deverão estar intimamente relacionadas ao auditório e à situação em que se dá a comunicação” (SILVA, 2016, p. 102-103).

Em suma, podemos concluir com Perelman & Olbrechts-Tyteca (2005) que a fim de se empreender a arte da persuasão sob outrem, ou de um auditório específico, é necessário ao orador adequar-se à sua “audiência”. Esse procedimento faz transparecer a cultura dos auditórios visados pelo orador, estampada no discurso, uma vez que “todo orador que quer persuadir um auditório particular tem de se adaptar a ele” (PERELMAN & OLBRECHTS-TYTECA, 2005, p. 23).

4.5 Discurso político

“O discurso político não esgota todo conceito político,
mas não há política sem discurso”.
Patrick Charaudeau

Quase que de forma a sintetizar todo o assunto abordado nas subseções supramencionadas neste trabalho, interrogamo-nos e buscamos respostas sob o auxílio de Charaudeau em múltiplas questões ao longo da abordagem sobre a união estável entre discurso e política. Em *Discurso político* (2006), o autor tenta definir a problemática que envolverá seu objeto de estudo abordando as relações entre *linguagem, ação, poder e verdade*.

Segundo ele, linguagem e ação constituem-se como dois integrantes da troca social autônomos entre si, concomitantemente interdependentes e assimétricos. Para o analista do discurso, “todo ato de linguagem emana de um sujeito que

apenas pode definir-se em relação ao outro segundo um *princípio de alteridade* (sem a existência do outro, não há consciência de si)” (CHARAUDEAU, 2006, p. 16).

Seguindo essa esteira de pensamento, o sujeito também traz o outro para si sob um *princípio de influência* a fim de que este aja (e também pense e diga) de acordo com a intenção do sujeito. Caso o outro tenha sua própria influência, ambos os atores no processo linguageiro acabarão por ter que mediar sua relação sob um *princípio de regulação*. Em suma, o trio é fundador do “ato de linguagem que o inscrevem em um quadro de ação, em uma praxiologia do agir sobre o outro” (*idem*).

Retomando o assunto que nomeia nossa discussão no subcapítulo 4.1 *Organização social grega*, Charaudeau (2006) coloca em pauta seu ponto de vista ao afirmar que “é a ação política que, idealmente, determina a vida social ao organizá-la tendo em vista a obtenção do bem comum” (*ibidem*, p. 17). Paralelamente, a ação política possibilita a tomada de decisões coletivas em determinada comunidade ao passo que seria regida por um “querer viver junto” (ARENDRT *apud* CHARAUDEAU, 2006, p. 17).

Ancorada nos postulados de Charaudeau, Silva (2016), em *Discursos de posse dos presidentes do Supremo Tribunal Federal*, afirma que na maior parte das vezes os cidadãos são levados a firmar decisões ora de maneira coletiva, ora individual; entretanto, sublinha que “haverá sempre um representante responsável por essa decisão” (SILVA, 2016, p. 24). E de acordo com essa lógica:

Será pelo ato de linguagem que os indivíduos envolvidos se manifestarão e às suas vontades, gerando a necessidade de organização de seus atos e a escolha de um fim comum. Esse movimento gera o que Charaudeau chamará de “ação política” e afirma ser a presença da linguagem indissociável desse ato, uma vez que ele se dá num espaço de discussão, a que também chama de instâncias (SILVA, 2016, p. 24).

Assim, Silva (2016) acrescenta que no momento em que a palavra se encontra inserida em determinada prática social e flana por certo espaço público, de forma a evidenciar as inter-relações de poder que permeiam esse espaço, ela “é eminentemente política, posto que [*está*] repleta de valores que autorizam a ação (política) que, por sua vez, apresenta-se organizada e imbuída de certa finalidade (o bem comum)” (SILVA, 2016, p. 24).

Conforme trabalhamos até então, Charaudeau (2006) associa o surgimento dos espaços de discussão e de persuasão (caracterizados como ambientes onde são construídos os valores que sustentam a ação) à possibilidade do campo político ser, teoricamente, “o governo da palavra”.

À prova disso, o autor (2006) defende que num protesto, por exemplo, os *slogans* e outros pronunciamentos advindos da imprensa (= palavra) pesam muito mais no objetivo de pressionar o governo em defesa de um ideal do que a barbárie cometida por um grupo ou o contingente de manifestantes nas ruas. Em contrapartida, a resposta do Estado aos anseios requeridos pela parcela protestante se dá, geralmente, por meio de uma campanha de persuasão, a qual contempla os grupos insatisfeitos de forma a convencê-los e acalmar-lhes os ânimos. Segundo o autor, tudo é uma possibilidade da ação.

O governo da palavra não é tudo na política, mas a política não pode agir sem a palavra: a palavra intervém no *espaço de discussão* para que sejam definidos o ideal dos fins e os meios da ação política; a palavra intervém no *espaço de ação* para que sejam organizadas e coordenadas a distribuição das tarefas e a promulgação das leis, regras e decisões de todas as ordens; a palavra intervém no *espaço de persuasão* para que a instância política possa convencer a instância cidadã dos fundamentos de seu programa e das decisões que ela toma ao gerir os conflitos de opinião em seu proveito (CHARAUDEAU, 2006, p. 21, *grifo do autor*).

Ainda de acordo com o mesmo autor (*ibidem*, p. 52), “todo discurso se constrói na intersecção entre um campo de ação, lugar de trocas simbólicas organizado segundo relações de força, e um campo de enunciação”. A este último Charaudeau (2006) denomina como o local “dos mecanismos de encenação da linguagem”, ou, sucintamente, “contrato de comunicação”. Este se refere às circunstâncias em que os textos se realizam, efetivam-se; ou ainda ao contexto no qual se encontram inseridos e, por fim, às características discursivas produzidas (GOUVÊA, PAULIUKONIS, MONNERAT, 2016, p. 03).

Gouvêa, Pauliukonis e Monnerat (2016) dissertam sobre os postulados de Charaudeau acerca da “*teoria dos sujeitos*”. Com o intuito de examinar o processo comunicacional e suas funções, o linguista francês escora-se no estudo de uma *identidade social*, ou seja, “relacionada a um ser com traços biológicos e sociais e depende do reconhecimento de um tu numa determinada situação”; e uma *identidade discursiva*, isto é, relacionada “a um ser de fala e é determinada por

papéis enunciativos, modos de tomada da palavra e categorias locutivas” (GOUVÊA, PAULIUKONIS, MONNERAT, 2016, p. 03).

Ademais, um ato linguageiro se renova e requalifica em função da dinamicidade da encenação⁵⁸ discursiva forjada pela inter-relação dialógica entre um *eu* e um *tu*. Essa relação se desenrola em meio a quatro sujeitos correlacionados em dois âmbitos de produção: um externo, concernente à *instância situacional*, composto pelo sujeito que comunica, o comunicante, (EUc), e o que interpreta, o interpretante, (TUi). Desse modo, ambos parceiros na construção do ato de comunicação são chamados “interlocutores” (GOUVÊA, PAULIUKONIS, MONNERAT, 2016, p. 03). Em seguida, a *instância discursiva* é formada por um sujeito enunciador (EUe) e um destinatário (TUd), ambos “intra locutores” do processo comunicacional (ato de comunicação) (*ibidem*, p. 03).

O EUc se responsabiliza pela produção do enunciado, ao passo que o TUi assume a sua interpretação, podendo, este, entrar, inclusive, em coautoria com aquele, desde que, ao interpretar o enunciado, acrescente conteúdos implícitos não programados pelo sujeito comunicante. O EUe e o TUd, na condição de desdobramentos dos sujeitos sociais, relacionam-se com estes, coconstruindo o ato de linguagem na cena enunciativa. Partindo dessa teoria dos sujeitos, Charaudeau propõe o conceito de **contrato de comunicação** (GOUVÊA, PAULIUKONIS, MONNERAT, 2016, p. 03, *grifo das autoras*).

Longe de findar as teorias e problemáticas relacionadas à questão do discurso político e suas vertentes, esforçar-nos-emos, na subseqüente seção, a abordar o entendimento a respeito de um elemento que, embora muitas vezes passe despercebido nas relações discursivas de poder ou nas inter-relações político-enunciativas, é um componente imprescindível do discurso político, uma vez que zela pela *imagem* de seu enunciador por lhe descortinar a personalidade no decorrer do ato enunciativo, ou seja, o *ethos discursivo*. Com a finalidade de prover uma amostra do que trataremos em breve, ficamos com a definição essencial de Roland Barthes (1966) sobre o *ethos*: “são os traços de caráter que o orador deve *mostrar* ao auditório (pouco importa sua sinceridade) para causar boa impressão: são os *ares* que assume ao se apresentar. [...]” (BARTHES, 1966, p. 212 *apud* MAINGUENEAU, 2008a, p. 98).

⁵⁸ As autoras (2016) alternam o uso da palavra “encenação” com a expressão francesa “*mise en scène*”, as quais, evidentemente, dizem respeito a mesma coisa.

4.5.1 *Ethos* discursivo: espelho de Narciso

“O *ethos* é como um espelho no qual se refletem os desejos uns dos outros”.
Patrick Charaudeau

Se há outra vantagem na poética senão o aprazível manejo e a musicalidade conferida à ordenação das palavras é a livre expressão. O leitor mais atento subitamente se indaga a respeito de quê relação se pressupõe entre o *ethos* discursivo (discurso, palavra falada, como o próprio nome indica) e o espelho de Narciso (“objeto” visual, alusão ao culto à beleza).

O mito de Narciso nos remonta (novamente) à Grécia Antiga. Na mitologia grega, Narciso era um jovem que nasceu com uma beleza inigualável; o qual, ao admirar seu próprio reflexo na água de um rio, apaixonou-se por si mesmo e ali definha, às margens diáfanas e sob a relva, transformando-se em uma flor. Os mitos gregos são comumente utilizados em diversos campos do saber para representar e ilustrar teorias e estudos, tais como o Complexo de Édipo na psicologia e psicanálise freudiana etc.

Utilizamo-nos, portanto, do mito de Narciso na medida em que a narrativa conota o cuidado com a sua autoimagem. Dessa forma, Narciso e *ethos* remetem à *imagem de si*, seja esta no sentido visual, seja no sentido discursivo neste trabalho.

Apesar de antigo, o *ethos*⁵⁹ reassumiu uma posição de destaque há relativamente pouco tempo. Segundo Maingueneau (2008b), em *Ethos discursivo*, o assunto havia aparecido nas obras fundamentais de Chaïm Perelman e S. Toulmin no final dos anos 1950; porém, só garantiu maior destaque, assumindo assim um primeiro plano em representatividade, nos anos 1980. Na França, os teóricos que se destacaram no estudo do *ethos* foram, cronologicamente, Oswald Ducrot e Dominique Maingueneau. Não obstante, novamente a referência a Aristóteles no período clássico helênico se faz pertinente; afinal, é em *Retórica* onde encontramos uma primeira conceitualização do tema – a qual por ora ainda se caracteriza como pioneira.

⁵⁹ Doravante será grafado sem grifo, visto que sua repetição será recorrente ao longo do texto.

Escrevendo sua *Retórica*, Aristóteles pretendia apresentar uma *technè* cujo objetivo não é examinar o que é persuasivo para tal ou qual indivíduo, mas para tal ou qual tipo de indivíduos. **A prova pelo ethos consiste em causar boa impressão pela forma como se constrói o discurso, a dar uma imagem de si capaz de convencer o auditório, ganhando sua confiança.** O destinatário deve, então, atribuir certas propriedades à instância que é posta como fonte do acontecimento enunciativo (MAINGUENEAU, 2008b, p. 13, *grifo nosso*).

Conforme evidenciado no excerto acima, podemos empreender que o filósofo grego concebia o *ethos* enquanto uma ferramenta utilizada pelo orador para o auditório. Nessa linha de pensamento, Maingueneau, ancorado a Declercq (1992), acrescenta:

A prova pelo ethos mobiliza tudo o que, na enunciação discursiva, contribui para emitir uma imagem do orador destinada ao auditório. Tom da voz, modulação da fala, escolha das palavras e dos argumentos, gestos, mímicas, olhar, postura, adornos etc. são outros tantos signos, elocutórios e oratórios, vestimentais e simbólicos, pelos quais o orador dá de si mesmo uma imagem psicológica e sociológica (DECLERCQ, 1992, p. 48 *apud* MAINGUENEAU, 2008c, p. 56-57).

Em suma, o *ethos* se manifesta de forma dinâmica, transcendendo-se além de uma enunciação discursiva, pois envolve uma gama de outros fatores tanto sensoriais quanto comportamentais. Segundo Patrick Charaudeau (2006, p. 86), “não existe um ato de linguagem que não passe pela construção de uma imagem de si”. O autor afirma ainda que de uma forma ou de outra quando falamos, inevitavelmente assumimos e transparecemos uma imagem que representa aquilo que somos: “não se trata tanto de nosso posicionamento ideológico, do conteúdo de nosso pensamento, de nossa opinião, quanto daquilo que sobressai da relação que mantemos conosco e que oferecemos à percepção dos outros” (CHARAUDEAU, 2006, p. 86).

O mesmo autor (2006) sublinha que Aristóteles, em seus postulados, se comprometeu a fragmentar os meios discursivos responsáveis por persuadir (influenciar) o auditório em três segmentos, a saber: *logos*, *pathos* e *ethos*.

Maingueneau (2008c), em *Cenas da enunciação*, resgata uma fórmula antiga acerca do velho triângulo da retórica, de autoria de Gibert (século XVIII): “*instruímos com argumentos; movemos pelas paixões; insinuamos com os costumes*”, isto é, “os ‘argumentos’ correspondem ao *logos*, as ‘paixões’, ao *pathos*, os ‘costumes’ ao *ethos*” (MAINGUENEAU, 2008c, p. 57, *grifo nosso*).

Há ainda, de acordo com Maingueneau (2008c), o fato de que o *ethos* também incide no caráter do orador na retórica aristotélica; em princípio, ele persuade o auditório em função do caráter do orador, uma vez que este seja “digno de fé”, confiável (*ibidem*, p. 57). Aristóteles assinala para a importância de que o orador adeque seu discurso retórico a fim de inspirar o juiz e jurados, além do auditório em um tribunal.

Ora, porquanto a arte retórica tem por objetivo um julgamento, existindo para afetar a tomada de decisões – com efeito os ouvintes decidem entre um orador deliberativo (político) e outro, e a sentença do tribunal também é uma decisão – é imperioso não se limitar a ter em vista os meios de tornar o discurso demonstrativo e persuasivo; é igualmente necessário que o próprio orador manifeste-se em uma determinada e adequada disposição de espírito e a inspire no juiz, ou seja, nos ouvintes, a quem cabe decidir (ARISTÓTELES, 2011, p.121).

Maingueneau (2008c, p. 57) soma à supracitada explanação do grego as três qualidades com as quais o orador deve se ater se almeja construir uma boa imagem de si mesmo: “a *phronesis*, ou prudência, a *areté*, ou virtude, e a *eunoia*, ou benevolência”. Charaudeau (2006) revela que tais categorias da retórica foram colocadas de escanteio durante um tempo, principalmente no século XVIII; entretanto, ressurgiram na contemporaneidade graças ao fôlego dispensado com o aquecimento dos estudos da argumentação.

5 FORMAÇÃO E COMPREENSÃO DA OPINIÃO PÚBLICA

Realizamos, ainda que sumariamente, no capítulo anterior - *Política, discurso e sociedade* - uma retrospectiva histórica alcançando desde a importância da comunicação oral para os gregos, essencialmente no decorrer do período conhecido como Grécia Clássica, a qual contou com a fertilização de variadas ideias que se disseminaram em estudos sobre a língua, o discurso e a retórica (estes paulatinamente aplicados e reaplicados na linha evolutiva da História por diferentes autores em contextos igualmente diferentes) até à contemporaneidade com a Nova Retórica e os discursos políticos na era digital.

Vimos, portanto, a respeito das *ágoras*, ambientes de suma importância para que compreendamos, hoje, o que vem a ser as denominadas esferas públicas⁶⁰ (mesmo que reformuladas desde os gregos), onde se cultiva a opinião pública, de cuja conceituação trataremos e, em seguida, de esfera pública, por considerarmos-las fatores importantes para a compreensão da noção de discussão política, principalmente “porque tem no embate de ideias entre cidadãos uma de suas características fundamentais” (CARREIRO, 2017, p. 27).

Concordamos com Cervi (2010, p. 07), ao afirmar que se torna inviável a discussão acerca do “comportamento eleitoral em democracias de massa nas sociedades complexas”, como a nossa, sem entendermos o processo tanto de formação quanto reformulação da opinião pública. O autor (2010) defende que o voto, isto é, a decisão eleitoral, é resultado do debate público transparente acerca de temas de interesse comum dos cidadãos de determinada concentração geográfica. Para tanto, a fim de compreendermos o processo de decisão eleitoral, é necessário levar em consideração “o ambiente informacional e as condições estruturais sob as quais se dá a formação da opinião pública” (CERVI, 2010, p. 07).

5.1 Opinião pública: um breve histórico

⁶⁰ Cervi (2010, p. 10) as compreende como “todos os espaços da vida social”.

Desde o alvorecer do século XIX, a opinião pública tem garantido um lugar de prestígio na pauta de pesquisadores e pensadores das Ciências Sociais, principalmente nas democracias modernas, devido à sua posição de evidência em períodos de acentuado alvoroço social (ou poderíamos dizer de intensa [bi]polarização?) (CERVI, 2010).

Segundo o autor, o comportamento político pode ser entendido como uma “forma de institucionalização ou materialização da opinião pública a respeito de determinado tema ou conjunto de temas, e em um dado momento histórico”. Por isso, “é no momento do voto ou das tomadas de posição a respeito de temas públicos que a opinião dos cidadãos comuns se cristaliza, indicando tendências e resultados do debate público” (CERVI, 2010, p. 10).

Não muito diferente do que versamos sobre o surgimento da esfera pública, ou da retórica enquanto estratégia utilizada pelos cidadãos atenienses no período helênico clássico, a discussão acerca do advento da opinião pública remonta à antiguidade; invariavelmente à Grécia. Todavia, agora caberá ao filósofo tutor de Aristóteles, Platão, o protagonismo da vez. Conforme observaremos a partir dos estudos de Cervi (2010), Platão⁶¹, em contrariedade ao posicionamento do seu pupilo mais ilustre anos mais tarde, considerava a relação entre população e atuação na política como dois elementos indissolúveis. Para ele, os cidadãos não gozariam de aptidão nem capacidade de entender o funcionamento do governo e suas questões; portanto, o governante não deveria se ater às reivindicações daqueles.

A *doxa*⁶² platônica representa o mais baixo nível de conhecimento, identificada como uma forma de semi-ignorância, baseada em ambiguidades inconsistentes que são consideradas reais pelo cidadão comum. Nesse sentido, enquanto a ciência se ocupa do ser, a opinião se preocupa com a sombra (CERVI, 2010, p. 17).

⁶¹ Silva (2016) ressalta que apesar dos revezes ocorridos entre suas filosofias, Platão referia-se ao pupilo como “a Inteligência”, “o Espírito”, “o Ledor”, ou ainda “o Entendimento”. Segundo a mesma, isso devia-se ao fato de que o mestre reconhecia em Aristóteles “a presença de uma sabedoria superior, ainda que consciente das divergências de suas doutrinas” (SILVA, 2016, p. 96).

⁶² Crença comum ou opinião popular e de onde se originaram as palavras modernas *ortodoxo* e *heterodoxo*. Sistema ou conjunto de juízos que uma sociedade elabora em determinado período histórico supondo-se tratar de verdade óbvia ou evidência natural (CERVI, 2010).

Na crítica platônica, “o público é o grande sofista⁶³” (MUÑOZ-ALONSO et al., 1992, p. 24 *apud* CERVI, 2010, p. 17), uma vez que o filósofo grego Platão associa a opinião do povo à insipiência, ao despreparo intelectual. O autor (2010) afirma ainda que tal julgamento pejorativo sobre a opinião pública percorreu o trilho dos séculos até os dias de hoje. Entretanto, no meio desse caminho (entre a Grécia Clássica e a contemporaneidade), a diferenciação entre esfera pública e esfera privada se acirrou sob as trevas da Idade Média. Para o teórico absolutista Thomas Hobbes, revela Cervi (2010), a opinião pública deveria ser proibida e abolida porque trazia à sociedade um espírito anarquista e corrupto.

Já o monarquista absolutista Nicolau Maquiavel encarava a questão sob outro ângulo. Para ele, a opinião pública poderia ser de grande valia tanto para os interesses do soberano quanto para o bem comum. Para tanto, no que tange aos estudos acerca do discurso político, Charaudeau (2006) descreve o entendimento maquiavélico: “as massas não podem saber nem conhecer tudo, portanto, devem ser influenciadas para o seu próprio bem” (CHARAUDEAU, 2006, p. 240). Cervi (2010) expõe ainda que o florentino Maquiavel é considerado o primeiro teórico a enxergar a opinião pública como ferramenta estrategicamente eficaz para se conquistar e manter o poder e, por isso, aconselha que ela deve estar sempre sob controle, ou seja, manipulada. Essa pragmática perdurará até o final do século XVIII.

No início da Idade Moderna, a opinião pública consegue estabelecer condições para se firmar autonomamente do poder político – apesar da parcial hegemonia de regimes monárquicos absolutistas no território europeu. Mesmo em meio a esse cenário, novos ventos sopravam sob os reinos do Velho Continente; aos poucos os governantes perceberam a importância da reputação pública como seu aliado na garantia da manutenção do poder: “nesse período reaparece uma distinção nítida entre o público e o privado” (MUÑOZ-ALONSO et al., 1992, p. 32 *apud* CERVI, 2010, p. 19).

No decorrer do Renascimento, a opinião pública ganha novo enfoque graças à ênfase dada ao indivíduo e sua razão pelo antropocentrismo renascentista em detrimento do teocentrismo e dos dogmas religiosos que imperaram na Idade Média. A partir de então, pensadores liberais se encarregaram de disseminar a

⁶³ Mais sobre os sofistas, ver Capítulo 3, subcapítulo 4.3 *Estratégia do discurso: a retórica aristotélica*.

conceituação do tema, dessa forma, “a primeira reivindicação clara de autonomia da opinião pública só se deu de maneira estruturada no pensamento liberal” (*ibidem*, p. 17). Pensadores liberais como os ingleses John Locke, Bentham e o francês Guizot “acrescentaram a função política da opinião pública, tornando-a intermediária entre o eleitorado e o poder legislativo, por exemplo”. Ainda de acordo com os teóricos, “a opinião pública tem por função permitir a todos os cidadãos uma ativa participação política, colocando-os em condições para discutir e manifestar as próprias opiniões sobre questões de interesse geral” (CERVI, 2010, p. 20).

Por fim, não faltam divergentes pontos de vista e teorias relacionadas ao assunto. Podemos citar entre os principais nomes acerca do tema atualmente o teórico e sociólogo alemão, expoente da segunda fase da Escola de Frankfurt⁶⁴, Jürgen Habermas.

5.2 Esfera Pública habermasiana

À medida que um assunto é posto para o final, geralmente acrescenta-se a ele toda a carga teórica (ou pelo menos os resquícios mais importantes) dos temas tratados anteriormente. No caso da Esfera Pública⁶⁵ não será diferente. Com o auxílio de toda bagagem teórica vista preliminarmente a respeito de Política, opinião pública, democracia, discurso, retórica etc. neste trabalho, atentar-nos-emos a partir de agora à conceituação de Esfera Pública (e afins), caracterizada pelo sociólogo alemão representante da segunda fase da Escola de Frankfurt, Jürgen Habermas, o qual se incumbiu de “uma tentativa de organizar uma teoria em torno do que se pode considerar espaço público” (CARREIRO, 2017, p. 28).

Luís Mauro Martino (2015), em *Teoria das mídias digitais: linguagens, ambientes e redes*, expõe denotações sobre Esfera Pública, espaço público e opinião pública. Àquela, o autor resume como “espaço de discussão e ação social

⁶⁴ A Escola de Frankfurt, surgida em 1930, “inaugurou o estudo crítico da comunicação nos anos 30 e combinou economia política dos meios de comunicação, análise cultural dos textos e estudos de recepção pelo público dos efeitos sociais e ideológicos da cultura e das comunicações de massa” (KELLNER, 2001, p. 43-44). Entre seus principais integrantes, destacam-se os seus fundadores Theodor Adorno e Max Horkheimer, além de Walter Benjamin, Herbert Marcuse, Jürgen Habermas, entre outros.

⁶⁵ Doravante será grafada dessa forma quando remeter ao conceito de Habermas.

formado na interação entre pessoas” (MARTINO, 2015, p. 90), ou seja, caracteriza-se por ser “um local de conversas no qual assuntos de relevância para a cidade são debatidos, e também da tomada coletiva de decisões a partir da troca de ideias entre cidadãos a respeito de assuntos de interesse geral”. Observamos que o conceito do autor remete às primárias esferas públicas gregas, as *ágoras*⁶⁶.

Se a Grécia tinha a Ágora, onde os cidadãos discutiam as questões políticas, e a república de Roma tinha no Fórum também um lugar de discussão, no início da Idade Média esse panorama muda bruscamente. A retração das cidades e o estabelecimento do chamado modo feudal de produção altera a demanda, a possibilidade e a necessidade de um espaço de discussão (MARTINO, 2010, p. 58).

Os espaços públicos, por sua vez, diferem-se ao passo que se tratam de lugares onde os cidadãos se encontram, batem papo, confraternizam e conversam abertamente sobre o que lhes é de bom grado. Já a opinião pública está diretamente ligada à Esfera Pública, uma vez que esta é o reduto o qual propicia a “manifestação de ideias responsáveis pela formação da opinião das pessoas a respeito de determinados temas”, isto é, ambiente que fomenta a formação da opinião pública (*ibidem*, p. 91).

Entretanto, Martino (2015) chama a atenção para o fato de que a opinião pública não reflete necessariamente só “a opinião do público”, como também “o conjunto de *opiniões discutidas em público*, e, portanto, colocadas para discussão com todos os outros interessados possíveis” (MARTINO, 2015, p. 91, *grifo do autor*). O autor acrescenta ainda que a partir do momento que um assunto é levado à Esfera Pública, ele ganha maior visibilidade e conseqüentemente se torna alvo de debates que levam a tomadas de decisões. Habermas, sublinha Martino (2015), defende que esse debate (discussão de ideias) só é possível na medida em que haja espaços que propiciem “a livre manifestação de ideias”, ou seja, democraticamente (MARTINO, 2015, p. 91).

Em consonância à afirmação, Cervi (2010), em *Opinião pública e comportamento político*, explica o conceito habermasiano de Esfera Pública enquanto um espaço onde se pode “construir a opinião pública por meio de diálogos entre indivíduos privados que se reúnem *livremente* como público para discutir

⁶⁶ Cf. Capítulo 3, subcapítulo 4.2 *Esfera pública: as ágoras*.

temas de interesse em comum” (CERVI, 2010, p. 47, *grifo nosso*). O autor ressalta a importância de grifar o termo “livremente” uma vez que ele é um conceito chave na teoria de Habermas, pois “[...] denota a inexistência de pressões externas ao interesse do indivíduo. Este, na verdade, conta com a garantia mínima de poder se manifestar e publicar livremente sua opinião” (*ibidem*, p. 48).

Isto posto, introduziremos os postulados de Jürgen Habermas à luz da nossa argumentação. O teórico é o único remanescente da segunda fase da prestigiada Escola de Frankfurt, panteão de grandes nomes como Theodor Adorno, Max Horkheimer, Walter Benjamin e Herbert Marcuse, entre outros. Conforme supracitado, o sociólogo em questão é mundialmente reconhecido como o formulador do conceito de “Esfera Pública” (MARTINO, 2010).

Em 1962, com a publicação da obra *Mudança estrutural da esfera pública*, Habermas consagrou-se como um dos principais nomes das Ciências Sociais (MARTINO, 2015). Cervi (2010) revela que o alemão não estava intencionado em teorizar a esfera pública em sua totalidade, mas a investigar “as origens e as transformações da esfera pública ligadas ao desenvolvimento da sociedade burguesa” (CERVI, 2010, p. 47).

O alemão foca, no primeiro capítulo, em constatar a relação existente entre dois termos que ditarão o curso dos postulados ao longo de sua obra: “o uso sociolinguístico de ‘público’ e ‘esfera pública’ revela uma diversidade de significados concorrentes” (HABERMAS, 2014, p. 93). Ainda segundo o autor (*ibidem*, p. 94): “denominamos ‘públicos’ aqueles eventos que, em oposição às sociedades fechadas, são acessíveis a todos – do mesmo modo que falamos de praças públicas ou casas públicas”.

Conforme explica Martino (2010), Habermas observou uma modificação nas esferas públicas, espaço para debate e formação de opinião entre os cidadãos, durante a Idade Média devido à “retração das cidades e o estabelecimento do chamado modo feudal de produção [*o qual*] altera a demanda, a possibilidade e a necessidade de um espaço de discussão” (MARTINO, 2010, p. 58). Entretanto, o sociólogo alemão escreve que (uma nova) Esfera Pública ressurgiu no século XVIII, na esteira da ascensão da burguesia enquanto classe economicamente dominante.

É nesse período que a imprensa firmou grande parceria com a Esfera Pública. O advento daquela propiciou uma exponencial disseminação de ideias impressas em livros e afins jamais presenciada (MARTINO, 2010). Esse episódio ocasionou num instantâneo impacto político na sociedade.

A troca de ideias chegava a quem soubesse ler ou estivesse em volta para ouvir. [...] A imprensa significou o fim do monopólio do conhecimento pelas instâncias religiosas e universitárias, e alterou as relações de poder na medida em que uma decisão política, publicada em uma folha, podia deixar o ambiente fechado das decisões políticas e ganhar a paisagem das ruas (MARTINO, 2010, p. 58).

Segundo Habermas (2014), a resignificação do conceito de esfera pública e, conseqüentemente, a sua nova aplicabilidade, culminarão em uma “reestruturação da esfera pública enquanto esfera que deve ser ligada à mudança de sua instituição mais proeminente: a imprensa” (HABERMAS, 2014, p. 395).

O sociólogo alemão recorre à descrição de Bücher para corroborar sua afirmação: “os jornais passaram de meros dispositivos que publicam notícias para ser também portadores e condutores da opinião pública, instrumentos de luta da política partidária” (BÜCHER, p. 257 *apud* HABERMAS, 2014, p. 396).

Briggs & Burke (2006) expõem que “o conceito de ‘opinião pública’ apareceu no final do século XVIII, e a preocupação com as ‘massas’ tornou-se visível a partir do século XIX, na época em que os jornais ajudavam a moldar uma consciência nacional [...]” (BRIGGS & BURKE, 2006, p. 11). Mais adiante em sua obra *Uma história social da mídia*, os autores exemplificam essa passagem:

[...] Distinguimos dois tipos de esfera pública – o temporário e o permanente, ou o estrutural e o conjuntural. Nós nos movemos da Reforma Alemã na década de 1520 para as revoluções norte-americana e francesa, passando pelas guerras civis na Holanda, França e Inglaterra. Notamos uma sequência de situações semelhantes, nas quais a mídia, especialmente a imprensa, ajudou a elevar a consciência política. Em cada situação uma crise levou a um debate vivo, mas relativamente curto, que pode ser descrito como o estabelecimento de uma esfera pública temporária ou conjuntural (BRIGGS & BURKE, 2006, p. 107).

Retomando os postulados de Martino (2010), o autor agora reitera que a “Esfera Pública é o conjunto dos espaços de discussão social onde, a partir do livre debate, procura-se o consenso” (MARTINO, 2010, p. 58). Ainda segundo o mesmo autor (2010), Habermas reforça que a formulação do consenso só é possível graças a conquista da democracia pela Modernidade, sendo ela (a democracia)

imprescindível para a manutenção de um “Estado democrático de direito” pautado sob “a livre discussão de ideias” (*ibidem*, p. 58).

Martino (2015), em *Teoria das mídias digitais*, avança na linha evolutiva gradual dos acontecimentos e se firma na contemporaneidade, ou melhor, na era digital que permeia a sociedade atualmente. O autor chama a atenção para o ciberespaço⁶⁷, o qual ele associa como uma nova maneira democrática de interação entre pessoas, apesar dos seus revezes.

5.2.1 Esfera Pública: novos rumos na Era Digital?

Ainda palmilhando os trilhos do autor anterior (2015), podemos concordar que “à primeira vista, o ciberespaço, formado na interação das pessoas na interface das mídias digitais, tem uma dimensão *pública* considerável, visível sobretudo nos *sites* e páginas da *Web*” (MARTINO, 2015, p. 91, *grifo do autor*). Em concordância, Barros e Sampaio (2010) corroboram a proposição:

O ciberespaço seria o ideal para a proliferação das **ágoras virtuais** que “são comunidades multipartidárias, centradas sobre questões políticas cujo principal objeto é apoiar o diálogo, a deliberação, a decisão e a ação de todos os cidadãos que desejam dela participar” (LEMOS, LEVY, 2010, p.192 *apud* BARROS, SAMPAIO, 2011, p. 89, *grifos nossos*).

Observamos, pois, que o ciberespaço é um local onde milhares de internautas se “encontram” e ali se dispõem dos mais variados temas e assuntos. Martino (2015) atenta para a noção etimológica da palavra *publicação*, tão difundida na internet.

Ao inspecionarmos-la nos damos conta de que significa *tornar público* um certo assunto ou tema (MARTINO, 2015). Conforme já abordamos (e vale repetir), a “Esfera Pública pode ser entendida como um espaço de discussão e ação social formado na *interação entre pessoas*” (*ibidem*, p. 90, *grifo nosso*). Nesse espaço de exteriorização de pensamentos forma-se a opinião pública, pois “a Esfera Pública é o espaço de manifestação de ideias responsáveis pela formação da opinião das pessoas a respeito de determinados temas [...] É onde se forma a opinião pública” (*ibidem*, p. 91).

⁶⁷ Cf. Capítulo 1.

De acordo com Cervi (2010), tanto a opinião pública quanto a esfera pública burguesa se originaram em decorrência das informações trocadas com o advento do capitalismo mercantil. Guiando-se sob o conceito clássico habermasiano, Martino (2015) afirma que a Esfera Pública surge nos espaços urbanos da sociedade – sobretudo europeia – como cafés, clubes e agremiações no século XVIII. Primariamente pautada sobre política, a discussão pública se solidificou em meio a esses lugares e por tamanha a adesão e fortificação, acabaram por culminar na Revolução Francesa.

Delineando-se sob a formulação clássica, “a Esfera Pública é formada nos espaços públicos de discussão, e é povoada por ideias *tornadas públicas* a partir de sua divulgação via panfletos, jornais e livros” (MARTINO, 2015, p. 92, *grifo do autor*). O autor (2015) ainda complementa que a introdução de assuntos na Esfera Pública dependia, em grande parte, da utilização de “mídias responsáveis por dar publicidade – no sentido de ‘tornar público’ – a temas que, por alguma razão, precisam ser colocados em discussão” (*idem*).

Consoante a Martino, Cervi (2010) agrega ao assunto ao citar o protagonismo da mídia. Segundo o autor: “o espaço público também é formado por instituições responsáveis por publicar informações de interesse coletivo, pelos meios de comunicação e por seus respectivos espaços de atuação” (CERVI, 2010, p. 50-51). Entretanto, o assunto não cessa por aí:

A mídia amplia a esfera pública, mas, uma vez ampliada midiaticamente, essa esfera perde o conteúdo político original para poder se adaptar às novas condições sociais, fazendo com que a racionalidade ceda espaço para a forma, segundo a visão habermasiana. Com isso, os produtos descartáveis da mídia modificam a própria forma de comunicação, substituindo público leitor pelo público consumidor (CERVI, 2010, p. 51).

Camilo Aggio (2014), em sua tese de doutoramento *Campanhas políticas e sites para redes sociais*, realiza um estudo acerca da utilização do Twitter na eleição presidencial brasileira de 2010. No referido trabalho, Aggio investiga a função admitida pelas redes sociais, em especial a rede de *microblogging* (mas sem negligenciar outras), no processo de campanhas online. De acordo com o autor (2014), as campanhas online despontam na década de 1990, coincidindo paralelamente com a evolução tecnológica da internet, resultando, então, numa relação evidentemente estável até os dias de hoje. Em seguida ele argumenta:

Assim como foram vislumbradas possibilidades que permitiam maior influência cidadã nos processos de tomada de decisão no interior do Estado com a comunicação digital, *as campanhas digitais eram encaradas como uma nova forma de relação entre eleitores e políticos, capazes de promover maior transparência, debate e colaboração em torno de propostas e projetos* (AGGIO, 2014, p. 16, *grifo nosso*).

E ainda fala sobre as “marcas tecnológicas e instrumentais” que representam os diferentes processos de evolução das campanhas online, desde o seu advento até a contemporaneidade, como os *websites*, e-mails, blogues, “proto-redes sociais digitais”, “compartilhadores de conteúdo” e “sites para redes sociais” (AGGIO, 2014, p. 16), concluindo que a internet prosseguiu seu desenvolvimento de forma progressiva, e que:

A partir dos *social networking sites*, grande parte da população online mundial se aglomerou nos mesmos ambientes através da construção de perfis públicos e semi-públicos para fins diversos, cujo pressuposto fundamental é a criação de laços com outros indivíduos, organizações ou instituições a partir de interações sociais (AGGIO, 2014, p. 16).

De fato, Aggio (2014) comemora que esse é um momento de guinada para as campanhas online, uma vez que “estar nos sites para redes sociais é estar onde eleitores e militantes em potencial estão” (AGGIO, 2014, p. 17). Na década de 1990, com a simplória realidade da internet⁶⁸ (esta ainda recém desterritorializada do fechado nicho das academias e laboratórios militares estadunidenses), o presidenciável pelo partido democrata americano Bill Clinton inaugurou a utilização de *websites* com fins político-eleitorais (AGGIO, 2014) a fim de se aproximar dos eleitores por meio da divulgação de informações de campanha, agenda, compromissos etc.

Rousiley Maia (2011), em *Internet e participação política no Brasil*, complementa ao afirmar que “a internet proporcionou uma nova infraestrutura – mais rápida e mais barata, com grande potencial para produção e difusão autônoma de informação e com uma gama variada de recursos para a conexão e para a ação política [...]” em níveis local, nacional e até transnacional (MAIA, 2011, p. 47).

Chalini de Barros e Rafael Sampaio (2011) assinalam para a característica inerente da internet em face de outros meios de comunicação. Dada a sua desterritorialização, ao seu forte caráter democrático e viés contra-hegemônico, a

⁶⁸ Cf. Capítulo 1, subcapítulo 2.2 *Os tipos de Web: 1.0, 2.0 e 3.0*

web se faz terreno fértil para a veiculação e promoção de discursos econômica e politicamente independentes, ao mesmo tempo críticos.

Com os mecanismos oferecidos no ambiente virtual, acesso facilitado, troca de informação ponto a ponto e suas infinitas possibilidades de interação, a internet parece criar o ambiente ideal para intermediar debates deliberativos e estimular o envolvimento do público. [...] Surgiria, então, a oportunidade de expandir a discussão política através de novos espaços de trocas de informação, debate e participação capazes de revigorar o espírito de ação política e, por extensão, a democracia. (BARROS; SAMPAIO, 2011, p. 87).

Camilo Aggio (2011), em *Internet e participação política no Brasil*, esclarece que as campanhas online só podem ser consideradas comunicação política a partir de práticas eleitorais estadunidenses tanto para presidente quanto para governador em 1992. Arthur Ituassu e colegas (2018) enumeram três fases acerca da relação entre internet e campanha eleitoral, como veremos a seguir.

Conforme exposto por Aggio (2011) anteriormente, a primeira fase, denominada “exploração” e/ou “descobrimento”, deu-se ao longo dos anos entre 1992 e 1999 com a eleição do lutador Jesse Ventura, *outsider* do mundo político, para governador do Minnesota, em 1998 (ITUASSU et al., 2018). Esse caso se configurou como o principal exemplo dessa fase, além de pioneiro por “chamar a atenção para a importância das ferramentas da internet, ao utilizar uma ampla rede de e-mails⁶⁹ – de pessoas ligadas à luta profissional no estado – para distribuição de discursos, informações da campanha, posicionamentos etc” (ITUASSU et al., 2018, p. 03). E retomando Aggio (2011), podemos afirmar que no contexto vigente à referida época, a internet ainda engatinhava rumo à sua maioria “enquanto ambiente de comunicação e informação aberto a qualquer usuário e não mais apenas aos militares⁷⁰ [...]” etc. (AGGIO, 2011, p. 175).

Em seguida, Ituassu e colegas (2018) destacam o período empreendido entre os anos 2000 e 2008; este com a primeira eleição de Barack Obama ao posto de 44º presidente dos Estados Unidos. Diferente da primeira fase, a segunda já conta com a “presença de chats, games e outros usos interativos da internet” (ITUASSU et al., 2018, p. 03). Referente a esse excerto, Aggio (2014) complementa:

⁶⁹ Dado à época e às circunstâncias, reforçamos (Cf. capítulo 1) que “esse primeiro período é marcado por um baixo alcance da comunicação digital, a utilização do email e de websites estáticos de campanha” (ITUASSU et al., 2018, p. 03).

⁷⁰ Cf. Capítulo 1.

Se ainda pairavam dúvidas acerca da importância da internet para compreender a comunicação eleitoral contemporânea, os recordes alcançados pelo atual⁷¹ presidente americano nas eleições americanas de 2008 trataram de demonstrar que as tecnologias digitais de comunicação e informação dão acesso a arenas públicas indispensáveis a candidatos e partidos, atualmente (AGGIO, 2014, p. 17).

Por fim, a terceira fase é definida pelas campanhas eleitorais de 2008 a 2012, respectivamente, ao passo que “estabeleceram um novo patamar nas relações entre internet e eleições [...] marcada pelos anúncios online e mídias sociais” (ITUASSU et al., 2018, p. 03). Os autores (2018) ressaltam, ainda, o alto poder desempenhado pelas novas ferramentas em democratizar o acesso e a participação política de vários cidadãos.

Retomando a asserção feita por Aggio (2014) no recorte supramencionado a respeito da importância da internet no processo de campanha política eleitoral na contemporaneidade, o autor avança na caracterização da rede social objeto da presente pesquisa: o Twitter. Segundo ele:

Dessas arenas públicas, o Twitter pode ser considerado o principal e mais profissionalizado locus do debate público online. Isto porque há uma presença maciça de atores sociais e políticos relevantes que, invariavelmente, fomentam o debate e a circulação de informações políticas nas diferentes redes sociais do site. Ativistas, políticos profissionais, instituições do Estado, [...], militantes, partidos políticos, líderes de opinião, veículos de comunicação e cidadãos comuns engendram uma ecologia comunicacional propícia para que o Twitter abrigue, provavelmente, o debate público mais pregnante da comunicação política digital na atualidade (AGGIO, 2014, p. 17, *grifo nosso*).

A rede de *microblogging*, conforme supra grifado, ganhou *status* de “nova esfera pública” no mundo contemporâneo, o que ratifica a campanha político-eleitoral da Eleição presidencial brasileira de 2018 ter ocorrido específica e estrategicamente na referida rede social, “criando um debate público online” que renegou o protagonismo tradicional das mídias analógicas, como a televisão.

Em comunhão, Aggio (2014) não subestima o limite de até 280 caracteres que moldam e delimitam o discurso político (ou qualquer outra vertente de texto): “As curtas mensagens de 280 caracteres⁷² que definem a identidade do Twitter

⁷¹ Para não perder o costume, vale ressaltar que o “atual presidente americano” implicitamente referido por Aggio é Barack Obama, uma vez que o autor citou o ano de 2008 – primeiro mandato de Obama à frente da Casa Branca, o qual terminou em 2015.

⁷² Originalmente, Aggio em sua tese de 2014 grafou 140 caracteres; o que, só em 2017, três anos depois, aumentou para os atuais 280 caracteres (2019). Cf. nota de rodapé Capítulo 1, subcapítulo 2.4 *A conversa na rede: as redes sociais e o Twitter*.

camuflam a rede complexa de recursos e possibilidades que caracteriza a comunicação em suas redes internas” (AGGIO, 2014, p. 19).

No mais, o que o Twitter oferece de vantagem à ação política em seu âmbito é, além dos recursos propiciadores da interação discursiva, a “categorização temática de mensagens” (*idem*), a presença de ferramentas que amplificam a visibilidade pública de temas e páginas oficiais (perfis), disseminando campanhas e informações políticas (entre outras) e a utilização dos *hyperlinks* e *hashtags*⁷³. Esta, por exemplo, auxilia na propagação e divulgação de movimentos sociais e comícios eleitorais online de forma a aumentar o alcance e o engajamento ora de apoiadores de uma causa, ora de eleitores de determinado candidato (RECUERO, 2014).

De recursos voltados à interação discursiva, passando pela categorização temática de mensagens, uso de hyperlinks e mecanismos para a ampliação da visibilidade pública de assuntos e perfis diversos, o Twitter, em sua porção política, levanta questões teóricas e inspiram premissas e pressupostos que demandam esforços metodológicos e analíticos que discriminem suas diferentes dimensões comunicativas para torná-lo plenamente compreensível (AGGIO, 2014, p. 19).

A pesquisadora de mídias digitais e afins, Raquel Recuero (2014), colaboradora com o desenvolvimento do aporte teórico no Capítulo 1 deste trabalho, afirma que a popularização de redes sociais, como o Twitter, naturalizou no cotidiano social o uso de celulares e computadores com fins conversacionais e de conexão entre os cidadãos – ou internautas, no meio digital: “essas tecnologias passaram a proporcionar espaços conversacionais onde a interação com outros indivíduos adquire contornos semelhantes àqueles da conversação” (RECUERO, 2014, p. 16) que visa a manter e construir laços sociais.

Portanto, o Twitter pode ser definido como uma “esfera de interação social” porque nele não apenas os grandes jornais e revistas jornalísticas fiscalizam incessantemente a todo minuto as notícias nos *TT-Br*⁷⁴ (JAMIL; SAMPAIO, 2011, p. 212), mas também “militâncias partidárias atuam, partidos políticos se apresentam, grupos organizados disseminam seus posicionamentos, ideias e ações e cidadãos comuns navegam com diferentes disposições e objetivos, inclusive políticos” (AGGIO, 2014, p. 18).

⁷³ Cf. Capítulo 1, subcapítulo 2.4 *A conversa na rede: as redes sociais e o Twitter*.

⁷⁴ *Trending topics*, isto é, os “itens mais comentados no momento, no âmbito dos usuários brasileiros” (JAMIL; SAMPAIO, 2011, p. 212).

Dessa forma, conclui-se que a rede de *microblogging* “torna-se o habitat natural para qualquer campanha eleitoral que busque visibilidade, votos e apoio” (*ibidem*, p. 18), uma vez que permite aos atores criarem personas por trás dos perfis, a interagir com seu público por meio do espaço dos comentários e expor tais perfis ao domínio público (RECUERO, 2014).

Não suficiente, tais características corroboram o fato de muitos políticos ao redor do globo terem aderido à rede social, entre eles Donald Trump, Fernando Haddad e Jair Bolsonaro, por exemplo, além de inúmeros outros políticos nacionais e internacionais, autoridades dos mais diversos segmentos, a exemplo do Papa Francisco (AGGIO, 2014).

5.3 Contexto político-eleitoral brasileiro na Eleição de 2018

Esforçar-nos-emos a partir de agora a apresentar sumariamente algumas características que marcaram o contexto político-eleitoral brasileiro na Eleição presidencial de 2018, tanto no âmbito digital quanto no real.

Em agosto de 2018, a campanha eleitoral brasileira teve início com 13 candidatos à Presidência da República e primariamente consideramos que quatro fatores merecem destaque: 1) o ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva⁷⁵, preso em Curitiba, teve seu registro de candidatura rejeitado, sendo substituído por Fernando Haddad⁷⁶; 2) o candidato Jair Bolsonaro⁷⁷ foi alvo de uma facada durante ato de campanha em Juiz de Fora (MG); 3) o fundo partidário dos partidos e o fim das doações de empresas; e, por fim, 4) o horário de propaganda gratuita no rádio e TV pelos partidos.

⁷⁵ O ex-presidente foi condenado a 12 anos e um mês de prisão por corrupção passiva e lavagem de dinheiro no caso do triplex em Guarujá (SP), na Operação Lava Jato, pelo Tribunal Regional Federal da 4ª região (TRF-4) (O GLOBO, 2018).

⁷⁶ Em resposta ao indeferimento da candidatura de Lula, o PT confirmou em 11 de setembro a elevação de Haddad à condição de presidenciável e a deputada estadual Manuela D’Ávila (RS) à vaga de vice (O GLOBO, 2018).

⁷⁷ Durante ato de campanha, o candidato Jair Bolsonaro foi alvo de uma facada em meio ao público, em Juiz de Fora, no sul de Minas Gerais, em 6 de setembro de 2018. Bolsonaro ficou internado 23 dias. O agressor, Adélio Bispo, foi preso (O GLOBO, 2018).

Segundo o portal do TSE (2018), em 07 de outubro⁷⁸ Jair Bolsonaro foi o primeiro colocado no primeiro turno da Eleição com 46,03% dos votos válidos (49.276.990) contra 29,28% (31.342.005) de Fernando Haddad. O segundo turno, com campanha política empreendida no período de 07 a 28 de outubro, mostrou uma corrida presidencial com marcos inéditos na política recente do país, como a primeira eleição sem doações de empresas, conforme determinação do STF; a ausência de debate entre os presidenciáveis nos principais canais de televisão; e o atentado à vida de um candidato.

Sobre o fundo eleitoral, a revista Exame divulgou:

Em relação aos recursos públicos, **o MDB, o PT e o PSDB terão, juntos, 24% do total. Os dez maiores partidos terão 75% do dinheiro público.** O relatório lembra que as eleições de 2018 serão feitas com novas regras que visam trazer menos custos e maior transparência para as campanhas. Só para comparar, em 2014, a campanha de Dilma Rousseff custou 350 milhões de reais. [...] Os partidos de candidatos que estão à frente das pesquisas de voto vão ter uma parcela pequena dos recursos. **O PSL, de Bolsonaro, terá apenas 0,6%**, enquanto a Rede, de Marina Silva, terá 0,4% (EXAME, 2018, *grifos nossos*).

O Partido dos Trabalhadores (PT) tinha uma grande fatia de recursos públicos para campanha, além de dois minutos e 23 segundos no horário eleitoral e 189 inserções na televisão, ao passo que o Partido Social Liberal (PSL) apenas oito segundos e 11 inserções na referida mídia. Em contrapartida, a estratégia adotada pelo partido de Jair Bolsonaro (PSL) para transcender os limites de veiculação de sua imagem e campanha na TV e rádios se mostrou eficaz ao recorrer às redes sociais, pois é um ambiente economicamente mais barato, viável e de acesso ilimitado (AGGIO, 2014).

Aggio (2014) correlaciona a variação total de tempo para campanha eleitoral na televisão entre os partidos ao comparar os sistemas eleitorais estadunidense e brasileiro, respectivamente, de forma a corroborar a migração do PSL (o qual tinha apenas 0,6% na parcela de recursos públicos enquanto o PT dividia o bolo de 24% com outros dois partidos, MDB e PSDB) às novas mídias digitais.

O autor (2014) afirma que enquanto nos Estados Unidos “as inserções televisivas e radiofônicas de campanha são pagas diretamente pelos partidos e são muito dispendiosas, uma vez que não existe um sistema de horários gratuitos de

⁷⁸ Dia da votação do primeiro turno (07/10/18), de 8h às 17h.

propaganda eleitoral”, no Brasil, por sua vez, ocorre por via oposta: “essa vantagem é reduzida mas não eliminada, uma vez que a comunicação via websites de candidatos pode compensar, em alguma medida, o pouco tempo que determinados candidatos dispõem no HGPE” (AGGIO, 2014, p. 25).

Assim, justificamos com Aggio (2014) a importância atribuída ao Twitter, uma Nova Tecnologia da Comunicação (NTIC) ligada à rede mundial de computadores, no processo eleitoral brasileiro de 2018:

Parece razoável admitir que a internet seja fundamental para campanhas que dispõem de orçamentos ínfimos a ponto de privarem candidatos e partidos de fazerem com que suas ideias, propostas e posições cheguem a uma porção relevante do eleitorado e se tornem viáveis eleitoralmente. Isto porque o baixo custo para a criação e manutenção de canais de comunicação digital permite que estratégias de engajamento, mobilização e circulação de informações atinjam segmentos da população que não seriam alcançados por campanhas com baixa exposição televisiva (AGGIO, 2014, p. 31).

A trajetória do candidato Bolsonaro nas mídias sociais, em especial no Twitter⁷⁹, mostra que o deputado era usuário frequente da plataforma desde 2016, quando parabenizou o presidente americano eleito Donald Trump e “profetizou” sua chegada ao Planalto. Fernando Haddad, porém, já não tinha um histórico tão longo e focado nessas mesmas mídias. O petista voltou-se à internet quando o ex-presidente Lula teve sua candidatura indeferida e acirrou sua atividade no meio digital para tentar frear o avanço do adversário Bolsonaro com as intenções de voto.

Ainda, o presidenciável Jair Bolsonaro, durante campanha no primeiro turno, ficou internado 23 dias no hospital em decorrência de um atentado à faca que sofrera em 06 de setembro de 2018, na cidade mineira de Juiz de Fora. Segundo o portal do jornal El País (2018), duas cirurgias foram realizadas e somente em 29 de setembro o deputado pôde retornar à sua casa, no Rio de Janeiro, para repousar antes do dia de votação do primeiro turno, em 07 de outubro de 2018. A revista IstoÉ comenta que “coincidência ou não, a partir do atentado, Jair Bolsonaro começou a crescer nas intenções de voto do primeiro turno” (ISTOÉ, 2018).

⁷⁹ À frente da gestão das redes sociais de Bolsonaro está o seu segundo filho, Carlos Bolsonaro, também conhecido como o “002”. “Em abril, Bolsonaro disse à rádio Jovem Pan que é Carlos quem coordena seus perfis, ‘por isso muita gente quer afastá-lo de mim’” (EL PAÍS, 2018).

De acordo com o caso supracitado, o El País (2018) também focou na estratégia político-eleitoral que o partido de Bolsonaro viria a recorrer:

[Bolsonaro] Fará campanha exclusivamente através das redes, onde demonstrou estar mais à vontade do que nos comícios e nos debates – e onde tem mais de cinco milhões de seguidores. Sua equipe rastreia obsessivamente todos os dados: nas 24 horas seguintes ao ataque, monopolizou 98% das buscas no Google brasileiro e **foi mencionado 1,7 milhão de vezes no Twitter.** No mundo real, a campanha fica delegada a seus filhos, o candidato ao Senado Flávio e o deputado Eduardo. Também está seu número dois, o candidato a vice-presidente e militar da reserva Antônio Hamilton Mourão, que se empenha em manter viva a conhecida “marca Bolsonaro” (EL PAÍS, 2018, *grifos nossos*).

Entretanto, apesar da prescrição médica inicial imposta a Bolsonaro após o atentado, a versão digital da revista IstoÉ (2018) divulgou, em 18 de outubro (e portanto a dez dias da votação final do segundo turno, em 28 de outubro), que o candidato já abrija “mão de participar de quatro debates no segundo turno (Band, Gazeta, RedeTV e SBT)”. Ainda de acordo com a mesma matéria, o médico cirurgião responsável pela cirurgia do presidenciável o liberou para comparecer a dois debates ainda remanescentes: Rede Record, em 21 de outubro; e Rede Globo, em 26 de outubro.

O médico cirurgião Antonio Luiz Macedo disse nesta quinta-feira (18) que a presença de Jair Bolsonaro em debates na televisão depende do próprio candidato. A declaração foi dada ao jornal “Folha de S. Paulo”, após o médico ter examinado o deputado federal do PSL no Rio de Janeiro. [...] “Depende dele por causa da colostomia”, disse o médico. Pouco depois, Macedo divulgou uma nota afirmando que o presidenciável “apresenta boa evolução clínica” e que “a avaliação nutricional evidenciou melhora da composição corpórea, mas ainda exigindo suporte nutricional e fisioterapia” (ISTOÉ, 2018, *grifo nosso*).

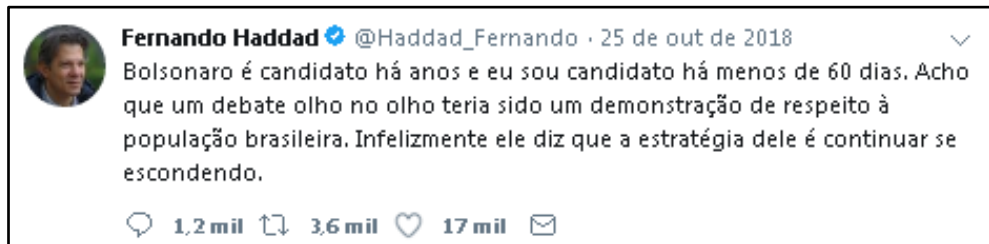
Como parte de sua estratégia de campanha, Bolsonaro cancela sua participação nos tradicionais debates televisivos, embora tenha cedido entrevista

O candidato do PSL à Presidência, Jair Bolsonaro, disse no fim da tarde desta quinta-feira (18) que não vai a debates marcados para o segundo turno das eleições. A informação foi reforçada pelo presidente do PSL, Gustavo Bebianno. Os dois deram entrevistas após o candidato passar por uma reavaliação médica, para ver como está a recuperação após a facada que levou durante ato de campanha em Juiz de Fora, em 06 de setembro (O GLOBO, 2018, *grifo nosso*).

O opositor petista, Fernando Haddad, em diversos tuites publicados na reta final da corrida presidencial, convocou seu adversário a comparecer aos debates a fim de que ambos pudessem discutir propostas de campanha, como acontece nas

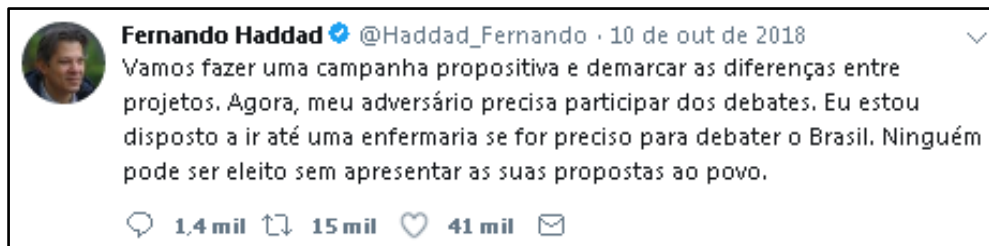
tradicionais deliberações televisivas: “olho no olho” (Figura 1). Anteriormente a esse caso, logo no início do segundo turno, em 10 de outubro de 2018, Haddad já havia reforçado a vontade de debater com o oponente; ele até se dispôs a ir à enfermaria do hospital Albert Einstein, em São Paulo, onde Bolsonaro se encontrava para debater (Figuras 2 e 3).

Figura 1: Tuite de Haddad sobre ausência de Bolsonaro nos debates



Fonte: perfil oficial do candidato Fernando Haddad. Disponível em: https://twitter.com/Haddad_Fernando?ref_src=twsrc%5Egoogle%7Ctwcamp%5Eserp%7Ctwgr%5Eaut hor> Acesso em: 03 abr 2019.

Figura 2: Tuite de Haddad sobre ir à enfermaria debater com Bolsonaro



Fonte: perfil oficial do candidato Fernando Haddad. Disponível em: https://twitter.com/Haddad_Fernando?ref_src=twsrc%5Egoogle%7Ctwcamp%5Eserp%7Ctwgr%5Eaut hor> Acesso em: 03 abr 2019.

Figura 3: Matéria *online* da Veja sobre Haddad querer debater com Bolsonaro na enfermaria de hospital



Fonte: site da revista Veja. Disponível em: < <https://veja.abril.com.br/politica/haddad-diz-que-vai-ate-a-enfermaria-para-debater-com-bolsonaro/>>. Acesso em: 19 out 2019.

Contudo, o resultado do segundo turno das Eleições saiu no domingo, dia 28 de outubro de 2018, confirmando a previsão das pesquisas de boca de urna: Bolsonaro⁸⁰ foi eleito presidente com 57.796.986 dos votos válidos (55,13%) contra 47.038.963 dos votos válidos de Fernando Haddad (44,87%). Com a vitória da direita, que estava longe do Palácio do Planalto desde o fim dos anos de chumbo da Ditadura Militar (1964-1985), pudemos observar a ocorrência de uma peculiaridade no âmbito comunicacional devido a uma reconfiguração na *forma* de se fazer campanha.

Marcada pelo realocamento da voz do sujeito político (no caso, os presidenciais) da já tradicional mídia de comunicação, como a televisão, para as Novas Tecnologias da Comunicação (TICs), como por exemplo a rede social em que se concentra o *corpus* desta pesquisa, o Twitter, o modo de se fazer política no Brasil havia, definitivamente, mudado.

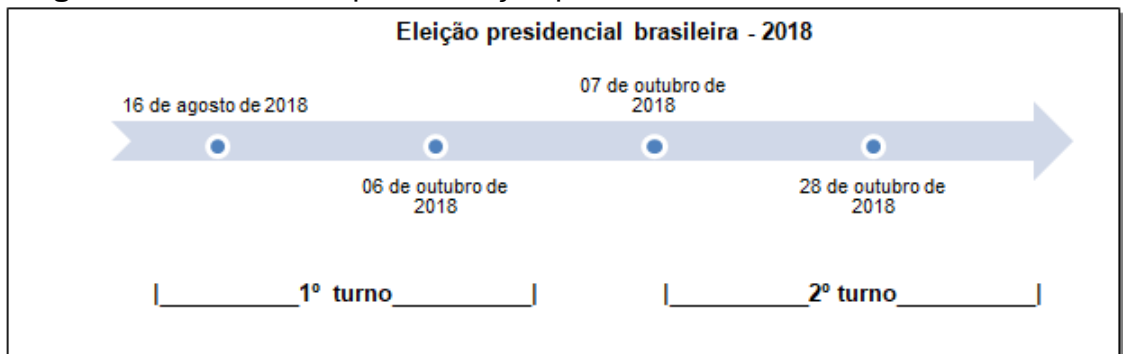
Isso posto, cabe-nos, por fim, iniciar a análise da construção discursiva de ambos os presidenciais, Fernando Haddad (PT) e Jair Bolsonaro (PSL), em suas respectivas contas do Twitter, durante o segundo turno das eleições presidenciais de 2018, com foco nas estratégias argumentativas utilizadas por ambos os candidatos a fim de decalcar o *ethos* enunciativo forjado nessa mídia.

⁸⁰ Para mais informações, acessar: <<http://www.tse.jus.br/imprensa/noticias-tse/2018/Outubro/concluida-totalizacao-de-votos-do-1o-turno-das-eleicoes-2018>>. Acesso em: 10 maio 2019.

6 QUESTÕES PERTINENTES DA ELEIÇÃO DE 2018

No presente capítulo efetuaremos a análise dos discursos, no Twitter, dos presidentes que disputaram o Palácio do Planalto durante o segundo turno da Eleição de 2018: Fernando Haddad, pelo Partido dos Trabalhadores (PT); e Jair Bolsonaro, pelo Partido Social Liberal (PSL).

Figura 4: Linha do tempo da Eleição presidencial brasileira de 2018



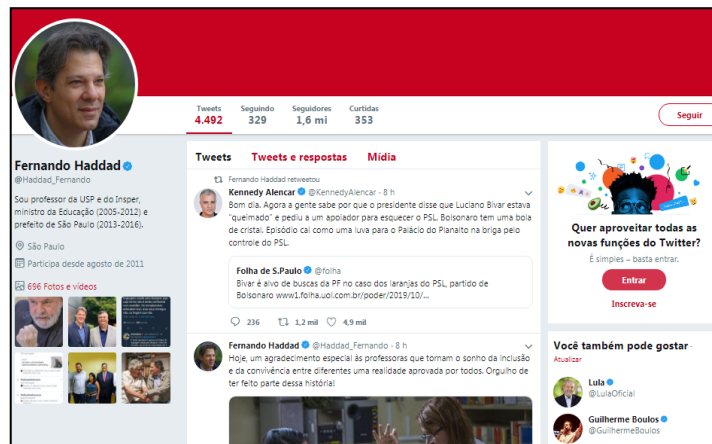
Fonte: autoral.

Para tanto, conforme já foi explicitado ao longo deste trabalho, pautaremos nossa análise sob o crivo dos postulados de autores da Escola Francesa da Análise do Discurso (AD), porém sem negligenciar outros autores (muitos até anteriores aos que serão utilizados da Escola Francesa) que muito contribuíram para o constante incremento do estudo, adicionando diferentes focos analíticos oriundos de diferentes perspectivas geradas em distintas culturas, épocas e contextos.

No que concerne ao material de análise, vale ressaltarmos algumas questões pertinentes:

1. A proposta inicial objetivava reunir todos os pronunciamentos (tuites) proferidos por ambos os presidentes em suas respectivas contas oficiais no Twitter (segue abaixo duas imagens ilustrando as páginas oficiais):

Figura 5: @Haddad_Fernando - *Print* da conta oficial do candidato Fernando Haddad (PT), no Twitter



Fonte: perfil do candidato. Acesso em: 15 out 19. Disponível em: <https://twitter.com/Haddad_Fernando?ref_src=twsrc%5Egoogle%7Ctwcamp%5Eserp%7Ctwgr%5Eauthor>.

Figura 6: @jairbolsonaro - *Print* da conta oficial do candidato Jair Bolsonaro (PSL), no Twitter



Fonte: perfil do candidato. Acesso em: 15 out 19. Disponível em: <https://twitter.com/jairbolsonaro?ref_src=twsrc%5Egoogle%7Ctwcamp%5Eserp%7Ctwgr%5Eauthor>

2. No decorrer da reunião de todos os pronunciamentos, empreendidos no período de tempo que compreende o segundo turno da Eleição de 2018 (07 de outubro de 2018 a 28 de outubro de 2018, quatro semanas, 22 dias), por meio de *print* (ou *screenshot*) da tela do computador, deparamo-nos com um problema: ao passo que a página oficial de Fernando Haddad (PT) disponibilizou todos os tuites do candidato desde um dia após o início do segundo turno, ou seja, em 08 de outubro de 2018; o mesmo não ocorreu

com a página de Jair Bolsonaro, a qual apenas carregou seus conteúdos a partir quase do final do segundo turno, em 23 de outubro de 2018, a cinco dias de findar a corrida eleitoral para o Planalto;

3. Dessa forma, recorremos a uma ferramenta disponibilizada pelo Twitter para tentar recuperar os tuites do candidato Bolsonaro desde o início do segundo turno (08/10/18) até o dia que realmente foi possível salvar seu material (23/10/18): a busca avançada. Essa estratégia parecia resolver o problema dos pronunciamentos ora apagados pela própria rede social, ora deletados pela assessoria do presidencial – essas são as nossas duas hipóteses cabíveis. Com efeito, obtivemos sucesso em parte: através de uma pesquisa randômica, não apenas tuites empreendidos dentro do período de tempo que eram desejados apareceram como também anteriores ao início do segundo turno. Entretanto, o resultado da pesquisa avançada é uma enumeração de pronunciamentos fora de ordem, além de se tratar de uma busca não totalmente acurada. Ou seja, após o garimpo de todos os tuites caracterizados como enunciados proferidos pelo candidato Bolsonaro (excluindo retuites, vídeos, propagandas de campanha, imagens e outros conteúdos audiovisuais), a quantidade resultada é largamente inferior a do candidato petista, Fernando Haddad, o qual não apresentou tamanhos obstáculos à pesquisa (apenas a falta do dia 07/10/18, data que obtivemos só material de Bolsonaro – três tuites);
4. Portanto, ao equipararmos o conteúdo dos candidatos, optamos por selecionar para nossa análise os dias em que conseguimos registrar material de ambos os políticos, de forma a não prejudicar/favorecer um em detrimento do outro (apesar de que, como poderá ser observado nas análises, há dias em que utilizamos apenas um pronunciamento de apenas um candidato por motivo de critérios argumentativos para a AD);
5. De acordo com o nosso parâmetro de seleção imposto e as circunstâncias do momento, foram recolhidos, no total, 265 pronunciamentos de Fernando Haddad e 41 de Jair Bolsonaro. No entanto, foram excluídos da análise dias em que não se pôde obter material ora de um candidato, ora do outro.

6.1 Estratégias argumentativas: os critérios para a Análise do Discurso

Apresentaremos, na presente subseção, alguns dos principais critérios teóricos utilizados para respaldar e sustentar a análise do discurso, em especial de linha francófona.

Conforme visto ao longo deste trabalho, principalmente no retrospecto realizado no Capítulo 3, os estudos linguísticos acerca da argumentação remontam à Grécia Antiga. Na esteira da contemporaneidade, o interesse pela argumentação

se reavivou nos postulados dos belgas Chaïm Perelman e Lucie Olbrechts-Tyteca, na década de 1950. Nesta mesma época, acredita Brandão (2002)⁸¹, solidificaram-se os moldes teóricos definitivos para o método de análise do discurso de que dispomos hoje. Maingueneau (2015), por sua vez, considera essa tese muito precipitada e conclui que só a partir da década de 1960 a análise do discurso progride no campo da pesquisa científica, por meio da confluência de distintas áreas do saber em comum.

Vimos também a relação intrínseca entre linguagem e ideologia, refutando-se por completo a ideia de que a ação comunicativa está isenta de marcas inerentes ao locutor e seu contexto. Dessa forma, o discurso persuasivo não foge à regra. Afirma Citelli (2006) que “o elemento persuasivo está colado ao discurso, como a pele ao corpo” (CITELLI, 2006, p. 06).

Além do referido autor e Fiorin, Ingedore Koch (2008; 2009) muito contribuirá com suas pesquisas voltadas à construção de sentidos em um texto, bem como as estratégias argumentativas que englobam os segredos para uma análise do discurso, a saber: os operadores argumentativos, os marcadores de pressuposto e subentendido, os modalizadores, voz de autoridade, os tempos verbais do discurso etc.

Marise Guedes e Maria Ribeiro (2015), ao escreverem sobre a atividade e redação jornalística, atentam o leitor às estratégias empregadas no discurso pelo jornalista a fim de fazê-lo soar imparcial: “na busca por esta neutralidade, o locutor lança mão de estratégias linguísticas e extralinguísticas na sua produção textual” (GUEDES & RIBEIRO, 2015, p. 06). As mesmas autoras expõem, ainda, alguns fatores que contribuem para exprimir essa “impressão” de neutralidade, como a escolha lexical e a atenção na construção do discurso (ou texto, também).

6.1.1 Modalizadores

Concluimos, pois, que não há texto nem discurso isentos de características advindas do próprio enunciador, uma vez que eles são sua exteriorização. A esse

⁸¹ Cf. Capítulo 2, subcapítulo 3.2.5 *O método: a Análise do Discurso e a França*.

procedimento de produzir marcas nos produtos discursivos, chama-se de modalização (GUEDES & RIBEIRO, 2015, p. 07). Gouvêa, Pauliukonis e Monnerat (2013) definem a modalização como um “fenômeno linguístico-discursivo por intermédio do qual o sujeito comunicante se apropria da língua para marcar o modo como diz aquilo que diz” (GOUVÊA, PAULIUKONIS, MONNERAT, 2013, p. 07).

Ingedore Koch (2009) define a modalização com o conjunto de todas as palavras (elementos linguísticos) que influenciam diretamente na produção semântica de um enunciado e que agem como “indicadores das intenções, sentimentos e atitudes do locutor com relação ao seu discurso” (KOCH, 2009, p. 136). Ainda segundo a mesma autora, “estes elementos caracterizam os tipos de atos de fala que deseja desempenhar, revelam o maior ou menor grau de engajamento do falante com relação ao conteúdo proposicional veiculado [...]” (KOCH, 2009, p. 136).

6.1.2 Operadores argumentativos

Segundo Koch (2007), o termo que abordaremos agora, os “operadores argumentativos”, foi idealizado pelo linguista francês Oswald Ducrot a fim de “designar certos elementos da gramática de uma língua que têm por função indicar (‘mostrar’) a força argumentativa dos enunciados, a direção (sentido) para o qual apontam” (KOCH, 2007, p. 30).

Dessa forma, podemos concluir com Galdino (2018) que “os operadores têm como função guiar o interlocutor para alguma conclusão, já que eles fazem uma ligação entre uma sentença e outra” (GALDINO, 2018, p. 39). A conexão das frases acarretará, conseqüentemente, em causas, finalidades, concessões, conseqüências, explicações, concomitância, adição etc.

6.1.3 Anáfora e catáfora

Koch (2008), em *O texto e a construção dos sentidos*, empenha-se em abordar os inúmeros componentes discursivos que desempenham um papel importante, em seus variados níveis de atuação, na construção dos textos e de sua

semântica. Baseando-se em Marcuschi (1983), a autora traz à discussão os fatores de coesão, responsáveis “pela sequenciação superficial do texto, isto é, os mecanismos formais de uma língua que permitem estabelecer, entre os elementos linguísticos do texto, **relações de sentido**” (KOCH, 2008, p. 46). Dessa forma, dentre os referidos elementos supracitado, enquadram-se a dupla anáfora e catáfora. Koch as designa à “função de (re)ativação de referentes” (*idem*).

Em consonância à autora, Maingueneau (2008a) define a anáfora como “qualquer tipo de retomada de uma unidade de um texto por uma outra do mesmo texto” (MAINGUENEAU, 2008a, p. 195). Já a catáfora é, por sua vez, quando “o termo que retoma *precede* o termo retomado” (*ibidem*, p. 196).

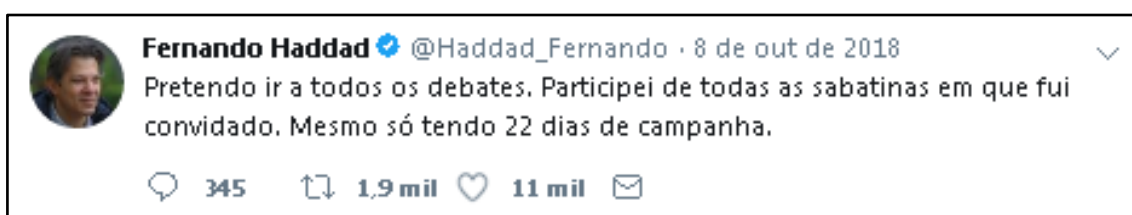
6.2 A análise dos pronunciamentos no Twitter

Dedicar-nos-emos, na presente subseção, a realizar a Análise do Discurso dos referidos tuitos anexados, de ambos os candidatos à presidência da República, durante o segundo turno da Eleição de 2018, no Twitter.

08 DE OUTUBRO DE 2018

FERNANDO HADDAD

Figura 7: Tuite nº 1 de Haddad em 08/10/18



Fonte: perfil do candidato. Acesso em: 15 out 19. Disponível em: <https://twitter.com/Haddad_Fernando?ref_src=twsrc%5Egoogle%7Ctwcamp%5Eserp%7Ctwgr%5Eauthor>.

Pretendo ir a todos os debates. Participei de todas as sabatinas em que fui convidado. Mesmo só tendo 22 dias de campanha.

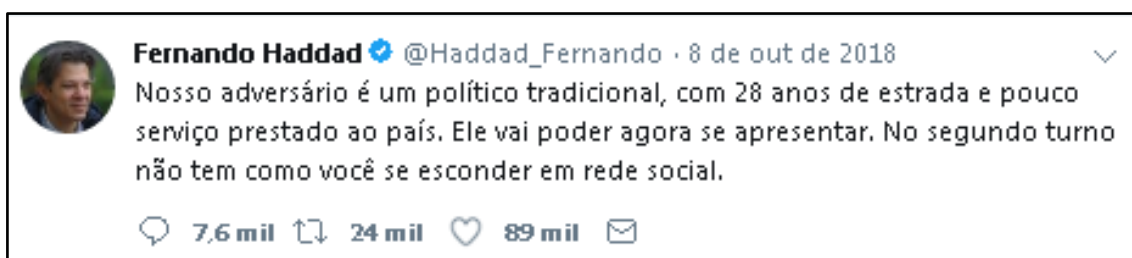
No primeiro discurso do segundo turno, Fernando Haddad faz uso de uma modalização com caráter de possibilidade, por meio do uso da forma verbal “Pretendo”, em que faz uso do sujeito simples, embora implícito e que pode ser

identificado na desinência verbal indicativa de 1ª pessoa “-o”, trazendo ao pronunciamento uma ideia de restrição, pois o enunciador utiliza a marca de pessoa restrita (eu). Utiliza o verbo modal “pretendo” como um modalizador de possibilidade, indicando, portanto, que há chances também de que tal fato também não ocorra, posto que se condiciona à presença do outro debatedor, a qual precisa, antes, ser confirmada.

Na segunda oração, o candidato permanece com o uso da pessoa restrita, utilizando, no entanto, a forma verbal no pretérito, o que dá à ação discursiva um caráter assertivo.

Por fim, Haddad inicia a terceira oração por meio do operador argumentativo de concessão “mesmo”, modalizando, assim, seu posicionamento no texto, ou seja, “Mesmo só tendo 22 dias de campanha”, introduz uma asserção inesperada que ratifica a importância do fato anterior, fazendo um juízo de valor em relação ao seu comportamento político em contraponto ao de seu oponente Bolsonaro, que não compareceu a qualquer debate promovido durante a campanha presidencial.

Figura 8: Tuite nº 2 de Haddad em 08/10/18



Fonte: perfil do candidato. Acesso em: 15 out 19. Disponível em: <https://twitter.com/Haddad_Fernando?ref_src=twsrc%5Egoogle%7Ctwcamp%5Eserp%7Ctwgr%5Eauthor>.

Nosso adversário é um político tradicional, com 28 anos de estrada e pouco serviço prestado ao país. Ele vai poder agora se apresentar. No segundo turno não tem como você se esconder em rede social.

Fernando Haddad inicia o seu pronunciamento por meio de um modalizador de característica ao se referir-se a Bolsonaro como “adversário”, termo que executa a função de sujeito da oração. Acoplado ao sujeito, o petista faz uso de uma marca

de pessoa ampliada (“nosso”), dando ao pronunciamento uma ideia de aproximação entre o enunciador (Fernando Haddad) e seus interlocutores (leitores, seguidores, apoiadores, eleitorado etc.), permitindo a pressuposição de que o candidato a que se refere é o adversário de todos os que o ouvem.

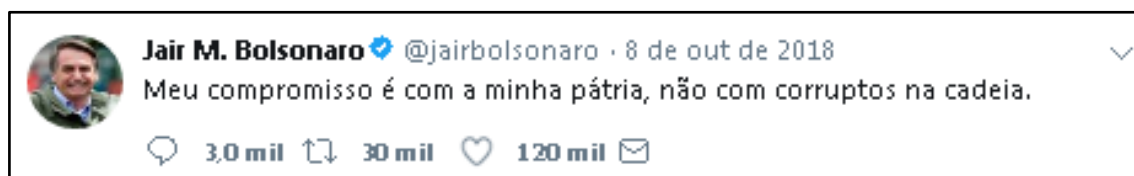
Em sequência, Haddad traz outros modalizadores com a intenção de fazer juízos de valor sobre seu oponente, como o predicativo caracterizador “político tradicional”, o modalizador temporal “com 28 anos de estrada” e o modalizador de intensidade “pouco serviço prestado ao país”.

Na segunda sentença, o petista traz o verbo modal “pode” inserido na locução verbal “vai poder”, indicando possibilidade. Prossegue com o uso do modalizador temporal “agora”, usado como marcador da pressuposição de que somente a partir do momento de fala no segundo turno seu adversário começará a realmente servir o país.

Por fim, Haddad ratifica a afirmação feita ao enfatizar que “No segundo turno não tem como você se esconder em rede social”, ou seja, o marcador temporal “no segundo turno” permite pressupor que no primeiro turno das eleições Bolsonaro usou as redes sociais para se “esconder”, fugindo, assim, do embate pessoal com seus adversários políticos.

JAIR BOLSONARO

Figura 9: Tuite nº 1 de Bolsonaro em 08/10/18

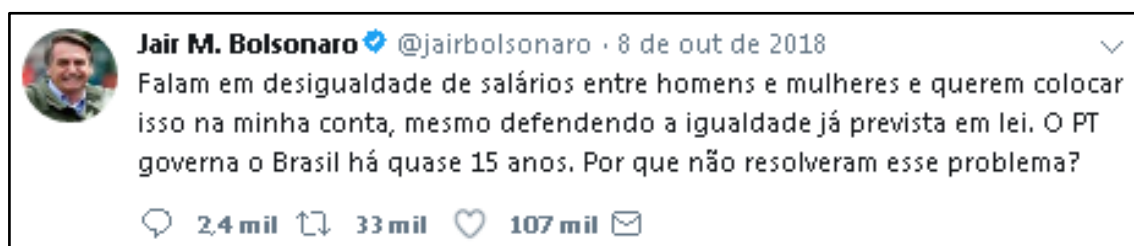


Fonte: perfil do candidato. Acesso em: 15 out 19. Disponível em:
<https://twitter.com/jairbolsonaro?ref_src=twsrc%5Egoogle%7Ctwcamp%5Eserp%7Ctwgr%5Eauthor>

Meu compromisso é com a minha pátria, não com corruptos na cadeia.

O candidato pelo PSL inaugura seu pronunciamento utilizando-se de duas marcas de pessoa restrita: os pronomes possessivos “meu” e “minha”, dando a ideia de que o seu compromisso é unicamente com a sua pátria, construindo o *ethos* de patriota. Além disso, ao afirmar que seu comprometimento é com a nação, explicita o seu compromisso e insere, de modo subentendido, em “não com corruptos na cadeia”, que seu oponente age com pretensões diferentes, “particulares”, numa referência implícita ao ex-presidente Lula, preso em Curitiba.

Figura 10: Tuite nº 2 de Bolsonaro em 08/10/18



Fonte: perfil do candidato. Acesso em: 15 out 19. Disponível em:
<https://twitter.com/jairbolsonaro?ref_src=twsrc%5Egoogle%7Ctwcamp%5Eserp%7Ctwgr%5Eauthor>

Falam em desigualdade de salários entre homens e mulheres e querem colocar isso na minha conta, mesmo defendendo a igualdade já prevista em lei. O PT governa o Brasil há quase 15 anos. Por que não resolveram esse problema?

No presente pronunciamento, o então presidenciável inicia seu texto usando um verbo *dicendi* na terceira pessoa do plural para introduzir uma voz autorizada

que não se pode identificar, uma vez que o sujeito, por meio desse artifício, é sintaticamente indeterminado: “Falam em desigualdade de salários entre homens e mulheres [...]”. O enunciador conecta as sentenças por meio da conjunção “e”, que sintaticamente será sempre aditiva, mas que aqui, nesse contexto, adquire o valor semântico de adversão: “e querem colocar isso na minha conta [...]”, e constrói, dessa forma, o *ethos* do “injustiçado”.

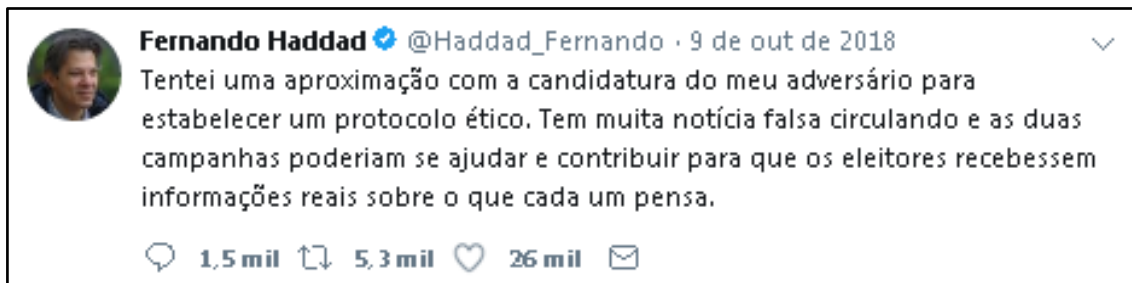
Em seguida, Bolsonaro procura achar um responsável para os problemas citados e dá ênfase ao Partido dos Trabalhadores ao topicalizá-lo na sentença: “O PT governa o Brasil há quase 15 anos”, utilizando o modalizador epistêmico delimitador “quase” ao se referir ao tempo que o PT ficou no poder: “[...] há quase 15 anos” e, dessa forma, exime-se da responsabilidade da precisão da informação.

Por fim, Bolsonaro faz uma pergunta retórica: “Por que não resolveram esse problema?”, em que o verbo, embora na terceira pessoa do plural, “resolveram”, faz referência ao sujeito topicalizado da oração anterior: “O PT”.

9 DE OUTUBRO

FERNANDO HADDAD

Figura 11: Tuite nº 1 de Haddad em 09/10/18



Fonte: perfil do candidato. Acesso em: 15 out 19. Disponível em: <https://twitter.com/Haddad_Fernando?ref_src=twsrc%5Egoogle%7Ctwcamp%5Eserp%7Ctwgr%5Eauthor>.

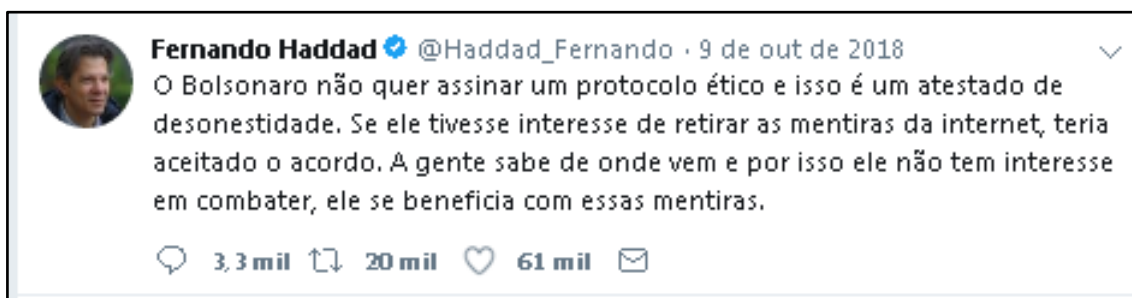
Tentei uma aproximação com a candidatura do meu adversário para estabelecer um protocolo ético. Tem muita notícia falsa circulando e as duas campanhas poderiam se ajudar e contribuir para que os eleitores recebessem informações reais sobre o que cada um pensa.

Fernando Haddad inicia seu pronunciamento no Twitter fazendo uso de um sujeito simples que, embora implícito na oração, pode ser identificado na desinênci verbal indicativa de 1ª pessoa do pretérito perfeito “-ei”, trazendo ao pronunciamento uma ideia de restrição, pois o enunciador utiliza a marca de pessoa restrita (“eu”): “[*Eu*] *Tentei* uma aproximação [...]”. O enunciador expressa sua tentativa de contato com a equipe de campanha de seu oponente partidário, a qual ele caracteriza metonimicamente como “a candidatura”, além de modalizar Bolsonaro caracteristicamente como “*meu adversário*”, fazendo uso ainda da marca de pessoa restrita “meu”.

O intuito da aproximação com o rival seria para firmar um acordo ético que cessaria a disseminação de notícias falsas, as famosas *fake news* (tão difundidas no conhecimento público desde a eleição americana entre Hillary Clinton e Donald Trump, em 2016, e principalmente com a Eleição de 2018 brasileira), se ambas as candidaturas se unissem em prol da verdade “para que os eleitores recebessem informações reais sobre o que cada um pensa”, e cria, dessa forma, o *ethos* do “ético”.

Ainda, em “as duas campanhas *poderiam* se ajudar e contribuir para que os eleitores recebessem informações reais [...]”, o enunciador faz uso do verbo modal “poderiam” como modalizador de possibilidade, indicando a sua disposição para uma possível cooperação entre ambas as candidaturas no segundo turno, no combate às inverdades que foram disseminadas, construindo o *ethos* do “justo” em seu discurso.

Figura 12: Tuite nº 2 de Haddad em 09/10/18



Fonte: perfil do candidato. Acesso em: 15 out 19. Disponível em: <https://twitter.com/Haddad_Fernando?ref_src=twsrc%5Egoogle%7Ctwcamp%5Eserp%7Ctwgr%5Eauthor>.

O Bolsonaro não quer assinar um protocolo ético e isso é um atestado de desonestidade. Se ele tivesse interesse em retirar as mentiras da internet, teria aceitado o acordo. A gente sabe de onde vem e por isso ele não tem interesse em combater, ele se beneficia com essas mentiras.

Neste texto, Haddad topicaliza o sujeito usando o sobrenome de seu adversário “Bolsonaro”, precedido do artigo definido “O”, o que dá ao sujeito um caráter singular e ao mesmo tempo comum (esse Bolsonaro que vocês conhecem, por exemplo). Em seguida, ao iniciar a oração com o modalizador de possibilidade “Se”, alega que o candidato do PSL teria ignorado o protocolo ético por supostamente se beneficiar da disseminação de notícias falsas, as *fake news*: “Se ele tivesse interesse de retirar as mentiras da internet, teria aceitado o acordo”. O enunciador atribui destaque ainda à “*má relação*” entre as candidaturas por conta do comportamento “despreocupado” e “desinteressado” de seu oponente, ratificando a

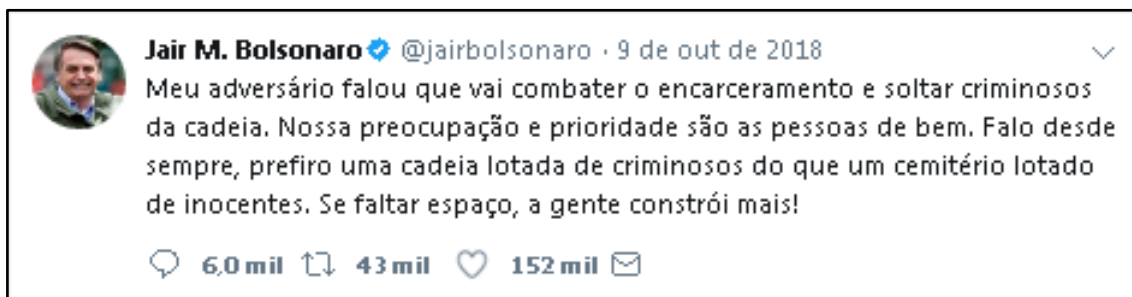
indiferença deste em garantir a lisura da campanha política com informações íntegras.

Por fim, Haddad corrobora a suposição anterior sobre o possível beneficiamento por parte de seu oponente de informações distorcidas da realidade ao utilizar a locução pronominal “A gente”, cujo valor semântico é de “nós”, portanto, pessoa discursiva ampliada: “A gente sabe de onde vem [...]”, sugerindo, dessa maneira, que nesse caso se inscreve a possibilidade de integração do enunciador e coenunciador. Haddad engloba tanto seus eleitores como outros eventuais opositores a Bolsonaro acerca do conhecimento da procedência das referidas notícias falsas e conclui isso por meio do operador argumentativo de conclusão “por isso”.

Dessa forma, em: “por isso ele não tem interesse em combater”, Haddad corrobora sua tese de que as *fake news* vêm de apoiadores de Bolsonaro (modalização de negação com “não”) e, por essa razão, não é de interesse desse candidato retirá-las de circulação nas redes, ou seja, não há interesse em assinar o protocolo ético, uma vez que se pressupõe que o deputado federal se alimente de tal ação.

JAIR BOLSONARO

Figura 13: Tuite nº 1 de Bolsonaro em 09/10/18



Fonte: perfil do candidato. Acesso em: 15 out 19. Disponível em:

<https://twitter.com/jairbolsonaro?ref_src=twsrc%5Egoogle%7Ctwcamp%5Eserp%7Ctwgr%5Eauthor>

Meu adversário falou que vai combater o encarceramento e soltar criminosos da cadeia. Nossa preocupação e prioridade são as pessoas de bem. Falo desde sempre, prefiro uma cadeia lotada de criminosos do que um cemitério lotado de inocentes. Se faltar espaço, a gente constrói mais!

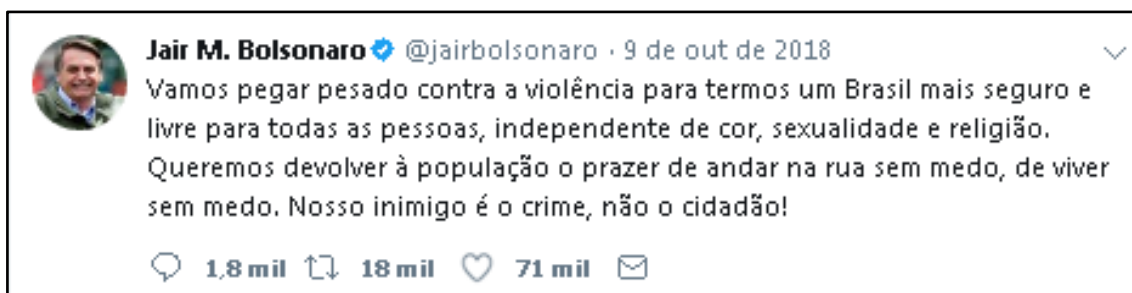
No pronunciamento em questão, o enunciador opta por utilizar a pessoa restrita, ou seja, distancia-se do seu coenunciador com o uso do possessivo “Meu”, além de modalizar caracteristicamente seu oponente Haddad como “adversário”. Em seguida, o candidato faz uso do verbo *dicendi* “falar”, em “falou que”, o qual insere um discurso relatado indireto: “Meu adversário falou que vai combater o encarceramento e soltar criminosos da cadeia”, usando essa “afirmação” atribuída a Haddad para construir a ação discursiva apresentada em seguida: “Nossa preocupação e prioridade são as pessoas de bem”, mas, nesse caso, fazendo uso da pessoa ampliada com o uso do pronome possessivo “Nossa”, trazendo seu possíveis eleitores para se juntarem à causa.

Em seguida, o enunciador inicia a terceira oração usando a locução adverbial, “desde sempre”, a fim de modalizar e reforçar a ideia de seu incansável esforço para combater a impunidade e inscreve, no discurso, o *ethos* do “justo”.

No final, o enunciador inaugura a última oração modalizando-a com a introdução do operador argumentativo de possibilidade “Se”, referindo-se à provável falta de espaço nas cadeias devido ao contingente de presos encarcerados e logo

depois complementa que, caso isso ocorra, “a gente constrói mais!”, utilizando-se a marca de pessoa ampliada, “nós = a gente”, ratificando o *ethos* construído e o estendendo para aqueles que o apoiam.

Figura 14: Tuite nº 2 de Bolsonaro em 09/10/18



Fonte: perfil do candidato. Acesso em: 15 out 19. Disponível em: https://twitter.com/jairbolsonaro?ref_src=twsrc%5Egoogle%7Ctwcamp%5Eserp%7Ctwgr%5Eauthor

Vamos pegar pesado contra a violência para termos um Brasil mais seguro e livre para todas as pessoas, independente de cor, sexualidade e religião. Queremos devolver à população o prazer de andar na rua sem medo, de viver sem medo. Nosso inimigo é o crime, não o cidadão!

Na primeira sentença, o enunciador prioriza o uso da primeira pessoa do plural, “nós”, reforçando a marca de pessoa ampliada, ou seja, aproximando o coenunciador para a ação discursiva proposta. Em “Vamos pegar pesado contra a violência [...]”, a modalização é realizada por “pesada”, cuja função é indicar o modo como o governo Bolsonaro tratará da violência.

Ao analisarmos a sentença em sua integridade, compreendemos que em: “Vamos pegar pesado contra a violência para termos um Brasil mais seguro e livre para todas as pessoas, independentemente de cor, sexualidade e religião”, o enunciador reforça o pressuposto de que o Brasil não é um país seguro e carece de ações afirmativas do governo vigente (e anteriores) para combater a insegurança e restaurar de vez a liberdade para os cidadãos, sem quaisquer distinções.

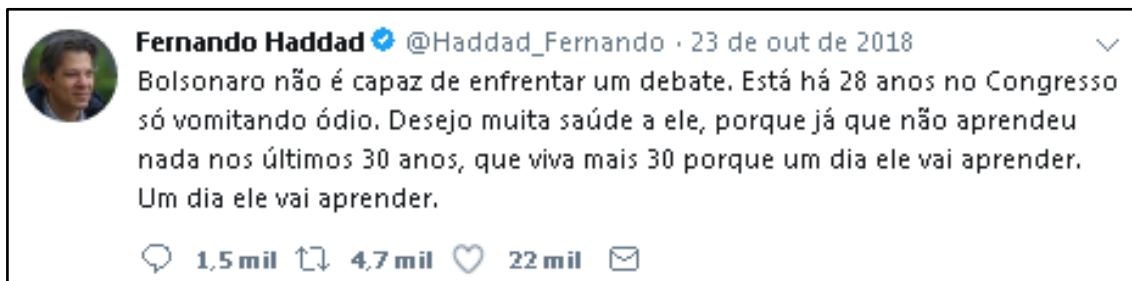
Novamente o enunciador inicia sua fala trazendo a ideia de aproximação com o coenunciador ao utilizar a locução verbal “Queremos devolver”, onde se pode

gramaticalmente depreender a presença da marca de pessoa ampliada “nós”, fazendo referência à proposta anterior (“Vamos pegar pesado contra a violência [...]”), mais uma vez pressupondo o Brasil como um país que se tornou violento, onde a população passou a viver sem liberdade, pois o uso do verbo “devolver” subentende que quem devolve algo é porque esse algo foi “perdido” ou “retirado”.

23 DE OUTUBRO

FERNANDO HADDAD

Figura 15: Tuite de Haddad em 23/10/18



Fonte: perfil do candidato. Acesso em: 15 out 19. Disponível em: <https://twitter.com/Haddad_Fernando?ref_src=twsrc%5Egoogle%7Ctwcamp%5Eserp%7Ctwgr%5Eauthor>.

Bolsonaro não é capaz de enfrentar um debate. Está há 28 anos no Congresso só vomitando ódio. Desejo muita saúde a ele, porque já que não aprendeu nada nos últimos 30 anos, que viva mais 30 porque um dia ele vai aprender. Um dia ele vai aprender.

Em tuite do dia 23 de outubro, o enunciador opta por topicalizar o seu adversário Bolsonaro, modalizando-o caracteristicamente como “adversário”, e atribuindo-lhe destaque como sujeito gramaticalmente explícito da oração. Nela, o enunciador ainda reforça que seu oponente ao Planalto “não é capaz de enfrentar um debate” e ratifica suas críticas às declinações que seu oponente fez aos convites para discutir sobre propostas de governo.

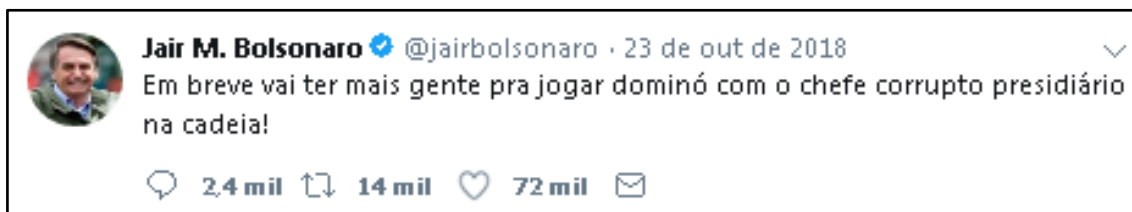
Na segunda oração, em: “Está há 28 anos no Congresso só vomitando ódio”, o sujeito é retomado anaforicamente e, em seguida, informa o tempo que o candidato teve um mandato, exercendo o cargo de deputado federal, mas que “[...] só vomitando ódio”. O modalizador “Só” funciona como indicador de uma afirmação ou negação total; em “vomitando ódio” temos, respectivamente, uma dose dupla de hipérboles (figura da linguagem que expressa exagero): “vomitando” (forma de caracterizar hiperbolicamente a disseminação de algo, no caso, o “ódio”), e o próprio substantivo “ódio”, o qual expressa imenso repúdio a alguma coisa.

Na terceira oração, o enunciador faz uso da ironia ao desejar “muita saúde” a seu oponente Bolsonaro. Isso se comprova com a utilização dos operadores argumentativos “porque” e “já que”, os quais introduzem uma justificativa ou podem indicar uma causa/explicação relativa a um enunciado anterior.

Portanto, em “Desejo muita saúde a ele, *porque já que* não aprendeu nada nos últimos 30 anos, que viva mais 30 porque um dia ele vai aprender. Um dia ele vai aprender”, temos uma construção frásica irônica, na qual Haddad deseja a Bolsonaro mais anos de vida a fim de que este tenha mais tempo para aprender seu ofício na política, visto que 30 anos não foram suficientes. Há também o recurso da repetição, ao final, com as frases: “um dia ele vai aprender”, visando a “martelar”, “grudar”, fixar na mente do leitor o que é dito. Inscreve, assim, em seu discurso, o *ethos* do “debochado”.

JAIR BOLSONARO

Figura 16: Tuite de Bolsonaro em 23/10/18



Fonte: perfil do candidato. Acesso em: 15 out 19. Disponível em:
<https://twitter.com/jairbolsonaro?ref_src=twsrc%5Egoogle%7Ctwcamp%5Eserp%7Ctwgr%5Eauthor>

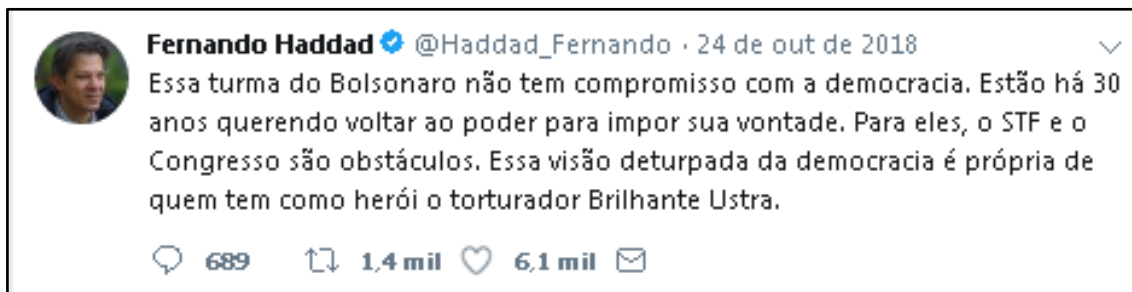
Em breve vai ter mais gente pra jogar dominó com o chefe corrupto presidiário na cadeia!

Aqui, o enunciador inaugura sua fala utilizando o modalizador adverbial de tempo: “Em breve [...]”, expressando, de forma irônica e previamente, seu juízo de valor em relação a um acontecimento que se dará em pouco tempo em relação ao ato de fala: “[...] vai ter mais gente pra jogar dominó com o chefe corrupto presidiário na cadeia!”, numa menção implícita ao ex-presidente Lula, preso no Paraná, o qual receberá novos integrantes na prisão. A expressão “jogar dominó” é extremamente irônica e confere ao enunciador o *ethos* do “debochado”.

24 DE OUTUBRO

FERNANDO HADDAD

Figura 17: Tuite de Haddad em 24/10/18



Fonte: perfil do candidato. Acesso em: 15 out 19. Disponível em: <https://twitter.com/Haddad_Fernando?ref_src=twsrc%5Egoogle%7Ctwcamp%5Eserp%7Ctwgr%5Eauthor>.

Essa turma do Bolsonaro não tem compromisso com a democracia. Estão há 30 anos querendo voltar ao poder para impor sua vontade. Para eles, o STF e o Congresso são obstáculos. Essa visão deturpada da democracia é própria de quem tem como herói o torturador Brilhante Ustra.

Haddad inicia seu tuite demonstrando distanciamento do seu adversário e apoiadores ao se referir, anaforicamente, a eles, com o pronome demonstrativo “essa”, em: “Essa turma do Bolsonaro não tem compromisso com a democracia”, ou seja, o sujeito a que se refere está sendo retomado, portanto, já fora expresso anteriormente e todos os seus eleitores já o conhecem.

Na oração seguinte, o enunciador retoma novamente e de forma anafórica o sujeito “essa turma”, mas realiza a concordância ideológica ao usar a forma verbal no plural “estão” (essa turma estão = turma significa várias pessoas). Modaliza o fato por meio do advérbio de tempo “30 anos”, reforçando, assim, o período em que Bolsonaro e sua “turma” têm se esforçado para voltar ao poder, relacionando o candidato ao regime militar que comandou o Brasil por 21 anos (1964-1985).

Em seguida, na terceira frase, o enunciador retrata duas relevantes instituições em uma democracia: “o STF” e “o Congresso”, modalizando-os com o predicativo “obstáculos”, embora responsabilizando o sujeito “essa turma do

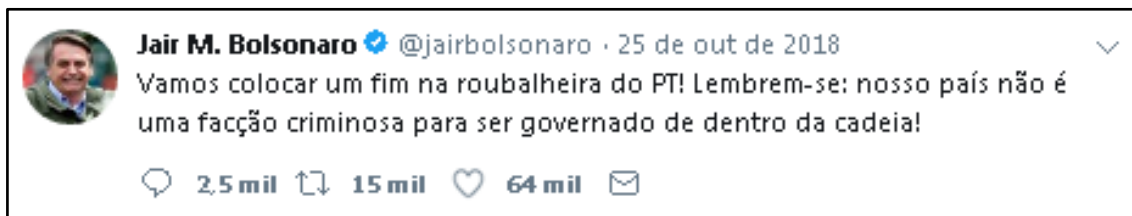
Bolsonaro”, retomado anaforicamente por “Para eles”, por essa ideia. Observa-se novamente uma referência à visão autoritária e ditatorial do candidato adversário e seus seguidores.

Por fim, Haddad cita o nome do ex-torturador da Ditadura Militar, Brilhante Ustra, corroborando as associações feitas sobre a relação entre Bolsonaro e à ditadura.

25 DE OUTUBRO

JAIR BOLSONARO

Figura 18: Tuite de Bolsonaro em 25/10/18



Fonte: perfil do candidato. Acesso em: 15 out 19. Disponível em:
<https://twitter.com/jairbolsonaro?ref_src=twsrc%5Egoogle%7Ctwcamp%5Eserp%7Ctwgr%5Eauthor>

Vamos colocar um fim na roubalheira do PT! Lembrem-se: nosso país não é uma facção criminosa para ser governado de dentro da cadeia!

O presidenciável inicia seu discurso com o uso da pessoa ampliada implícita, mas que se pode depreender pela desinência verbal “-mos”, em “vamos”, no emprego da locução verbal “Vamos colocar”. Portanto, com o apoio de seus eleitores e simpatizantes, dará um “fim na roubalheira do PT”. Inscreve para si – e o amplia a seus seguidores – o *ethos* do “justiceiro”. Leva seus eleitores à pressuposição de que o partido de Haddad, o PT, tem um histórico de roubos enquanto estava no poder, mas que se encerrará quando Bolsonaro ascender ao Planalto.

Prosseguindo, o enunciador reforça a necessidade de retomar e refletir sobre uma determinada questão, sempre lembrada por ele, ao eleger a forma verbal “Lembrem-se”. Em seguida, ao citar “nosso país”, traz a ideia de pessoa ampliada, aproximando-se de seus interlocutores. Dessa forma, o enunciador se inclui como parte integrante e defensora de um Brasil longe do roubo e do crime, ideia reforçada em: “nosso país não é uma facção criminosa para ser governado de dentro da cadeia!”. Um novo *ethos* se inscreve no discurso: o do “defensor” (de um Brasil sem corrupções).

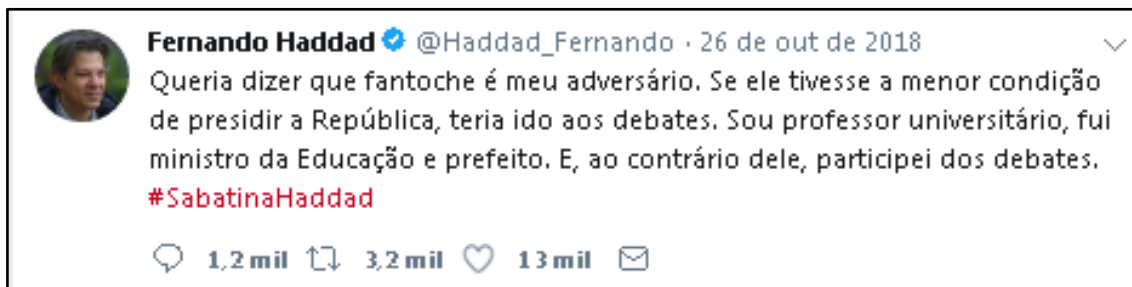
Novamente, observa-se uma referência implícita ao ex-presidente Lula, preso em Curitiba, o qual recebia a visita de Fernando Haddad durante a corrida presidencial para aconselhamentos, levando a outra pressuposição: a de que

Haddad não pode ser presidente, uma vez que ele é um “fantoche” (como Bolsonaro usualmente o chamava ao longo da campanha) do Lula, ou seja, manipulado pelo ex-presidente preso, implicando, portanto, a tese de que se o petista vencer a eleição, quem governará o país será, na verdade, Lula, de dentro da cadeia.

26 DE OUTUBRO

FERNANDO HADDAD

Figura 19: Tuite de Haddad em 26/10/18



Fonte: perfil do candidato. Acesso em: 15 out 19. Disponível em:
<https://twitter.com/Haddad_Fernando?ref_src=twsrc%5Egoogle%7Ctwcamp%5Eserp%7Ctwgr%5Eauthor>.

Quería dizer que fantoche é meu adversário. Se ele tivesse a menor condição de presidir a República, teria ido aos debates. Sou professor universitário, fui ministro da Educação e prefeito. E, ao contrário dele, participei dos debates. #SabatinaHaddad

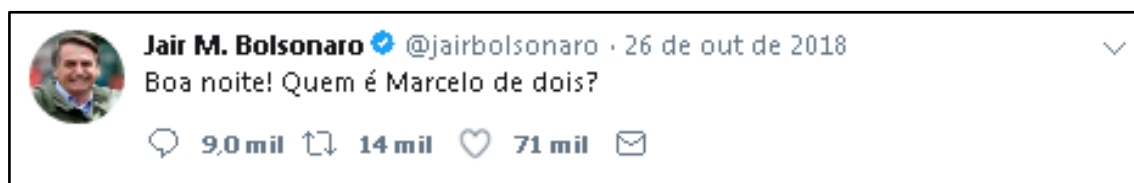
No vigésimo sexto dia, Haddad começa seu pronunciamento numa referência implícita a como Bolsonaro se referira a ele, “fantoche”, inscrevendo o *ethos* do “desafiador”. Inicia a segunda oração com o operador argumentativo de condição “Se”, marcando a pressuposição de que o candidato do PSL não teria condição razoável para presidir o cargo mais alto do Executivo numa República, pois se assim o fosse, teria comparecido aos debates. Ao fazer uso do adjetivo “menor”, em “Se ele tivesse a menor condição de presidir a República [...]”, informa seu juízo de valor sobre Bolsonaro: o candidato tem baixa capacidade para a função que pretende exercer, caso vença as eleições.

Na terceira oração, o enunciador faz uso de um sujeito simples, embora implícito, “eu”, imprimindo ao discurso a pessoa restrita. Identifica-se a si mesmo como “professor”, “Ministro da educação” e “prefeito” em: “Sou professor universitário, fui ministro da Educação e prefeito”, inscrevendo o *ethos* do “competente”, que o qualifica para governar o país.

Por fim, o enunciador inaugura a última sentença com um operador argumentativo “E”, que no contexto enunciativo adquire o valor semântico de adversão, reforçando a ideia seguinte: “ao contrário”, a qual pressupõe a ausência de Bolsonaro nos debates já realizados na campanha.

JAIR BOLSONARO

Figura 20: Tuite de Bolsonaro em 26/10/18



Fonte: perfil do candidato. Acesso em: 15 out 19. Disponível em:
<https://twitter.com/jairbolsonaro?ref_src=twsrc%5Egoogle%7Ctwcamp%5Eserp%7Ctwgr%5Eauthor>

Boa noite! Quem é Marcelo de dois?

No presente pronunciamento, o enunciador inicia fazendo uso da função fática ao manter um contato (e por isso uma comunicação) com seus interlocutores: “Boa noite!”. Em seguida, o enunciador faz uma indagação, a qual enumeraremos duas hipóteses a respeito; em “Quem é Marcelo de dois?”, podemos pressupor que 1) o candidato não conhecia o cantor brasileiro de *rap* Marcelo D2, por este ser de uma geração mais nova (o *rapper* teve o auge da sua carreira no começo dos anos 2000⁸²); ou 2) Bolsonaro optou pela ironia com a finalidade de criticar e desvalorizar o cantor, uma vez que mostrou sua oposição ao candidato do PSL, principalmente no meio digital, o Twitter, palco da disputa eleitoral do pleito de 2018.

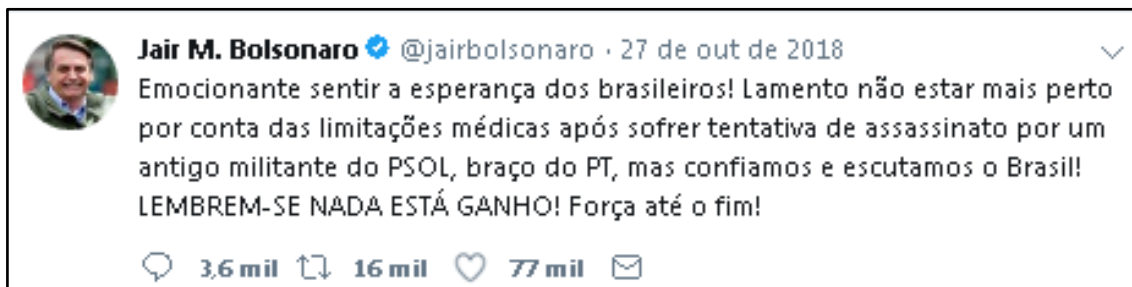
Seja por uma razão ou outra, é interessante ressaltar que a grafia “de dois” equivale à sonoridade da palavra que compõe o nome artístico de Marcelo: “D2”. Dessa forma, “de dois” pode tanto sugerir um desconhecimento sobre o rapper (e por isso não tem o conhecimento sobre o nome, como grafá-lo) como pode sugerir sarcasmo, isto é, um meio de diminuir a imagem do cantor que criticou o seu discurso através das redes sociais, relegando-o, assim, a um “quem é você?”.

⁸² Para ver mais sobre a carreira do rapper carioca, disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/folha/ilustrada/ult90u32532.shtml>>. Acesso em: 25 out 2019.

27 DE OUTUBRO

JAIR BOLSONARO

Figura 21: Tuite de Bolsonaro em 27/10/18



Fonte: perfil do candidato. Acesso em: 15 out 19. Disponível em:
https://twitter.com/jairbolsonaro?ref_src=twsrc%5Egoogle%7Ctwcamp%5Eserp%7Ctwgr%5Eauthor

Emocionante sentir a esperança dos brasileiros! Lamento não estar mais perto por conta das limitações médicas após sofrer tentativa de assassinato por um antigo militante do PSOL, braço do PT, mas confiamos e escutamos o Brasil! LEMBREM-SE NADA ESTÁ GANHO! Força até o fim!

O enunciador inicia o tuite fazendo uso de um modalizador afetivo subjetivo, “Emocionante”, a fim de expressar o modo como se sentia diante da “esperança dos brasileiros!”. Esse comentário leva ao pressuposto de que o povo brasileiro andava sem esperança com a situação que o país se encontrava. Inscreve-se, aqui, o *ethos* do “sensível”, o que se contrapõe à imagem que Jair Bolsonaro fez questão de alimentar durante toda a sua vida política: a de um homem “duro”.

O segundo enunciado é iniciado com verbo “Lamento”, ratificando o *ethos* do “sensível”. Em “Lamento não estar mais perto por conta das limitações médicas após sofrer tentativa de assassinato por um antigo militante do PSOL, braço do PT [...]”, o enunciador modaliza a causa de sua ausência perante seu eleitorado na reta final da campanha em segundo turno, inscrevendo o *ethos* do “coitadinho” e do “doente”. Por meio de um modalizador de característica, qualifica o sujeito que atentara contra a sua vida como “antigo militante do PSOL, braço do PT”, o que subentende que tal fato pode ter sido “elaborado” com a colaboração do seu partido rival naquele pleito de 2018, o PT.

Entretanto, o enunciador quebra o clima negativo e acusativo ao introduzir o operador argumentativo de adversão “mas” para introduzir o argumento principal, que é lembrar a seus eleitores que a campanha continua e que todos precisam estar atentos aos resultados até o último dia.

7 CONCLUSÃO

Por fim, após essa longa jornada percorrida no decorrer deste trabalho, conseguimos correlacionar o *corpus* selecionado às ideias, teorias e postulados de autores relacionados a diferentes âmbitos do saber, os quais nos agregaram bagagem teórica e nos permitiram fundamentar a análise do discurso dos presidentiáveis Fernando Haddad, do Partido dos Trabalhadores, PT; e Jair Bolsonaro, do Partido Social Liberal, PSL, durante o segundo turno da Eleição presidencial brasileira de 2018, no Twitter.

Para o fim pretendido, foram selecionados, ao todo, 15 tuites, sortidos entre os presidentiáveis. No dia 08 de outubro de 2018, primeiro dia integralmente oficial da corrida ao Planalto em segundo turno, foram selecionados dois tuites de cada candidato, totalizando quatro. No dia seguinte, 09 de outubro de 2018, novamente foram selecionados dois tuites de cada político, somando-se quatro no total. Já no dia 23 de outubro de 2018, apenas um pronunciamento de cada presidentiável foi analisado, totalizando, portanto, nesse dia, dois. Nos dias 24 e 25 de outubro de 2018, apenas um tuite, de somente um candidato foi selecionado, a saber, respectivamente, Fernando Haddad (PT) e Jair Bolsonaro (PSL). No penúltimo dia da corrida presidencial, 26 de outubro de 2018, por sua vez, foi escolhido um pronunciamento de cada candidato, resultando em dois, no total. Por fim, no último dia integralmente de campanha no Twitter, 27 de outubro, apenas foi examinado um tuite, sendo esse do presidentiável pelo PSL, Jair Bolsonaro.

Posto isto, o que pudemos depreender dos discursos de ambos os candidatos ao Palácio do Planalto ao longo das quatro semanas que empreenderam o segundo turno, em 2018? Quais os *ethe* enunciativos veiculados nos pronunciamentos de ambos os políticos no Twitter? E um dos pontos principais da presente análise, conforme abordados e contextualizados nos conceitos da Análise do Discurso: em quais estratégias da argumentação os presidentiáveis se alicerçaram a fim de que pudessem construir suas autoimagens (*ethe*) para persuadir o auditório, isto é, o eleitorado, levando estes a aderirem às suas teses?

O candidato Fernando Haddad (PT), a título de exemplo, no primeiro dia de análise, 08 de outubro de 2018, utilizou-se de variadas estratégias argumentativas,

as quais compõem estruturalmente a intencionalidade discursiva do enunciador, a fim de influir sobre o comportamento de outrem, persuadindo-o, fazendo, assim, com que adira e compartilhe com certas opiniões do discursador (KOCH, 2009).

O petista faz uso de modalizações dos tipos temporal, de intensidade, de caracterização sobre o seu adversário Bolsonaro e, também, de pressuposição com a proposta de suportar a criação de juízos de valor. Houve ainda variação no emprego dos sujeitos nas orações, os quais ora apareciam de forma explícita, ora subentendida. Por meio das desinências verbais, pôde-se depreender a aproximação ou afastamento do sujeito enunciador por meio do uso de pessoa ora restrita “eu”, como em “Pretendo ir a todos os debates” (Figura 07), ora ampliada “Nosso”, como em “Nosso adversário é um político tradicional [...]” (Figura 08) – posicionando o sujeito enunciador em relação ao(s) coenunciadore(s), discursivamente.

Ainda de acordo com o primeiro dia, o candidato pelo PSL, Jair Bolsonaro, por sua vez, explorou as marcas de pessoa restrita “Meu” e “minha”, em “Meu compromisso é com a minha pátria [...]”, não apenas reforçando o seu compromisso unicamente com o país, como também inscrevendo o *ethos* do “patriota”, que é ratificado ao longo da campanha, cujo lema defendia o Brasil acima de tudo, como dizia o seu slogan eleitoral: *“Brasil acima de tudo, Deus acima de todos!”*. Há ainda o uso de sujeito indeterminado, identificado pela desinência verbal “-m” em “Falam”, que é um recurso utilizado quando o enunciador deseja se eximir da responsabilidade acusatória e que também exerce a função dicendi, ou seja, introduz uma voz de autoridade, para ratificar seu ponto de vista sobre algo.

Em suma, ao longo das análises dos pronunciamentos, pudemos observar como as estratégias argumentativas, postuladas pela Teoria da Argumentação, de Ducrot, e pela Nova Retórica de Perelman, incrementada por tantos outros autores, como Koch e Maingueneau, por exemplo, auxiliaram os presidentiáveis a forjarem seus vários *ethe*, ou seja, as autoimagens desejadas, por meio dos discursos publicados, cuja finalidade era conquistar eleitores no pleito de 2018, marcadamente acirrado e polarizado.

Para isso, Haddad reforça, continuamente, a ausência de seu adversário do PSL para debater “olho no olho”, construindo, dessa forma, os *ethe* ora “ético” e “justo” a respeito da sua intenção em firmar um acordo com a campanha adversária contra as *fake news*, como se pode observar na Figura 11, ora “debochado” ao mencionar os anos que seu oponente Bolsonaro exerceu mandato de deputado federal e “não aprendeu nada”, e ainda o *ethos* do “desafiador”, muito evidente no discurso do petista a partir do dia 24 de outubro, já em final de campanha, subentendendo a ideia de que precisava ser mais incisivo em seus pronunciamentos contra Bolsonaro, pois este liderava as pesquisas e não se via a possibilidade de as intenções de voto decrescerem.

Bolsonaro, por meio dos operadores argumentativos e modalizadores que utiliza, forja *ethe* ora “patriota”, compromissado com a nação; ora “justo”, ao preferir uma cadeia cheia de criminosos a um cemitério de inocentes; ora “debochado” (como também visto com Haddad), ao fazer uso de ironias para satirizar outra pessoa; ora “justiceiro”, prometendo pôr um fim no histórico de roubos cometidos pelo PT.

Por fim, a partir da exposição dos *ethe* elaborados por meio dos modalizadores, os quais objetivavam guiar os leitores para tomada de conclusão visada pelos enunciadores, esta pesquisa não se finda aqui. Se nos próximos anos as campanhas se desenvolverem cada vez mais no meio digital, em detrimento das mídias analógicas, tanto o Twitter quanto outros sites de rede social deverão ganhar uma atenção especial no que diz respeito à construção do discurso e da construção do *ethos* enunciativo, uma vez que se deve levar em consideração as peculiaridades que o âmbito online proporciona a seus usuários. Desse modo, portanto, este trabalho não termina no ponto final, mas continua, à medida em que os meios de comunicação evoluem junto à sociedade.

8 REFERÊNCIAS

17 momentos que marcaram a campanha eleitoral americana. **ÉPOCA NEGÓCIOS**, 2016. Disponível em: <<https://epocanegocios.globo.com/Eleicoes-nos-EUA/noticia/2016/11/17-momentos-que-marcaram-campanha-eleitoral-americana.html>>. Acesso em: 7 mai 2019.

AGGIO, Camilo de Oliveira. Internet, eleições e participação: Questões-chave acerca da participação e do ativismo nos estudos em Campanha Online. In: MAIA, R.; GOMES, W.; MARQUES, F.P.J.A. (org.). **Internet e Participação Política no Brasil**. Porto Alegre: Sulina, 2011.

_____. **Campanhas Políticas e Sites para Redes Sociais**: Um estudo sobre o uso do Twitter na eleição presidencial brasileira de 2010. Orientador: Wilson da Silva Gomes. 2014. 243 p. Tese (Doutorando em Comunicação e Cultura Contemporâneas) - Universidade Federal da Bahia (UFBA), Salvador, 2014. Disponível em: <https://repositorio.ufba.br/ri/handle/ri/25197>. Acesso em: 7 maio 2019.

AMOSSY, Ruth (org.) **Imagens de si no Discurso**: a construção do ethos. São Paulo: Contexto, 2005.

ANTUNES, Bruno. **A Internet de Pessoas: a web 3.0, a exposição dos usuários nas mídias sociais e a polarização de ideias na rede**. Anuário Unesco/Methodista de Comunicação Regional, v. 20 , n. 20, p. 191-203, 2018.

ARISTÓTELES. **Retórica**. Trad. Edson Bini. 1. ed. São Paulo: EDIPRO, 2011.

AVENDAÑO, Tom C. Atentado devolve campanha de Bolsonaro à sua zona de conforto: as redes sociais. **El País**, São Paulo, n. 16.414, 9 set. 2018. Eleições 2018, p. 1. Disponível em: https://brasil.elpais.com/brasil/2018/09/08/politica/1536438565_916928.html. Acesso em: 10 maio 2019.

BAKHTIN, Mikhail. **Marxismo e filosofia da linguagem**. São Paulo, Hucitec, 2006.

BARROS, Diana Pessoa de. A comunicação humana. In: FIORIN, José Luiz (organizador). **Introdução à Linguística**: objetos teóricos. 5. ed. São Paulo: Contexto, 2007.

BEMBEM, Angela Halen Claro et al. Inteligência coletiva: um olhar sobre a produção de Pierre Lévy. **Perspectivas em ciência da informação**, v. 18, n. 4, p. 139-151, 2013.

BITTENCOURT, Izabella Mara Rodrigues. **As características substantivas da notícia**: a reconstrução do discurso da grande mídia na fanpage Caneta Manipuladora. Orientador: Eduardo Jorge Nascimento Oliveira. 2016. 43 p. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Jornalismo) - Centro Universitário de Volta Redonda (UniFOA), Volta Redonda, 2016.

BLIKSTEIN, Izidoro. **Técnicas de comunicação escrita**. 22. ed. São Paulo: Ática, 2006.

BOBBIO, Norberto. **Direita e esquerda: razões e significados de uma distinção política**. Trad. Marco Aurélio Nogueira. São Paulo: Editora da Universidade Estadual Paulista, 1995.

BRANDÃO, Helena. H. Nagamine. **Introdução à Análise do Discurso**. 8. ed. Campinas, São Paulo: Editora da Unicamp, 2002.

CAESAR, Gabriela. Repasses de partidos a candidatos ultrapassam R\$ 1 bilhão; MDB, PR e PP são os que mais transferiram recursos. **G1**, São Paulo, n. 16.414, 19 set. 2018. Eleições 2018, p. 1. Disponível em: <https://g1.globo.com/politica/eleicoes/2018/eleicao-em-numeros/noticia/2018/09/19/repasses-de-partidos-a-candidatos-ultrapassam-r-1-bilhao-mdb-pr-e-pp-sao-os-que-mais-transferiram-recursos.ghtml>. Acesso em: 10 maio 2019.

CARREIRO, Rodrigo. **A Discussão Política Em Rede: Um Estudo Sobre a Divergência Política no Facebook Salvador**. Orientador: Wilson da Silva Gomes. 2017. 246 p. Tese (Doutorando em Comunicação e Cultura Contemporâneas) - Universidade Federal da Bahia (UFBA), Salvador, 2017. Disponível em: <https://repositorio.ufba.br/ri/handle/ri/25197>. Acesso em: 7 maio 2019.

CARVALHO, Castellar de. **Para compreender Saussure: fundamentos e visão crítica**. 16. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2008.

CASTELLS, Manuel. **A Sociedade em Rede**. A era da informação: economia, sociedade e cultura. Volume 1. São Paulo: Paz e Terra, 6 ed., 1999.

_____. **A Galáxia da Internet**. Rio de Janeiro: Zahar, 2004.

_____. **A Sociedade em Rede: do conhecimento à ação política**. Debates–Presidência da República. Lisboa: Imprensa Nacional, p. 17-30, 2005.

CHÂTELET, François; DUHAMEL, Olivier; PISIER-KOUCHNER, Evelyne. **História das idéias políticas**. Trad. Carlos Nelson Coutinho. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2000.

CERVI, Emerson Urizzi. **Opinião pública e comportamento político**. Curitiba: Ibpex, 2010.

CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso Político**. (Le discours politique: les masques du pouvoir). Trad. De Fabiana Komesu e Dílson Ferreira da Cruz. São Paulo: Contexto, 2006.

CITELLI, Adilson. **Linguagem e Persuasão**. 15. ed. São Paulo: Ática. 2007.

COMM, Joel. **O poder do Twitter: estratégias para dominar seu mercado e atingir seus objetivos com um tweet por vez**. (Trad. De Leonardo Abramowicz. São Paulo: Editora Gente, 2009.

D'AGOSTINO, Rosanne. TSE aprova resolução com tempos de propaganda dos candidatos a presidente. **G1**, Brasília, n. 16.414, 28 ago. 2018. Eleições 2018, p. 1. Disponível em: <https://g1.globo.com/politica/eleicoes/2018/noticia/2018/08/28/tse-aprova-resolucao-com-tempos-de-propaganda-dos-candidatos-a-presidente.ghtml>. Acesso em: 10 maio 2019.

EDUARDO, Luiz Felipe Melo. **As estratégias do discurso político: uma análise de imagens e procedimentos linguísticos**. Palimpsesto, Rio de Janeiro, n. 19, out. - nov. 2014, p. 459-475. Disponível em: <http://www.pgletras.uerj.br/palimpsesto/num19/estudos/palimpsesto19estudos05.pdf>. Acesso em: 15.05.2019. ISSN: 1809-3507.

FALCÃO, Joaquim; ARGUELHES, Diego Werneck; PEREIRA, Thomaz. **Impeachment de Dilma Rousseff: entre o Congresso e o Supremo**. Editora Letramento, 2017.

FERRARI, Pollyana. **Jornalismo digital**. São Paulo: Contexto, 3 ed., 2009.

FGV: 'Era Lula' foi melhor fase da economia brasileira dos últimos 30 anos. **UOL**, [S. l.], n. 16.414, 11 fev. 2010. Economia, p. 1. Disponível em: <https://economia.uol.com.br/noticias/redacao/2010/02/11/era-lula-foi-a-melhor-fase-da-economia-brasileira-dos-ultimos-30-anos-diz-fgv.htm>. Acesso em: 10 mai 2019

FIORIN, José Luiz. **Linguagem e Ideologia**. – 8. Ed. (rev. e atualizada). São Paulo: Ática, 2007.

_____, José Luiz. Teoria dos signos. In: FIORIN, José Luiz (organizador). **Introdução à Linguística: objetos teóricos**. 5. ed. São Paulo: Contexto, 2007.

FOLHA DE SÃO PAULO. Ficha do candidato Jair Bolsonaro. **Folha de São Paulo**, São Paulo, Eleições 2018, p. 1. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/eleicoes/2018/presidente/jair-bolsonaro-280000614517.shtml>. Acesso em: 10 maio 2019.

G1. Donald Trump vence Hillary Clinton e é eleito presidente dos EUA. **O Globo**, São Paulo, nov. 2016, Mundo, p. 1. Disponível em: <http://g1.globo.com/mundo/eleicoes-nos-eua/2016/noticia/2016/11/donald-trump-vence-hillary-clinton-e-e-eleito-presidente-dos-eua.html>. Acesso em: 10 maio 2019.

GIL, Henrique. **A passagem da Web 1.0 para a Web 2.0 e... Web 3.0: potenciais consequências para uma «humanização» em contexto educativo**. Educatic: boletim informativo, p. 1-2, 2014.

GOMES, Ricardo dos Santos Pinto. **Análise da difusão de conhecimento sobre a WEB 3.0**. 2018. Tese de Doutorado. Instituto Superior de Economia e Gestão.

GOMES, Wilson et al. **"POLITICS 2.0": A CAMPANHA ON-LINE DE BARACK OBAMA EM 2008**. Revista de Sociologia e Política, v. 17, n. 34, p. 29-43, 2009.

GOUVÊA, Lúcia Helena Martins; PAULIUKONIS, Maria Aparecida Lino; MONNERAT, Rosane Santos Mauro. **Modalização em textos midiáticos**:

estratégias de construção de sentido. **Revista latinoamericana de estudios del discurso**, v. 13, n. 2, p. 41-62, 2016.

GREGOLIN, Maria do Rosario Valencise. **A Análise do Discurso: conceitos e aplicações**. Alfa, São Paulo, v. 29, 13 – 21, 1995.

GUEDES, Marise Rodrigues; RIBEIRO, Maria D’Ajuda Alomba. **A modalização na notícia: estratégia para a construção da imparcialidade do gênero**. Revista Leitura V.1 nº 55. Número temático: Estudos em perspectivas dialógicas. P. 67 – 82, 2015.

HABERMAS, Jürgen. **Mudança estrutural da esfera pública: investigações sobre uma categoria da sociedade burguesa**. Trad. Denilson Luís Werle. 1. ed. São Paulo: Editora Unesp, 2014.

HOHLFELDT, Antonio. As origens antigas: a comunicação e as civilizações. In: HOHLFELDT, Antonio; MARTINO, Luiz C.; FRANÇA, Vera Veiga (organizadores). **Teorias da comunicação: conceitos, escolas e tendências**. 13. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2013.

Impeachment de Dilma Rousseff marca ano de 2016 no Congresso e no Brasil. **Senado Federal**, 2016. Disponível em: <
<https://www12.senado.leg.br/noticias/materias/2016/12/28/impeachment-de-dilma-rousseff-marca-ano-de-2016-no-congresso-e-no-brasil>>. Acesso em: 7 mai 2019.

ITUASSU, Arthur et al. **"Politics 3.0"?** De @realDonaldTrump para as eleições de 2018 no Brasil. In: ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS, 27., 2018, Belo Horizonte. Anais... Belo Horizonte: Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação, 2018.

JAIR Bolsonaro e Fernando Haddad decidirão eleição para presidente no segundo turno. **O Globo**, [S. l.], n. 16.414, 7 out. 2018. Eleições 2018, p. 1. Disponível em: <https://g1.globo.com/politica/eleicoes/2018/noticia/2018/10/07/jair-bolsonaro-e-fernando-haddad-decidirao-eleicao-para-presidente-no-segundo-turno.ghtml>. Acesso em: 10 maio 2019.

JAIR Bolsonaro ficou 23 dias internado. **ISTO É**, [S. l.], n. 16.414, 28 out. 2018. Brasil, p. 1. Disponível em: <https://istoe.com.br/jair-bolsonaro-ficou-23-dias-internado/>. Acesso em: 10 maio 2019.

JAMIL, Francisco Paulo; SAMPAIO, Rafael. **Internet e eleições 2010 no Brasil: rupturas e continuidades nos padrões mediáticos das campanhas políticas online**. Revista Galáxia, São Paulo, n. 22, p. 208-221, dez. 2011.

KELLNER, Douglas. **A cultura da mídia – estudos culturais: identidade e política entre o moderno e o pós-moderno**. Trad. Ivone Castilho Benedetti. Bauru, SP: EDUSC, 2001.

KOCH, Ingedore Grunfeld Villaça. **O texto e a construção dos sentidos**. 9. ed. São Paulo: Contexto, 2008.

_____. **Argumentação e linguagem**. 12. ed. São Paulo: Cortez, 2009.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. 2 ed. São Paulo: 34, 2001.

LISPECTOR, Clarice. **A hora da estrela**. 1. ed. Rio de Janeiro: Rocco, 1998.

LOTH, Adriana Falcão et al. The trends and challenges of web 3.0 in the light of knowledge management. **Journal on Innovation and Sustainability**. RISUS ISSN 2179-3565, v. 10, n. 1, p. 37-47, 2019.

LÖWY, Michael. **Ideologias e ciência social: elementos para uma análise marxista**. 14. ed. São Paulo: Cortez, 2000.

MAAR, Wolfgang Leo. **O que é política**. São Paulo: Brasiliense, 2006.

MAIA, Rousiley Celi Moreira. Internet e esfera civil: limites e alcances da participação política. In: MAIA, Rousiley Celi Moreira; GOMES, Wilson; MARQUES, Francisco Paulo Jamil Almeida. **Internet e participação política no Brasil**. Porto Alegre: Sulina, 2011.

MAINGUENEAU, Dominique. A propósito do ethos. In: MOTTA, Ana Raquel; SALGADA, Luciana (org.). **Ethos discursivo**. São Paulo: Contexto, 2008b. cap. A noção de ethos discursivo, p. 11-29.

_____. **Análises de textos de comunicação**. Trad. Cecília P. de Souza-e-Silva, Décio Rocha. São Paulo: Cortez: 2008a.

_____. **Discurso e Análise do Discurso**. Trad. Sírio Possenti. 1. ed. São Paulo: Parábola Editorial, 2015.

_____. Problemas de ethos. In: POSSENTI, Sírio; SOUZA-E-SILVA, Maria Cecília Pérez de (org.). **Cenas da enunciação**. São Paulo: Parábola Editorial, 2008c. cap. Conceitos de análise do discurso, p. 55-74.

_____. Unidades tópicas e não-tópicas. In: POSSENTI, Sírio; SOUZA-E-SILVA, Maria Cecília Pérez de (org.). **Cenas da enunciação**. São Paulo: Parábola Editorial, 2008c. cap. Generalidades sobre análise do discurso, p. 11-26.

MÁRQUEZ, Gabriel García. **Cem anos de solidão**. Trad. Eric Nepomuceno. 106. ed. Rio de Janeiro: Record, 2018.

MARTINO, Luís Mauro Sá. **Teoria da Comunicação**. 5. ed. Petrópolis: Vozes, 2010.

_____. **Teoria das Mídias Digitais: linguagens, ambientes, redes**. 2. ed. Petrópolis: Vozes, 2015.

MIELNICZUK, Luciana. **Jornalismo na web: uma contribuição para o estudo do formato da notícia na escrita hipertextual**. Orientador: Marcos Palacios. 2003. 245 p. Tese de doutoramento (Curso de Pós-Graduação em Comunicação Social) - Universidade Federal da Bahia (UFBA), Salvador, 2003.

MINOGUE, Kenneth R. **Política: uma brevíssima introdução**. Trad. Marcus Penchel. Rio de Janeiro: Jorge Zahar ed., 1998.

MONTEIRO, Silvana Drumond. **O Ciberespaço: o termo, a definição e o conceito.** DataGramZero-Revista de Ciência da Informação, v. 8, n. 3, p. 1-21, 2007.

PERELMAN, Chaïm e OLBRECHTS-TYTECA, Lucie. **Tratado da argumentação: a nova retórica.** Trad. Eduardo Brandão. – 2ª ed. – São Paulo: Martins Fontes, 2005.

PETTER, Margarida. Linguagem, língua, linguística. In: FIORIN, José Luiz (organizador). **Introdução à Linguística: objetos teóricos.** 5. ed. São Paulo: Contexto, 2007.

PIETROFORTE, Antonio Vicente. A língua como objeto da Linguística. In: FIORIN, José Luiz (organizador). **Introdução à Linguística: objetos teóricos.** 5. ed. São Paulo: Contexto, 2007.

PRADO, Magaly. **Webjornalismo.** Rio de Janeiro: LTC, 2011.

PRIMO, Alex. **O aspecto relacional das interações na Web 2.0.** In: E-Compós. 2007.

RECUERO, Raquel. **A conversação em rede: comunicação mediada pelo computador e redes sociais na Internet.** Porto Alegre: Sulina, 2. ed., 2014.

_____. **Redes sociais na internet.** 2. ed. Porto Alegre: Sulina, 2011.

SAMPAIO, Rafael C.; BARROS, Chilani TG. **Internet como esfera pública?** Análise de usos e repercussões reais das discussões virtuais. Estudos em Comunicação/Communication Studies, v. 9, p. 161-183, 2011.

SAUSSURE, Ferdinand de. **Curso de linguística geral.** Organizado por Charles Bally, Albert Sechehaye; com a colaboração de Albert Riedlinger. Trad. Antônio Chelini, José Paulo Paes, Izidoro Blikstein. 27. ed. São Paulo: Cultrix, 2006.

SEBASTIÃO, Marcia Pereira; PESCE, Lucila. Resenha da obra “Cibercultura” de Pierre Lévy. **Revista Digital de Tecnologias Cognitivas**, São Paulo, ed. 3, p. 66-71, 2010.

SILVA, Claudia Maria Gil. **Discursos de posse dos Presidentes do Supremo Tribunal Federal – Brasil, capital Brasília: uma das faces do ethos do Poder Judiciário.** Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2016.

TSE. Concluída a totalização de votos do 1º turno das Eleições 2018: Presidência da República e governos do Distrito Federal e de outros 13 estados terão nova votação no dia 28 de outubro. **TRIBUNAL SUPERIOR ELEITORAL**, Brasília, n. 16.414, 9 out. 2018. Eleições 2018, p. 1. Disponível em: <http://www.tse.jus.br/imprensa/noticias-tse/2018/Outubro/concluida-totalizacao-de-votos-do-1o-turno-das-eleicoes-2018>. Acesso em: 10 maio 2019.

VANOYE, Francis. **Usos da linguagem: problemas e técnicas na produção oral e escrita.** São Paulo: Martins Fontes, 2007.

VIEIRA, Eduardo. **Os bastidores da Internet no Brasil**: as histórias de sucesso e de fracasso que marcaram a web brasileira. Barueri: Manole, 2003.

VINHA, Luis Miguel da. **A vitória eleitoral de Donald Trump**: uma análise de disfunção institucional. 2018.