
COMO SE ORGANIZAM OS DISCURSOS DAS DIREITAS NO TWITTER – UM OLHAR SEMIOLINGUÍSTICO NO CONTEXTO BRASILEIRO¹

HOW THE RIGHTS' DISCOURSES ARE ORGANIZED ON TWITTER – A SEMIOLINGUISTIC VIEW IN THE BRAZILIAN CONTEXT

Cássia Tamyris Sousa

Mestre em Comunicação pela Universidade Federal do Piauí (UFPI) e especialista em Democracia e Direitos Humanos pela Faculdade Ademar Rosado (FAR). Graduanda em Letras - Língua Portuguesa e Literatura de Língua Portuguesa (UFPI). É assessora de comunicação da Coordenadoria da Juventude do Estado do Piauí (COJUV).

E-mail: cassiatam@gmail.com

RESUMO

Este artigo tem como objetivo analisar os modos de enunciação do discurso em perfis de Twitter alinhados ao espectro político da direita. A pesquisa faz parte de estudo maior que analisou o *ethos* desses perfis e tem em Charaudeau (2008) sua principal referência teórico-metodológica. A partir da Teoria Semiolinguística, verifica que, dentre os perfis analisados, predominam estratégias de espelhamento no interlocutor e da descrição de si do enunciador como forma de persuadir o outro.

Palavras-chave: Teoria Semiolinguística; modos de enunciação do discurso; Twitter.

ABSTRACT

This article aims to analyze the modes of discourse organization in Twitter profiles that align to the right political spectrum. This study is part of research about the ethos of these profiles, and Charaudeau (2008) is the principal reference with the Semiolinguistic Theory. It verifies that the discursive strategy is the auto definition as a modus to persuade the interlocutor.

Keywords: Semiolinguistic Theory; modes of discourse enunciation; Twitter.

1 - Este artigo faz parte de pesquisa de Trabalho de Conclusão de Curso (TCC), intitulada “A constituição do *ethos* em perfis de direita no Twitter”, do curso de Letras – Língua Portuguesa e Literatura de Língua Portuguesa da Universidade Federal do Piauí (UFPI).

INTRODUÇÃO

A atual conjuntura política brasileira – de disputa entre polos que se apresentam como diametralmente contrários – tem se mostrado distinta daquela que emergiu após o fim da ditadura, ao término da década de 1980, a chamada “Nova República”. Salvo exceções, como o Partido da Reedificação da Ordem Nacional (PRONA), não havia representantes políticos da extrema direita no Brasil que tenham emergido daquele processo. Pelo menos, não de forma assertiva, fenômeno atualmente apelidado de “direita envergonha”, ou seja, uma direita que se esconde.

Porém, da década de 2010 ao momento atual, o país assistiu à ascensão gradual de movimentos de direita, não necessariamente a mesma que engendrou o golpe cívico-militar em 1964. Essa direita – chamada de nova direita, *alt right*, entre outros – tem características particulares que são produto do contexto em que está inserida: se comunica (e muito bem), fazendo uso das mídias digitais e tem grande poder de articulação com movimentos políticos dentro de seu espectro em outros países, por exemplo.

Apesar de apresentar líderes que os representará, caso de Jair Bolsonaro, no Brasil, muito de seu poder de persuasão se dá nas mídias sociais, por meio de perfis anônimos. Essas páginas podem replicar desde falas atribuídas a Bolsonaro e outras lideranças políticas da base aliada do presidente, até apresentarem conteúdos de fontes desconhecidas ou de portais e sites que produzem notícias a partir do olhar dessas direitas.

É nesse contexto que se insere a pesquisa deste artigo científico, que é oriundo do Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) “A constituição do *ethos* em perfis de direita no Twitter”. A proposta do presente trabalho é apresentar a análise dos modos de organização do discurso em perfis que se alinham à direita nessa rede social.

A pesquisa original teve como *corpus* 27 perfis de Twitter. Como reproduzir e analisar todos, em um artigo científico, seria dificultoso, dada a limitação de espaço, utilizamos seis deles como base para demonstrar alguns achados da pesquisa nos tópicos que se seguem.

Como referencial teórico, a base é a Teoria Semiolinguística, de Patrick Charaudeau (2008) e os estudos semiolinguísticos do Núcleo de Estudos e Pesquisa em Análise do Discurso (NEPAD).

O trabalho está dividido em introdução, um tópico teórico sobre os modos de organização do discurso, outro com a nossa análise e algumas considerações finais mais as referências que utilizamos.

OS MODOS DE ORGANIZAÇÃO DO DISCURSO

Para a Teoria Semiolinguística, o ato de comunicação é um dispositivo composto por quatro elementos: a situação de comunicação, a língua, o texto e os modos de enunciação do discurso. Abordamos em tópicos anteriores alguns desses elementos e, neste, iremos tratar sobre o último.

Charaudeau (2008) define os modos de enunciação do discurso como as categorias linguísticas que ordenam a matéria discursiva de acordo com a finalidade do falante. E, assim, o autor enumera quatro modos: o enunciativo, o descritivo, o narrativo e o argumentativo.

Os discursos constituem-se a partir de todos esses modos. Porém, ocorre a predominância de um sobre os demais, conforme a situação de comunicação. Os modos de organização do discurso são, assim, um conjunto de procedimentos linguísticos que indicam uma finalidade muito específica do enunciador.

Cada modo tem uma função base e um princípio de organização. A primeira está relacionada à finalidade da comunicação. E o princípio de organização tem uma função dupla para os modos descritivo, narrativo e argumentativo: a organização do “mundo referencial”, assim como a de sua encenação. Isso implica, respectivamente, em lógicas próprias de construção desses mundos que são da ordem do descritivo, narrativo e argumentativo.

Já o modo enunciativo tem um enquadramento distinto dos outros, pois abrange todos eles. Tem papel importante no dispositivo de comunicação proposto por Charaudeau (2008), já que estabelece as posições dos interlocutores no ato comunicativo. Ao mesmo tempo, ordena a encenação dos outros modos de organização.

A função base do modo descritivo é identificar e qualificar coisas e seres, seja de forma objetiva ou subjetiva. Seu princípio de organização é pela nomeação, pela localização e pela qualificação, e sua encenação é descritiva.

A função base do modo narrativo é a composição de eventos ou ações de forma sucessiva em um dado tempo com o objetivo de relatar algo. Seu princípio de organização inclui a existência de sujeitos que executam essas ações, assim como os processos que são essas ações seguindo uma dada progressão (narrativa). Sua encenação é narrativa.

A função base do modo argumentativo é a exposição e comprovação de afirmativas de modo racional com a finalidade de influenciar o interpretante. Sua organização lógica e encenação são argumentativas.

Como esta pesquisa está relacionada à política, especificamente o debate político que emerge nas redes sociais, entendemos que o modo argumentativo prevalece nos perfis de *Twitter* selecionados neste estudo. Da mesma forma, conforme dito anteriormente, por englobar os demais, seria impossível não abordar de forma mais detida o modo de organização enunciativo. Nas próximas páginas, priorizamos estes dois modos em nossa explanação.

Modo enunciativo

O modo enunciativo não se confunde com a situação de comunicação, embora esteja relacionado a esta. Enquanto a situação de comunicação abrange os sujeitos empíricos e de discurso, o modo enunciativo foca-se nestes últimos, ou seja, aqueles que são internos à linguagem, seres que são entidades abstratas construídas durante o processo de comunicação. Assim, este modo relaciona-se à encenação do sujeito falante durante o ato de comunicação.

Charaudeau (2008) caracteriza três comportamentos enunciativos: o alocutivo, o elocutivo e o delocutivo. Eles dizem respeito ao posicionamento do enunciador, sendo que no comportamento alocutivo o locutor age sobre o interlocutor; no elocutivo, o locutor age sobre si mesmo; e no delocutivo, o locutor age sobre uma terceira pessoa do discurso.

A partir destas considerações, o autor consta as relações que se estabelecem em cada tipo de comportamento enunciativo. O comportamento alocutivo caracteriza-se como uma relação de influência, que pode ser de força ou um pedido, a depender da categoria de língua. O autor caracteriza a interpelação, a injunção, a autorização, o aviso, o julgamento, a sugestão e a proposta no primeiro caso. A interrogação e a petição, no segundo.

No caso do comportamento elocutivo, como o locutor volta-se para si mesmo, não existe exatamente uma relação de força ou um pedido, mas a exteriorização de um ponto de vista sobre o mundo que se materializam por meio de ações de cunho reflexivo: um modo de saber representado pelas categorias de língua constatação e saber/ignorância; uma avaliação, que pode ser uma opinião ou apreciação sobre um objeto; a motivação, que se mostra como uma obrigação, uma

possibilidade ou um querer; o engajamento que pode ser uma promessa, uma aceitação/recusa, um acordo/desacordo ou uma declaração; e uma decisão que pode ser uma proclamação.

O comportamento delocutivo é aquele que aparenta o apagamento do ponto de vista do locutor. Assim, ao enunciar, o locutor produz um efeito de sentido de que não é ele quem pensa assim, mas como o mundo se impõe, caso da asserção, ou como o outro fala, caso do discurso relatado.

Modo argumentativo

De acordo com Charaudeau (2008), o modo argumentativo distingue-se de outros modos de organização do discurso porque uma argumentação, ao contrário de uma narração, por exemplo, pode ser destruída a partir de sua contestação. Por estar relacionada a certas operações abstratas do pensamento, a argumentação tem um estatuto distinto da descrição e da narração que se pautam quase sempre pela realidade material, palpável.

Ao propor uma definição de argumentação, o autor explica que um conjunto de frases ligadas por conectores lógicos nem sempre se constituem um argumento. Ou seja, “a argumentação não está no âmbito das categorias de língua (as conjunções de subordinação), mas da organização do discurso” (CHARAUDEAU, 2008, p. 202). É por isso que “o aspecto argumentativo de um discurso se encontra frequentemente no que está implícito” (CHARAUDEAU, 2008, p. 204).

Outro ponto é que a argumentação não se confunde com outros atos do discurso que se relacionam a ela como, por exemplo, a negação, que rejeita uma afirmativa; a refutação, que ocorre sempre após a exposição de um argumento e que se propõe a comprovar a falsidade do primeiro; e a proibição, ato de fala que exige um comportamento ao interlocutor.

O autor, assim, define uma série de requisitos para que haja a argumentação propriamente:

- uma proposta sobre o mundo que provoque um questionamento, em alguém quanto à sua legitimidade (um questionamento quanto à legitimidade da proposta).
- um sujeito que se engaje em relação a esse questionamento (convicção) e desenvolva um raciocínio para tentar estabelecer uma verdade (quer seja própria ou universal, quer se trate de uma simples aceitabilidade ou de uma legitimidade) quanto a essa proposta.
- um outro sujeito que, relacionado com a mesma proposta, questionamento e verdade, constituía-se no alvo da argumentação. Trata-se da pessoa a que se dirige o sujeito que argumenta, na esperança de conduzi-la a compartilhar da mesma verdade (persuasão), sabendo que ela pode aceitar (ficar a favor) ou refutar (ficar contra) a argumentação. (CHARAUDEAU, 2008, p. 205)

Assim, a proposta do autor é que a argumentação se dá numa relação triangular constituída por três elementos: o sujeito argumentante, a proposta sobre o mundo que este apresenta e um sujeito-alvo. “Argumentar é, portanto, uma atividade discursiva que, do ponto de vista do sujeito argumentante, participa de uma dupla busca: uma busca de racionalidade [...] [e] uma busca de influência [...]” (CHARAUDEAU, 2008, p. 206). O autor define argumentação da seguinte forma:

[...]é o resultado textual de uma combinação entre diferentes componentes que dependem de uma situação que tem finalidade persuasiva. Esse texto, total ou parcialmente, poderá apresentar-se sob forma dialógica (argumentação interlocutiva), escrita ou oratória (argumentação monolocutiva) [...] (CHARAUDEAU, 2008, p. 207).

Neste sentido, Charaudeau (2008) explica que o modo de organização argumentativo constitui os procedimentos linguísticos que produzem argumentações das formas acima elencadas. Essa organização discursiva permite ao sujeito explicar o mundo a partir de uma dupla perspectiva: da razão demonstrativa, que estabelece relações de causalidade e da razão persuasiva, que busca conquistar a adesão do outro, baseando-se em uma mecânica que estabelece a prova com o auxílio de argumentos que sejam coerentes com aquela explicação do mundo.

O autor estabelece a relação argumentativa como constituída a partir de, no mínimo, três elementos: uma asserção de partida que é a premissa inicial, uma asserção de chegada que seria a conclusão do raciocínio e uma ou mais asserções de passagem que tornam possível passar de uma inferência a outra. A partir dessa relação de base, há diversas formas de articulações lógicas possíveis que Charaudeau (2008) nomeia como modos de encadeamento: a conjunção, a disjunção, a restrição, a oposição, a causa, a consequência e a finalidade.

Há os modos como essas asserções se ligam, que o autor caracteriza como dois eixos: o eixo do possível, quando a asserção de chegada não é a única conclusão possível da asserção de partida e o eixo do obrigatório, quando existe a asserção de chegada é obrigatoriamente uma conclusão da asserção de partida.

O autor ainda lista outra modalidade que diz respeito à relação entre as asserções que é o valor de verdade. Trata-se da generalização, quando a relação entre as asserções de partida e de chegada referem-se a uma situação recorrente; da particularização, quando a relação entre essas asserções se refere a uma situação específica e que depende de variáveis próprias; e da hipótese, em que a realização da asserção de chegada depende obrigatoriamente da existência da asserção de partida.

Ainda, Charaudeau (2008) caracteriza o modo argumentativo a partir das combinações possíveis entre as asserções que são os modos de raciocínio. De acordo com o autor, esses modos não ocorrem arbitrariamente, pois “se inscrevem numa determinada encenação argumentativa e se combinam com os componentes dessa encenação” (CHARAUDEAU, 2008, p. 213). São eles: a dedução, a explicação, a associação, a escolha alternativa e a concessão restritiva.

Quanto aos componentes da encenação argumentativa, Charaudeau (2008) os divide em dispositivo argumentativo, seus tipos de configuração e as posições que os sujeitos ocupam nessa dinâmica. O dispositivo argumentativo compõe-se de uma proposta, uma proposição e de uma persuasão. A proposta é o processo argumentativo produto da combinação entre asserção e encadeamento de asserções. O autor explica, entretanto, que apenas isso não é suficiente. É necessário que

[...]o sujeito que argumenta tome posição [...] com relação à veracidade de uma Proposta existente (quer tenha sido emitida por ele mesmo ou por outro); isto é, que essa Proposta esteja relacionada ao que chamamos de PROPOSIÇÃO (CHARAUDEAU, 2008, p; 221)

Da mesma forma, apenas tomar uma posição não é suficiente, pois é possível que o locutor apenas concorde ou discorde de uma proposta sem, no entanto, desenvolver uma argumentação. Daí a necessidade de ele explicar porque concorda ou discorda daquilo. Esse terceiro movimento é o que o autor chama de persuasão.

Os tipos de configuração desse dispositivo são as situações de troca e o contrato de comunicação. As situações de troca podem ser monológicas ou dialogais. As duas seguem o mesmo processo acima descrito. Sua diferença consiste na forma como isso acontece: enquanto as monológicas o locutor constrói a totalidade do texto argumentativo, nas dialogais isso ocorre via réplicas e tréplicas durante uma situação linguageira entre dois ou mais sujeitos.

Já o contrato de comunicação pode ser explícito ou implícito. No primeiro caso, o texto apresenta o dispositivo argumentativo, geralmente em uma situação monologal. No segundo caso, esse quadro argumentativo não é especificado, impelindo os locutores a interpretar as asserções apresentadas como proposta, proposição e persuasão.

O último componente a encenação argumentativa consiste nas posições do sujeito que podem ser com relação à proposta (se concorda ou discorda dela), ao emissor da proposta (se há uma rejeição ou legitimação do status do emissor) ou a sua própria argumentação (se existe ou não um engajamento do emissor).

A encenação argumentativa também se divide em três procedimentos: semânticos, os discursivos e os de composição. Os procedimentos semânticos dizem respeito ao valor dos argumentos. Subdividem-se em domínios de avaliação em que o que está em jogo é a apreciação e a definição do que verdade, ética, estética, hedônico e pragmático na argumentação; e os valores, que também abordam esses mesmos elementos, mas pela perspectiva da atribuição. Por exemplo, em vez de definir o que é o belo, atribui a beleza a algo ou alguém.

Os procedimentos discursivos relacionam-se a categorias linguísticas e têm como finalidade produzir determinados efeitos de discurso, em geral persuadir o outro. Algumas destas categorias são a definição, a comparação, a citação, a descrição narrativa e o questionamento.

E os de composição estão relacionados à situação de comunicação. Trata-se de

[...]repartir, distribuir, hierarquizar os elementos do processo argumentativo ao logo do texto, de modo a facilitar a localização das diferentes articulações do raciocínio (composição linear), ou a compreensão das conclusões da argumentação (composição classificatória) [...] (CHARAUDEAU, 2008, p. 244)

A composição linear caracteriza-se, assim, por produzir um encadeamento argumentativo, seguindo uma cronologia, alternando momentos fortes da argumentação. E a composição classificatória procura fazer grupamentos de informações, geralmente de forma resumida, retomando argumentos apresentados. É o caso de infográficos, diagramas, quadros resumidos e assim por diante.

COMO SE ORGANIZAM OS DISCURSOS DAS DIREITAS NO TWITTER

O modo de organização predominante nos perfis de Twitter selecionados para esta pesquisa é o argumentativo. Porém, como o modo enunciativo engloba os demais propostos por Charaudeau (2008), inicialmente faremos um esforço em apresentar como esses discursos se organizam a partir deste modo.

De acordo com Charaudeau (2008), o modo enunciativo tem seu foco nos sujeitos do discurso – o sujeito enunciador (EuE) e o sujeito destinatário (TuD) –, especificamente a relação que se estabelece entre esses dois sujeitos. Isto ocorre por meio de comportamentos enunciativos: alocutivo, elocutivo e delocutivo.

Nos perfis estudados, verificamos que há uma variedade no comportamento adotado, mas o mais recorrente é o elocutivo. Ou seja, quando o enunciador se volta para si mesmo, não havendo uma relação de força, mas a emissão de uma opinião sobre algo, em geral, sobre si mesmos. Observemos, por exemplo, o texto da bio da Figura 1 cuja perfil se nomeia como Valusa: “Paulista, residente na Florida, defensora da família e valores cristãos”. Não existe uma interpelação, um pedido nem muito menos o enunciador pretende apagar a si mesmo – que seria um comportamento delocutivo –, pois está mostrando sua subjetividade por meio de uma série de adjetivações.

Figura 1



Fonte: print screen do site Twitter.

Outros elementos que não são textuais, mas imagéticos, reafirmam o texto da bio: a foto de avatar são duas peças de quebra-cabeças, cada uma representando uma bandeira, a brasileira e a estadunidense. A bandeira dos Estados Unidos dialoga com “residente da Florida”, corações verde-amarelos e o número 38 em formato de emojis ao lado do nome Valusa remetem ao presidente Jair Bolsonaro e sua agenda política que tem como pautas o patriotismo, a valorização da instituição familiar e do cristianismo. Este mesmo comportamento do enunciador pode ser observado em outros perfis que foram objeto dessa análise, como é o caso do que se segue (Figura 2):

Figura 2



Fonte: print screen do site Twitter

Na Figura 2 é possível observarmos que a força argumentativa está na própria autodefinição do sujeito, porque este é um outro aspecto a ser destacado: a identificação de si como algo de modo a engendrar um processo de identificação no outro, que corrobora a imagem do primeiro como forma de também se definir do mesmo modo.

Já o comportamento alocutivo pode ser verificado na Figura 3 em que o perfil interpela o sujeito destinatário: “Já rezou pelo país hoje?”, que se caracteriza como aviso. Embora formulada como uma pergunta, subjaz a ideia de que se a ação sugerida não for executada, algo de ruim pode acontecer. Ou seja, existe uma sugestão de ameaça. Isso é enfatizado pelo uso do advérbio “já”. Este sujeito que interpela não avisa expressamente: a ideia de aviso está implícita.

Figura 3



Fonte: print screen do site Twitter

Este mesmo comportamento ocorre na Figura 4: “sabe o que acho engraçado é ver jumento chamando os outros de gado”, mas, neste caso, não se trata de avisar o interlocutor e sim de emitir um julgamento: o sujeito enunciador aborda um tema que supõe ser de conhecimento do sujeito interpretante. Este sujeito interpretante pode se identificar como “jumento” (julgamento negativo) ou “gado” (julgamento positivo). Nenhum dos dois termos, aqui adjetivados, são elogiosos. Mas existe uma ironia na sequência, pois o sujeito enunciador recusa a definição de gado. Assim, enquanto defende a si mesmo e aqueles que são definidos como gado, o sujeito comunicante emite um julgamento em relação aos seus opositores: jumentos.

Figura 4



Fonte: *print screen* do site *Twitter*

Já o comportamento delocutivo, que é aquele no qual há o apagamento do ponto de vista, é o menos comum no corpus analisado. A Figura 5 é o exemplo base para a análise: “O Foco é uma mídia jornalística independente e fonte de informação segura para diversos outros veículos de imprensa, sempre prezando o compromisso com a verdade” que se caracteriza como uma constatação.

Figura 5



Fonte: *print screen* do site *Twitter*

Embora o perfil se chame “Foco do Brasil” e esteja falando sobre si mesmo, o modo de organização desse discurso tenta apagar indícios de subjetividade. Faz isso referindo-se a si mesmo utilizando verbos na terceira pessoa, de modo a não se implicar no seu dizer ao mesmo tempo em que dá testemunho daquilo que diz. Este comportamento também pode ser verificado nas Figuras 3 e 5.

Modo argumentativo

Considerando a relação triangular proposta por Charaudeau (2008), ou seja, de que a argumentação acontece a partir de três elementos – o sujeito argumentante, uma proposta ou visão sobre o mundo e um sujeito-alvo – verificamos que, na maioria dos perfis, o sujeito-alvo da argumentação é um sujeito espelhado no próprio enunciador. Ou seja, alguém que partilha do mesmo posicionamento do EuE ou está inclinado a partilhar desta visão de mundo. A argumentação é monolocutiva, pois os sujeitos não estão em diálogo com um TuD, estão se definindo, por meio da escrita, em seus textos das bios. Para esta análise, tomaremos como base a Figura 6.

Figura 6



Fonte: *print screen* do site *Twitter*

Trata-se do perfil que se nomeia como Roberto Luiz e apresenta o seguinte texto na bio: “Aqui falamos a verdade sobre o nosso Presidente. A Imprensa Mente, Nós consertamos.”. Além disso, na imagem de capa, há a sequência “Não espalhe pânico”, uma possível alusão à pandemia da Covid-19 e que remete à postura adotada pelo presidente no sentido de minimizar os efeitos da doença.

Observamos uma relação de oposição no primeiro enunciado, embora o conectivo esteja elíptico. O que o enunciador aparenta querer dizer é: A imprensa mente, **mas** nós consertamos, **aqui** falamos a verdade sobre o **nosso** presidente. Grifamos alguns termos que gostaríamos de avaliar mais de detidamente. A conjunção “mas” ou qualquer outra que dê a ideia de oposição está elíptica, mas a ideia de oposição está presente no enunciado, ainda que sua organização mascare isso, pois uma oposição mais explícita poderia alertar o interlocutor em relação a esta ideia; o advérbio de lugar: o enunciador deixa bem claro que *aqui*, e não em outro lugar o TuD encontrará a verdade sobre o “nosso presidente”; o pronome possessivo “nosso” dá indícios da congregação de um conjunto de sujeitos – uma constituição identitária – que admiram o presidente e o apoiam,

em oposição a um outro grupo: o dos detratores do mandatário, representado pela “Imprensa”. E este seria o lugar – o dos discursos da imprensa – onde não se encontrará a verdade, pois esta mente. Mas o enunciador dá a solução para o problema do TuD: “nós consertamos”. O pronome pessoal “nós”, assim como o pronome possessivo “nosso”, demarca bem o enunciador, em oposição a um “eles”, com quem esse “nós” antagoniza. Com isso, podemos dizer que é um operador identitário.

Podemos dizer que a proposta sobre o mundo é que a imprensa brasileira é mentirosa sobre o presidente Jair Bolsonaro e o enunciador está apto a informar o TuD com segurança (a verdade). Conforme defendido por Charaudeau (2008), porém, não basta apenas que o EuE apresente isto, é preciso que ele se posicione. E o enunciador mostra-se indignado diante desta proposta em seu movimento argumentativo. Seu objetivo é persuadir o TuD de que ele, o enunciador, trará informações que, de outro modo, seriam sonegadas ou deturpadas pela mídia. Seu argumento é implícito e, embora parta de um *logos*, é organizado de forma emocional, a partir do *pathos*: o enunciador afirma pertencer a uma suposta comunidade simbólica, quer convencer o TuD de que, assim como o TuD, faz parte dela (nós, nosso) e que, por isso, é confiável, pois está “do lado” do presidente. Assim, se coloca na posição de quem traz a verdade, em oposição às mentiras que são disseminadas, sobretudo pela imprensa, sobre presidente. Ou seja, o EuE está apto para informar o TuD.

Levando em consideração esta asserção de chegada, podemos dizer que as três asserções – partida, passagem e chegada – estão dentro do eixo do possível, pois a asserção de chegada não é a única possível, afinal, poderia haver outros meios pelos quais se informar com segurança, além de receber informações do enunciador. Quanto ao valor de verdade, trata-se de uma particularização, pois o EuE é uma variável muito específica e este se coloca como a solução para a premissa inicial – de que a imprensa mente. Quanto ao modo de raciocínio, o que observamos, neste caso, é uma escolha alternativa entre um positivo e um negativo: o EuE se apresenta como a escolha positiva (trago a verdade) em relação à escolha negativa (a imprensa que mente).

Charaudeau (2008) afirma que apenas o dispositivo argumentativo – proposta, proposição e persuasão – não é suficiente para compreender como uma argumentação se desenha. Segundo o autor, há fatores situacionais que fazem parte desta equação. O primeiro deles é a situação de troca, se é monologal ou dialogal. Conforme dito anteriormente, a bio do *Twitter* é um gênero discursivo que se caracteriza como monologal, pois não há espaço para réplicas e tréplicas. O autor ou enunciador constrói sua argumentação na totalidade do texto. O segundo é o contrato de comunicação. No caso da Figura 8, o contrato é explícito: o perfil apresenta seu posicionamento político e, nele, inclui o TuD. Em outras palavras, aquele perfil se propõe a informar todos aqueles que partilhem do mesmo ponto de vista do autor que é de adesão ao então presidente Jair Bolsonaro.

Em relação às posições do sujeito, podemos dizer que existe uma tomada de posição em favor da proposta – a alternativa à imprensa que mente. Entendemos que, em relação ao emissor da proposta, existe uma autojustificativa do estatuto, pois o EuE justifica sua legitimidade para informar sobre o presidente que é o fato de aderir à plataforma política de Bolsonaro. Por fim, sua posição em relação à própria argumentação é de engajamento, já que o EuE se implica em seu próprio quadro argumentativo, sem dissimular sua presença, recorrendo ao uso da primeira pessoa para se inserir no discurso.

Charaudeau (2008) divide a encenação argumentativa em três procedimentos: os semânticos, os discursivos e os de composição. Começamos pelos procedimentos semânticos que se subdividem em dois: os domínios de avaliação e os valores. Percebemos que, no caso em análise, o que está em jogo é o domínio de verdade. Em nenhum momento é definido o

que é verdade explicitamente. Porém, a frase “Não espalhe o pânico” pode aludir às narrativas dissonantes do presidente Jair Bolsonaro e da imprensa acerca da pandemia de covid-19.

Desde janeiro de 2020, o mundo lida com a doença, extremamente contagiosa e sem tratamento precoce, e isto tem colapsado os sistemas de saúde de vários países, incluindo o Brasil, incapazes de atender ao número crescente de pacientes infectados e ocasionando mortes em escala ascendente pela insuficiência de leitos. Diferentemente da maioria dos Chefes de Estado, Bolsonaro adotou, desde o princípio, uma gestão polêmica da pandemia, alegando que a população brasileira não precisava se alarmar com a doença, chegando a referir-se, em episódio emblemático, à covid-19 como “uma gripezinha”. A imprensa brasileira, ao contrário, tem alertado o povo brasileiro sobre a gravidade do momento e, diante da falta de coordenação do Ministério da Saúde, tem feito esforços, por meio de um consórcio, no sentido de divulgar o número de infecções e de mortes diariamente, colhendo dados em cada um dos estados. Além de trazer constantes relatos de cientistas e profissionais da saúde sobre a doença.

Durante o ano de 2020, Bolsonaro acusou a imprensa brasileira de espalhar o pânico entre a população brasileira em diversas ocasiões. Então, o enunciado “Não espalhe o pânico” tem um caráter referencial, já que pode estar citando presidente. É neste sentido que, por uma relação de oposição, podemos entender que a verdade, para o enunciador, é aquilo que Bolsonaro afirma, prescreve e defende. Já que “a imprensa mente”.

Os procedimentos discursivos dizem respeito a certas categorias linguísticas utilizadas para causar determinados efeitos. Conforme afirmamos anteriormente, todo discurso tem sua dimensão descritiva, narrativa e argumentativa. Nos 27 perfis que analisamos, um dos procedimentos discursivos mais recorrentes é a definição, que está no âmbito do modo de organização descritivo. Porém, o efeito de sentido nestes casos não é meramente descrever os sujeitos donos dos perfis e sim afirmar suas visões de mundo e seus posicionamentos políticos a partir destas definições.

No caso da Figura 6, dois procedimentos discursivos que ficam em evidência são a comparação por dessemelhança – entre o EuE, que é confiável e a imprensa, que mente – e a citação de um dizer, não-marcado, do presidente Jair Bolsonaro.

Por fim, os procedimentos de composição dizem respeito ao ordenamento dos argumentos de acordo com uma cronologia. No entanto, este não é um texto extenso. Nos apoiamos em algumas pistas para identificar estes procedimentos. Inicialmente, pensamos se tratar de uma composição linear, pois não há uma categorização ou esquematização dos argumentos, como ocorre com as composições classificatórias.

Neste caso, por se tratar um texto curto, as etapas da composição linear estão menos marcadas do que em textos mais detalhados: em todo caso é possível identificar o começo – a imprensa mente sobre o presidente Jair Bolsonaro, mas o enunciador está apto a cumprir a função de informar. A transição pode ser o movimento do enunciador em argumentar o porquê de ser confiável – ele é um apoiador de Jair Bolsonaro, portanto dirá a verdade sobre o presidente. O fim poderia ser “Nós consertamos”, no sentido de resolver o problema da imprensa não-confiável.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Atualmente, muitos pesquisadores têm se dedicado ao estudo da direita no Brasil, seja do ponto vista histórico, sociológico, antropológico, etc. Essa pesquisa é apenas mais uma que se propõe a trazer algum acréscimo no entendimento do cenário atual, mas a partir do campo linguístico, sobretudo da Análise de Discurso, pelo viés da Teoria Semi linguística.

Ao observarmos a organização do discurso dos perfis anônimos aqui analisados, podemos perceber a predominância do comportamento enunciativo elocutivo. Ou seja, quando o enunciador se volta para si mesmo. Poderíamos interpretar, de modo incorreto, que esse enunciador não estabelece uma relação com seu interlocutor quando assim age, pois está falando apenas de si. Porém, essa relação é estabelecida pelo modo como ele se apresenta: não se trata de uma simples definição, mas de uma autoidentificação patética. Ou seja: uma construção da imagem de si que apela emocionalmente para o interlocutor.

A partir desse dado, podemos também afirmar que, quando estabelecido o **vínculo identitário, ele se torna mais importante do que os regimes de verdade pautados em parâmetros convencionais de racionalidade**. Deste modo, a credibilidade é forjada a partir de questões identitárias: “eu acredito no outro porque ele pensa igual a mim”.

A estratégia argumentativa de espelhamento no interlocutor é um dos achados mais relevantes dessa pesquisa: o enunciador se apresenta tal qual entende que é o seu leitor. Para isso, faz uso de caixa-alta, de maiúsculas em vocábulos como “Nós”, “Verdade”, “Presidente”, além de exclamações, de certos emojis, e de determinadas imagens no perfil.

Consideramos que o conjunto desses elementos conduz a uma “infantilização” da linguagem. Isso nos leva a crer que o leitor ideal construído por esse enunciador apresenta certa vulnerabilidade e, talvez, tenha baixo letramento digital, tornando-o mais suscetível a discursos pautados, sobretudo, na emoção.

Referências

CHARAUDEAU, Patrick. **Linguagem e discurso**: modos de organização. São Paulo: Contexto, 2008.

MOURA, João Benvindo de; BATISTA JÚNIOR, José Ribamar Lopes; LOPES, Maraisa (org.). **Sentidos em disputa**: discursos em funcionamento. São Paulo: Pedro & João editores, 2017. Teresina: EDUFPI, 2017. Disponível em: https://drive.google.com/file/d/11V18xIYEwS3LV3Unpkb_jQj5xsuXK0zYf/view. Acesso em: 15 ago. 2021.

MOURA, João Benvindo de. **Análise discursiva de editoriais do Jornal Meio Norte**: um retrato do Piauí. Teresina: EDUFPI, 2020. Disponível em: <http://editorapathos.com.br/analise-discursiva-de-editoriais-do-jornal-meio-norte-um-retrato-do-piaui/>. Acesso em: 10 out. 2021.

MOURA, João Benvindo de; LOPES, Maraisa (org.). **Discursos, imagens e imaginários**. São Carlos: Pedro & João Editores, 2021a. 358p. Disponível em: <http://editorapathos.com.br/discursos-imagens-e-imaginarios/>. Acesso em: 15 ago. 2021.

MOURA, João Benvindo de; MAGALHÃES, Francisco Laerte (org.). **Fluxos discursivos na sociedade em rede**. São Carlos: Pedro & João Editores, 2021. Disponível em: <http://editorapathos.com.br/fluxos-discursivos-na-sociedade-em-rede/>. Acesso em: 12 ago. 2021.

MOURA, João Benvindo de; ROCHA, Max Silva da. (org.). **Semiolinguística e retórica**: interfaces. Teresina: Editora Pathos, 2021. Disponível em: <http://editorapathos.com.br/semiinguistica-e-retorica-interfaces/>. Acesso em: 15 ago. 2021.,