

UNIVERSIDADE ABERTA



**AGRESSIVIDADE E VIOLÊNCIA VERBAIS NAS MENSAGENS DAS REDES SOCIAIS:
ANÁLISE DE INTERAÇÕES DISCURSIVAS NO FACEBOOK-
O CASO DAS ELEIÇÕES PRESIDENCIAIS BRASILEIRAS DE 2018**

ANDREIA GONÇALVES GOMES NAIME

Mestrado em Estudos de Língua Portuguesa

2020

UNIVERSIDADE ABERTA



**AGRESSIVIDADE E VIOLÊNCIA VERBAIS NAS MENSAGENS DAS REDES SOCIAIS:
ANÁLISE DE INTERAÇÕES DISCURSIVAS NO FACEBOOK
O CASO DAS ELEIÇÕES PRESIDENCIAIS BRASILEIRAS DE 2018**

ANDREIA GONÇALVES GOMES NAIME

Mestrado em Estudos de Língua Portuguesa

Dissertação orientada pela Professora Doutora Isabel Roboredo Seara

2020

RESUMO

As redes sociais exerceram papel relevante nas eleições presidenciais do Brasil em 2018, principalmente pela redução orçamentária de verbas que anteriormente sustentavam as campanhas eleitorais com uso de mídias pagas. Considerando este panorama, os candidatos fizeram largo uso das mídias gratuitas ou de baixo custo e o Facebook configurou como a rede social de maior uso e amplitude, devido sua popularidade no país.

Neste sentido, consideramos pertinente a análise crítica deste momento histórico para as eleições do Brasil, onde o Facebook representou um espaço apropriado para as contendas e discussões, superando os debates presenciais e as manifestações discursivas públicas outrora utilizadas por candidatos às eleições

A escolha da rede social Facebook se justifica devido sua abrangência e popularidade no Brasil; vale ressaltar a relevância desta rede mundial como disseminadora de notícias, formadora de comunidades e influenciadora de opiniões, tornando-a um espaço movimentado e rico para coleta de mensagens e uso do discurso.

A presente dissertação tem, como objetivo, analisar os atos de fala presentes em mensagens postadas na internet, na rede social Facebook brasileira, no período da campanha eleitoral para as eleições presidenciais de 2018. Para isso, a metodologia aplicada ocorreu em duas etapas:

a) coletamos mensagens postadas no Facebook, relacionadas aos dois principais candidatos que ocuparam posição de liderança em pesquisas e que se tornaram os favoritos na campanha eleitoral, pesquisando no buscador do Facebook perfis relacionados aos candidatos Jair Bolsonaro, Fernando Haddad, ou que trouxessem menções às eleições presidenciais brasileiras de 2018 e as quantificamos por tipo.

b) analisamos as mensagens do ponto de vista discursivo e as estratégias aplicadas, identificando os atos de fala que apresentavam descortesia e marcas de agressividade, arrogância, prepotência, violência verbal, superioridade, manipulação e desqualificação do adversário em sua formação.

Pretendemos, com o trabalho, apresentar, através da análise do discurso, um retrato da situação social e política, onde os atos de fala exerceram um grande papel nas mídias sociais, influenciando a definição do futuro político do país e no cotidiano e comportamento das pessoas.

Palavras-chaves: Atos de fala; *ethos*; discurso digital; discurso de ódio; descortesia verbal; Facebook.

ABSTRACT

Social networks played a relevant role in Brazil's presidential elections in 2018, mainly due to the budget reduction of funds that previously supported election campaigns using paid media. Considering this panorama, candidates made wide use of free or low-cost media, and Facebook was the most widely used social network due to its popularity in the country.

In this sense, we consider pertinent the critical analysis of this historical moment for the elections of Brazil, where Facebook represented an appropriate space for disputes and discussions, overcoming face-to-face debates and discursive manifestations public companies used by candidates for elections

The choice of the social network Facebook is justified due to its scope and popularity in Brazil; it is worth emphasizing the relevance of this worldwide network as a news disseminator, community trainer and opinion-influencer, making it a busy and rich space for message collection and speech use.

The present dissertation aims to analyze the acts of speech present in messages posted on the Internet, on the social network Brazilian Facebook, during the election campaign for the presidential elections of 2018. For this, the applied methodology occurred in two stages:

a) we collected messages posted on Facebook, related to the two main candidates who held a leadership position in polls and who became favorites in the electoral campaign, searching the Facebook search engine for profiles related to candidates Jair Bolsonaro, Fernando Haddad, or that mentioned the 2018 Brazilian presidential elections and we quantify them by type.

b) we analyzed the messages from the discursive point of view and the strategies applied, identifying the acts of speech that presented discourtesy and marks of aggressiveness, arrogance, prepotency, verbal violence, superiority, manipulation and disqualification of the opponent in their formation.

Therefore, we consider pertinent the critical analysis of this historical moment for the elections in Brazil; in it, Facebook represented an appropriate space for disputes and discussions, overcoming face-to-face debates and public discursive demonstrations hitherto used by election candidates.

The aim is, with the work, to present, through the analysis of discourse, a portrait of the social and political situation, where speech acts played a great role in social media, influencing the definition of the political future of the country and in the daily life and behavior of people.

Key-words: Speech acts; ethos; digital speech; hate speech; verbal rudeness; Facebook.

AGRADECIMENTOS

À Professora Doutora Isabel Roboredo Seara que, acreditando no meu potencial, aceitou-me como sua orientanda e soube-me conduzir, sempre com delicadeza e cortesia, pelos caminhos corretos para o desenvolvimento deste trabalho.

Ao meu querido esposo Eduardo, um incentivador dos meus estudos e do meu desenvolvimento pessoal e profissional, que nunca me deixou desanimar ou desistir.

A todos os mestres e professores que acompanharam minha formação escolar e acadêmica, sendo uma fonte de inspiração para continuidade de meus estudos, e em especial aos professores da UAb – Universidade Aberta de Lisboa, que sempre me deram suporte e estímulo durante o curso. Com todos aprendi que nunca serei detentora de todo o saber e que sempre será tempo de aprender.

DEDICATÓRIA

A Lídia e ao Lucas, filhos queridos e minhas fontes de orgulho e inspiração para toda a vida e para quem procuro diariamente ser um exemplo.

**“Segue o teu destino,
Rega as tuas plantas,
Ama as tuas rosas.
O resto é a sombra
De árvores alheias”.**
(Fernando Pessoa)

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	10
CAPÍTULO 1 – LINGUAGEM E DISCURSO	15
1.1. COMUNICAÇÃO DISCURSIVA	15
CAPÍTULO 2 - TEORIA DOS ATOS DE FALA	19
2.1. OS ATOS DE FALA.....	19
2.2. O GÊNERO DISCURSIVO E OS ATOS DE FALA	25
CAPÍTULO 3 - O <i>ETHOS</i> NO DISCURSO	32
3.1. A CONSTRUÇÃO DO <i>ETHOS</i> DISCURSIVO	32
3.2. O <i>ETHOS</i> NO DISCURSO POLÍTICO	40
3.2.1. <i>Ethos de credibilidade</i>	43
3.2.2. <i>Ethos de identificação</i>	44
CAPÍTULO 4 – A CORTESIA VERBAL	47
4.1. CONSIDERAÇÕES ACERCA DA CORTESIA VERBAL.....	47
CAPÍTULO 5 – A DESCORTESIA E A AGRESSIVIDADE VERBAIS	53
5.1. A DESCORTESIA VERBAL.....	53
CAPÍTULO 6 – A POLÊMICA E A VIOLÊNCIA VERBAL	55
6.1. VIOLÊNCIA VERBAL NO DISCURSO	55
CAPÍTULO 7 – O DISCURSO POLÍTICO	58
7.1. A CONSTRUÇÃO DO DISCURSO POLÍTICO	58
7.2. A POLÊMICA NO DISCURSO POLÍTICO	59
CAPÍTULO 8 – O DISCURSO NA ERA DIGITAL	62
CAPÍTULO 9 – AS REDES SOCIAIS E O DISCURSO DE ÓDIO	66
9.1. AS REDES SOCIAIS: QUADRO INTERATIVO E PAPÉIS SOCIAIS DOS INTERLOCUTORES	66
9.2. AS REDES SOCIAIS E OS DISCURSOS DE ÓDIO E INDIGNAÇÃO NO FACEBOOK.....	68
9.3. AS REDES SOCIAIS COMO REDES DE PODER	69
9.3.1. <i>Movimentos sociais em rede</i>	69
9.3.2. <i>Movimentos sociais em rede no Brasil</i>	72
9.4. O DISCURSO DIGITAL	73
9.5. VIOLÊNCIA VERBAL E AGRESSIVIDADE NA INTERNET	75
9.6. VIOLÊNCIA E AGRESSIVIDADE NAS REDES SOCIAIS	80
CAPÍTULO 10 – ASPECTOS GERAIS DA REDE SOCIAL FACEBOOK	83
10.1. A REDE SOCIAL FACEBOOK	83
10.2. PERFIL DO USUÁRIO DO FACEBOOK NO BRASIL	86
CAPÍTULO 11 - ASPECTOS GERAIS DA PESQUISA	89
11.1. METODOLOGIA DA RECOLHA	91
11.2. ETAPAS DO PROCESSO DA PESQUISA	93
11.3. JUSTIFICATIVA PARA O CORPUS DA PESQUISA	93
11.4. CARACTERIZAÇÃO DOS CANDIDATOS E DOS SEUS <i>ETHÈ</i>	94
CAPÍTULO 12 – CONTEXTUALIZAÇÃO DO CENÁRIO	98
12.1. CARACTERIZAÇÃO HISTÓRICO-SOCIAL DO CENÁRIO ELEITORAL.....	98
CAPÍTULO 13 – ESTRATÉGIAS DISCURSIVAS DE ACUSAÇÃO E DIFAMAÇÃO	100
13.1. ANÁLISES DAS POSTAGENS	100
CONSIDERAÇÕES FINAIS	124
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	127

Lista de tabelas

TABELA 10.1. - BRASIL – RESULTADO DAS ELEIÇÕES DO 10. TURNO	97
TABELA 10. 2. - BRASIL - RESULTADO DAS ELEIÇÕES DO 20. TURNO	97

Lista de Quadros

Quadro 10.1 - Perfil de candidatos à Presidência do Brasil nas eleições de 2018.....	96
--	----

Lista de Figuras

Figura 3. 1. - Instâncias do discurso político	42
Figura 12.1. - Tela de criação de conta do Facebook	84
Figura 12.2. - Recorte da tela INICIAL de conta no Facebook.....	85

INTRODUÇÃO

“A violência, seja qual for a maneira como ela se manifesta,
é sempre uma derrota” (Jean Paul Sartre)

O homem é um ser social, pela própria natureza, desde os primórdios da civilização e a comunicação é essencial na vida em sociedade. A existência da linguagem ocorre pela dinâmica do homem de estar no mundo com os outros, como parte da comunidade, do todo social. Bechara (2009, p. 29) atribui à atividade humana de falar cinco dimensões universais:

(a) criatividade, pois a linguagem é uma forma de manifestação da cultura que se expressa de maneira livre e criadora, indo além do aprendido e não simplesmente repete do que já foi dito.

(b) materialidade, pois a linguagem é primeiramente uma atividade fisiológica e psíquica, onde existe uma relação entre o falante - através dos órgãos de fonação para transmitir os signos fonéticos (fonemas, grafemas) - e do ouvinte que percebe os conteúdos configurados pelo falante e os interpreta.

(c) semânticidade, sendo que cada forma corresponde a um conteúdo significativo.

(d) alteridade, considerando que o significar é originalmente e sempre ser como os outros, pela natureza político-social humana, onde falantes e ouvintes são sempre cofalantes e coouvintes.

(e) historicidade, sendo a linguagem apresentada em forma de língua, que só existe pela referência histórica (exemplo: língua inglesa, francesa, portuguesa).

Analisando as cinco dimensões citadas por Bechara (2009, p. 29), considera-se que todas estão presentes no processo de comunicação humana, nas atividades sociais, nas interações verbais e escritas, como forma de interação, convivência e coexistência. A realidade concreta da linguagem é representada pelo ato linguístico, que varia de falante para falante e apresenta a diversidade na expressão, nos conteúdos e nos significados.

Para Charaudeau (2005, p. 3), a maneira pela qual abordamos o discurso insere-o numa problemática geral que procura relacionar os fatos de linguagem a alguns outros fenômenos psicológicos e sociais, tais como as ações e a influência nelas exercidas, e é através da linguagem que o mundo pode ganhar um significado ou ser ressignificado, mas

para que o ato de comunicação seja válido, é necessário que haja interação e reconhecimento entre os pares – ou seja entre locutor e locutário.

No processo de comunicação, é importante mencionar a liberdade de expressão, que está diretamente ligada à garantia dos direitos humanos, da liberdade ideológica e da democracia (Stroppa e Rothenburg, 2015, p. 453); mas é importante observar que existem delimitações envolvendo as relações sociais que precisam ser respeitadas. A liberdade de um existe mediante o respeito à liberdade do outro; se esta relação não funcionar, a comunicação perde sua atuação social e interacional.

Vivemos em um contexto altamente tecnológico, onde as relações humanas são amplamente afetadas pelas mídias, interatividades disponíveis e instantaneidades midiáticas que envolvem a sociedade moderna e este contexto se estende às interações comunicativas. No ano de 2019, foram registradas 3,5 bilhões de pessoas conectadas à internet no mundo, formando uma comunidade digital que corresponde a 45% da população mundial, segundo dados publicados por Kemp (2019) no blog *We are social*¹; a pesquisa nos dá a dimensão da constante ampliação de acesso às redes e a interatividade mundial.

A tecnologia agiliza e amplia o alcance da comunicação, horizontaliza a distribuição da informação, possibilitando a todos a oportunidade de se expressarem de forma pública, socializando suas opiniões.

Cabral e Lima (2018, p. 47) afirmam que a sociedade do terceiro milênio incorporou de tal modo a tecnologia em seu modo de vida que se torna imperativo o uso da internet. A Web apresenta-se como um campo amplo e rico para as pesquisas da área científica, e no campo da linguagem, as redes sociais são de grande valor para a sociedade que se comunica e interage, participa de debates, argumenta, expondo suas emoções e agressividade diante das argumentações.

Por seu turno, as redes sociais representam comunidades virtuais que trazem possibilidades ilimitadas de interação entre as pessoas sobre assuntos diversos e promovem a convivência *on-line*, superando as barreiras geográficas, contribuindo para que as relações sejam globais, gerando ainda alto nível de compartilhamento de informações e conhecimento. A criação do Facebook em 2004 revolucionou os comportamentos e práticas

¹ <https://wearesocial.com/blog/2019/10/the-global-state-of-digital-in-october-2019>

sociais, sendo a rede social mais popular do mundo, com aproximadamente 2 bilhões de utilizadores ativos por mês, seguido pelo Whatsapp (Richter, 2019)².

Redes sociais como o Facebook funcionam como um palco onde o indivíduo constrói uma imagem mediatizada através da partilha de suas individualidades. Tal exposição contribui para o esbatimento da dicotomia público/privado, pois a partilha de opiniões, a exposição de revelações e de seu cotidiano, promove a construção de uma identidade mediática e pública, segundo Carvalheiro, Prior e Morais (2015, p. 155). Considerando que o ambiente virtual é fomentador de mecanismos favoráveis ao compartilhamento de informações e de conhecimento, ao reencontro de amizades, à integração de grupos com interesses comuns, torna-se igualmente um terreno fértil para a ampliação de conflitos. O uso indiscriminado das redes sociais leva o indivíduo a confundir o público e o privado, e as redes passam a funcionar como uma vitrine, onde tudo se expõe, sem pudores ou censura. Tais níveis de compartilhamento desenvolvem comportamentos de exagerada exposição e de perda da individualidade. Em dados momentos, as discussões conduzem a comportamentos de intolerância e desrespeito; protegidos pelo distanciamento físico, este ambiente torna-se propício ao uso da agressividade e da violência verbal, geralmente presentes em discussões que abordam assuntos polêmicos, opiniões e ideias divergentes.

Ao estudar a agressividade da linguagem presente nas mensagens trocadas nas redes sociais e em sítios da internet, busca-se fazer a conexão desta agressividade crescente com a situação real de polaridade na sociedade brasileira em 2018.

Através da pesquisa realizada sobre as interações discursivas nas redes sociais, as análises apresentadas terão como foco o discurso enquanto prática social interativa, como forma e ação que está em estreita relação com a estrutura social, corroborando, assim, com os pressupostos de van Dijk (2017b, p. 36), que sublinha que o meio social constrói o discurso e é, simultaneamente, construído por ele, numa relação de reciprocidade entre as situações de caráter social e o conjunto de discursos que são enunciados, visando, invariavelmente, a conquista de visibilidade, de dominação, de manipulação e mais poder.

As redes sociais constituem meios de influência político-ideológica, onde as disputas ocorrem de forma exponencial, numa tensão crescente, devido ao elevado índice de interatividade proporcionado pela rede; a opacidade do ecrã permite esconder algumas

²<https://www.statista.com/chart/5194/active-users-of-social-networks-and-messaging-services/>

identidades, dando aos usuários o benefício do anonimato, ocultando as verdadeiras identidades.

A partir dos textos das mensagens dos eleitores brasileiros e dos candidatos à presidência postados no Facebook, o trabalho ora apresentado propõe realizar uma análise sobre o comportamento agressivo na troca de mensagens e comentários compartilhados no Facebook, tomando como base as eleições presidenciais brasileiras de 2018.

Os objetivos gerais desta pesquisa são identificar, analisar e descrever as estratégias discursivas ao serviço da agressividade, descortesia e violência verbais num corpus de mensagens do *Facebook* sobre a temática “eleições presidenciais brasileiras”, escritas sob influência do ambiente digital mediado pela Internet

São objetivos específicos:

- identificar e descrever de forma analítica as estratégias discursivas ao serviço da agressividade, descortesia e violência verbais;
- relacionar a descortesia como um fenômeno linguístico surgido a partir da cortesia nos atos de fala;
- mostrar as diferentes formas de expressões (de superioridade, de arrogância, de prepotência e de manipulação do outro) que são veiculadas nas mensagens;
- recensear os atos de contestação e desqualificação de (discursos) adversários;
- analisar as estratégias discursivas que subjazem à construção dos diferentes tipos de *ethè* (cf. Charaudeau 2005, 2009, 2010, 2018; Maingueneau, 2002, 2015, 2018; Amossy 2008, 2017, 2018; Seara 2017 e Marques, 2009, 2014) dos interlocutores nas redes sociais;
- analisar como se materializam discursivamente os rituais verbais de descortesia e agressividade verbal (Seara, 2017);
- verificar o valor pragmático de sequências de ironia e de insulto e os ataques *ad hominem*;
- recensear os atos ilocutórios que, em termos pragmáticos, sustentam as polêmicas instituídas.

O trabalho será desenvolvido em cinco partes: revisão bibliográfica dos conceitos teóricos nas obras indicadas, a partir de informações de ordem teórica publicadas nas fontes citadas (ensaios, artigos e obras), correspondentes às partes I, II e III; descrição da

metodologia e etapas aplicadas à pesquisa e a recolha do corpus e contextualização da problemática, apresentadas na parte IV; apresentação da análise do corpus a que se refere a pesquisa, através da análise das estratégias e fenômenos linguísticos e dos atos de discurso que veiculam agressividade e violência verbal, ofendendo a face do outro e difamando a imagem, os FTAs, destacando os insultos e os argumentos *ad hominem*, apresentada na parte V do trabalho. O corpus da pesquisa tem como escopo as mensagens publicadas na rede social Facebook, limitadas ao contexto de eleições presidenciais brasileiras de 2018, que serviram de base para o levantamento e análise dos conteúdos das mensagens.

No presente trabalho, serão apresentados os objetivos, a justificativa e a metodologia utilizada para o desenvolvimento da pesquisa que discorrerá sobre os pressupostos teóricos acerca do corpus, referenciando os conceitos relacionados à língua, linguagem humana, ao gênero do discurso, dando enfoque aos temas polêmica, discurso de ódio, descortesia e a todas as variantes e fatos que envolvem as questões discursivas dentro do conflito discursivo, do ponto de vista linguístico.

Será apresentado o enquadramento teórico baseado na literatura pesquisada, sob o foco de diversos autores. Considerando a atualidade do tema, buscou-se trabalhar a literatura publicada em revistas digitais e sites, trazendo modelos de opiniões atualizados, bem como a literatura de autores que são referência na discussão dos temas relacionados às estratégias do discurso nas redes sociais, às interações comunicativas, com ênfase em mensagens que gerem a descortesia e a polêmica, considerando ainda as causas e consequências do uso da linguagem agressiva nas redes sociais

As hipóteses construídas para o estudo contextualizam o objeto da análise e os respectivos pressupostos teóricos de referência.

Serão apresentadas, ainda, as análises e comentários relacionados aos conteúdos das mensagens pesquisadas na rede social Facebook, sob a luz do enquadramento teórico.

Capítulo 1 – Linguagem e Discurso

1.1. Comunicação discursiva

A linguagem e a ação são elementos que compõem a troca social, apresentando autonomia própria; coexistem e possuem uma relação de interdependência recíproca. Considerando que todo ato de linguagem emana de um sujeito, o qual se define em relação ao outro, é certo que a existência deste outro se faz necessária para que haja a consciência de si próprio (princípio da alteridade). Esta relação promove certo nível de influência entre o sujeito que atua sobre o outro, desejando que o pensamento, a existência e as atitudes sejam por si influenciadas e reguladas (princípio da regulação). Estes princípios são fundadores do ato da linguagem (Charaudeau, 2018, p. 16).

Cunha e Cintra (2016, p. 1) definem que: (a) a língua é um sistema gramatical pertencente a um grupo e constitui-se na expressão de uma coletividade, sendo por meio dela que as pessoas se expressam; (b) não é imutável, pois se relaciona com a evolução perpétua da linguagem e das interações e mudanças sociais, ou seja, é um instrumento de comunicação social mutável e diversificado, sofrendo a influência social, cultural e geográfica; (c) apresenta três tipos de diferenças internas e podem ser mais ou menos profundas, as quais são:

i) as diferenças no espaço geográfico (variações diatópicas), expressadas pelos falares locais, as variantes regionais e até intercontinentais, como por exemplo o português falado em Portugal e no Brasil. As formas que a língua assume regionalmente constituem os dialetos. Os modos de fala locais são os subsistemas idiomáticos, que trazem matizes e diferenciações dentro da estrutura regional as quais pertencem.

ii) as diferenças entre camadas socioculturais (variações diastráticas), notadamente observada com os diferentes níveis – culto, padrão, popular.

iii) as diferenças entre as modalidades expressivas (variações diafásicas – língua falada, literária, escrita etc).

Portanto, a língua é o produto de uma população que fala de forma semelhante e as palavras mudam de acordo com o ambiente na qual o homem se encontra; constitui o fundamento da linguagem, que dela depende e pode ser, ao mesmo tempo, o instrumento e o resultado da comunicação; a língua é criação e fundamento da linguagem.

A linguagem é um processo complexo que resulta da atividade psíquica determinada pela vida em sociedade. Cunha e Cintra (2016, p. 2) afirmam que, embora linguistas como

Antoine Meillet e Ferdinand Saussure tenham configurado a língua como um fato social, nos últimos vinte anos, com o desenvolvimento da sociolinguística, as relações entre a língua e a sociedade passaram por transformações. A sociolinguística aborda a língua como um fenômeno cultural, a relação da língua com a sociedade e a cultura de um povo produz uma relação direcional, onde há influência da sociedade na língua ou da língua na sociedade.

Estes conceitos trazidos por Cunha e Cintra (2016, p. 2) concebem a língua como um instrumento de comunicação social, diversificado e maleável sob os aspectos da diversidade cultural, social e geográfica, apresentando o discurso como um ato individual e concreto de usos da língua no processo da linguagem.

Bakhtin (2016, p. 24) destaca que os estudos linguísticos do século XIX colocavam a função comunicativa da linguagem em segundo plano e promovia a formação do pensamento ao primeiro plano, sendo a língua condição indispensável do pensamento humano, sendo a língua “deduzida da necessidade do homem de autoexpressar-se, de objetivar-se” e complementa ainda que a linguagem era considerada somente do ponto de vista do falante, sem necessidade de haver relação necessária com outros participantes da comunicação discursiva; o papel do outro na comunicação discursiva era limitado a ouvinte que compreende passivamente o falante.

Na realidade, a língua necessita do falante e do objeto de sua fala, servindo, a língua, como meio de comunicação - sua função secundária e considerando-se, também, como parte do processo, o ouvinte. Embora este esquema seja considerado válido por Bakhtin (2016, p.24-25), com a existência de um falante e um ouvinte passivo, não existe correspondência desta situação com a realidade de um processo de comunicação discursiva, onde o ouvinte percebe e compreende o significado linguístico do discurso e ocupa uma posição ativa e responsiva, concordando ou discordando total ou parcialmente, participando do processo, como ouvinte, completando-o e sendo responsivo.

Charaudeau (2009, p. 1-2) apresenta alguns pontos interessantes referentes ao discurso e às relações que nele se estabelecem: as relações sociais são, inevitavelmente, marcadas por um discurso de influência, produzido de acordo com o princípio da alteridade, ou seja, não existe o Eu sem o Você. Esta singularidade consolida a situação de que o discurso só existe quando há um agente e um receptor da mensagem. Desta forma, temos a comunicação que se estabelece com a identidade do falante e a consciência da existência de outras estratégias que precisam ser traçadas para que esta comunicação aconteça dentro dos

atos da linguagem. Ou seja, o discurso se insere dentro de um contexto no qual o ambiente, o falante, o receptor e a mensagem se ligam e se relacionam dentro dos parâmetros de uma estratégia comunicativa.

A linguagem através do discurso tem o poder de influenciar os atos e os comportamentos; uma ameaça, um elogio, uma afirmação assertiva sobre o outro pode produzir reações e comportamentos que irão de encontro ao objetivo do locutor ao iniciar o enunciado, sugerindo uma inibição, cumprimento ou incumprimento de um ato, ou mesmo reações positivas ou negativas, verbais ou reais no plano físico. Para Amossy (2008) toda enunciação é uma resposta a alguma coisa e, o discurso vai se construindo numa escala contínua que pode ir do confronto explícito a uma co-construção de uma resposta,

O discurso pode estabelecer e ser estabelecido numa relação de poder, onde o outro pode ser colocado numa situação coercitiva; o falante, estando em situação dominante, exerce influência sobre o dominado por força do poder. Estas situações reforçam que todo ato de linguagem está ligado a um ato ou ação, no qual pode haver relações de força emanadas do sujeito e mantidas entre si e que constroem um vínculo social (Charaudeau, 2018, p. 17).

Mendes (2017, p. 106) faz referência a Labov, afirmando que os falantes de uma língua, pertencentes a um mesmo grupo ou comunidade, utilizam as variantes linguísticas com objetivos e intenções de natureza social; a relação dos elementos linguísticos (fonemas e morfemas, itens lexicais e outros) e os valores, significados e construções de origem social (polidez, agressividade, etc.) posicionam o homem enquanto ser social diante do mundo. Esta relação entre o contexto social e a linguagem é histórica e representa a evolução da sociedade e as variedades linguísticas das diversas comunidades globais, se refletindo na pronúncia das palavras, no uso dos vocabulários específicos para cada comunidade, podendo ainda ser expandida para o meio digital. Neste caso, não importa a geografia, mas o contexto social e cultural onde as comunidades se inserem para opinar e discutir assuntos de interesses comuns.

Todo falante pode interpretar uma frase em sua língua materna de forma alheia ao contexto, assimilando o significado da mensagem independente de sua competência linguística. Esta liberdade de interpretação da frase ou do discurso pode ir além do ambiente contextual, trazendo a atenção do receptor da mensagem para uma situação particular e de forma subjetiva (Gouveia, 1996, p. 383). Vejamos os exemplos a seguir:

Exemplo 1: Conversa entre os alunos (A) e (B) de um colégio:

(A) - João quebrou a cara hoje, se deu mal na prova.

(B) – Coitado. Foi muito grave o machucado?

Exemplo 2: No aeroporto, o atendente da companhia aérea (A) questiona o passageiro (B) sobre a bagagem:

(A) - Algo a declarar?

(B) - Ah, sim! Gostaria de pedir-lhe o favor de me colocar em um assento próxima à janela! - Responde o passageiro

Observa-se que, em ambos os exemplos, há um entendimento diferente entre o que o falante apresenta e o que o receptor entende, pois não foram utilizados os conceitos e princípios pragmáticos da linguística que buscam alinhar as falas às regras formais de uso da língua, tendo prevalecido a interpretação pessoal.

O discurso, visto sob uma visão pragmática, traduz a expressão da língua de uma forma particularizada e com objetivo traçado de forma a manipular os recursos e as competências linguísticas em favor daquilo que se deseja alcançar. O estudo dos gêneros do discurso aplicados nas expressões orais e escritas auxilia o entendimento de como a teoria aplicada aos atos de fala pode funcionar como uma forma de manipulação do discurso dentro de contextos variados – social, político, educacional, dentro outros – de modo a atingir o resultado esperado pelo falante.

Capítulo 2 - Teoria dos Atos de Fala

2.1. Os atos de fala

Ao realizar um ato de fala, o sujeito está proferindo determinado enunciado com determinado sentido e referência, equivalente a um "significado" no sentido tradicional do termo. Ou seja, a produção de um enunciado que atenda às normas da língua e que veiculem uma mensagem constituem um ato locutório ou locucionário (Austin, 1990, p. 85).

Austin (1990, p. 85-86), então, apresenta sentidos distintos da frase, os quais são "o uso de uma sentença" ou "o uso da linguagem" (e, naturalmente, há outras também). Todas essas classes de "ações" estão sujeitas, simplesmente por serem ações, relacionadas às dificuldades e reservas costumeiras que consistem em distinguir uma tentativa de um ato consumado, um ato intencional de um não-intencional etc.

Em *Quando dizer é fazer*, Austin (1990, p. 25) traz uma reflexão sobre quando o discurso não descreve a ação e não leva à ação, mas é a ação em si. Vejamos as afirmações a seguir:

- (a) Eu te batizo em nome do Pai (...) – numa cerimônia de batismo a fala traduz o ato em si.
- (b) Estou comendo um sanduíche de atum – a ação está ocorrendo no momento do discurso.
- (c) Eu te aceito como minha esposa - o ato se consuma durante a fala numa cerimônia de casamento.

Em ambos os casos acima, a fala não descreve a ação, mas constitui a ação em si, ou seja, ao proferir os enunciados, está se executando a ação. Austin (1990, p. 24) denomina tal tipo de construção como ato performativo, “(...) *este nome é derivado do verbo inglês to perform, verbo correlato do substantivo "ação" e indica que, ao se emitir o proferimento, está se realizando uma ação (...)*” (Austin, 1990, p. 25). No entanto, o simples ato de anunciar não substitui a ação genericamente; observemos que no exemplo (c), o fato de anunciar que recebe a pessoa em matrimônio não substitui o ato em si, mas anuncia que o ato está acontecendo. Observa-se que o anúncio, a fala, se confunde com a ação por estar ocorrendo ou sendo consumado simultaneamente a este.

Embora uma declaração possa assumir o sentido de promessas, sejam falsas ou verdadeiras, ou proferimento descritivo, Austin (1990, p. 24) afirma que não é a declaração e sim o ato que assume o caráter de falso ou verdadeiro, porque o agente não cumpre a fala

que é usada de má fé. Vejamos este exemplo: “- Aceito-te em matrimônio para honrá-la e respeitá-la”. Ao quebrar a promessa feita no matrimônio, o agente faz com que a ação fuja da promessa e do discurso por um ato mal-intencionado.

Os atos de fala são enunciados que apresentam uma funcionalidade linguística e ocorrem dentro de determinado contexto interacional e comunicativo, a fim de promover uma ação. Os atos ilocucionários ou ilocutórios são a realização de um ato locutório dentro de um contexto comunicativo e acontecem com o intuito de informar, ordenar, prevenir, avisar, comprometer-se etc, sendo formas de expressão que apresentam uma certa força na mensagem. A intencionalidade destes atos pode promover uma ação, mas também é uma forma para que atos ilocucionários se realizem quando algo é dito com o objetivo de convencer, persuadir, impedir, surpreender ou confundir.

Os atos ilocutórios estão ligados ao ato social da fala. Quando se comunica algo, há uma interação com o outro; o locutor interage com o interlocutor em um determinado tempo, espaço e contexto. O ato da fala é a concretização da fala ou enunciado contextualizado e direcionado a uma ação, podendo a fala adotar uma concepção defensiva, assumindo tons ameaçadores ou adotar formas valorizadoras das faces.

Ao viver em sociedade as pessoas buscam preservar sua autoimagem, seu território (corporal, material, temporal, dentre outros) e sua face, ou seja, o reconhecimento de seu papel e imagem dentro da coletividade e perante si mesmo; a face, então, assume um caráter que ao mesmo tempo é público e interpessoal, pois é através dela o indivíduo se projeta de forma consciente ou inconsciente, dentro de um cenário situacional. (Kerbrat-Orecchioni, 2017, p. 22).

Fávero (2014, p. 368) apresenta as denominações de face positiva e negativa assumidas por Brown e Levinson, que considera a face negativa como desejo de liberdade de ação e o domínio do eu, enquanto a positiva representa o desejo de aceitação e compartilhamento *social*.

A análise de Fávero sobre a proposta de Brown e Levinson considera que, diante dos conflitos criados pelas situações interacionais, é comum identificar ameaças à imagem pública dos interlocutores, ou seja, os atos produzidos por estes interlocutores, denominados FTAs – *Face Threatening Acts*, são, de certa forma, uma ameaça à imagem pública. O locutor busca amenizar as ameaças com cortesia de modo a conciliar a ameaça com a preservação da face, aplicando algumas estratégias que depende dos seguintes fatores: (a) relação de

poder entre os interlocutores; (b) distância social entre eles; (c) normas de conduta impostas pelo meio cultural ou social. Para tanto, o falante pode expressar seu desejo em várias formas, a saber:

- i. imprimir uma ordem de forma indireta e com cortesia positiva (exemplo: Por favor, libere a passagem); a expressão “por favor” e é um pedido implícito ao ouvinte desejar o mesmo que o falante, apelando para sua face positiva.
- ii. de forma indireta com cortesia negativa (exemplo: Você não se importa de liberar a passagem?); o elemento de negação e a expressão de gentileza buscam satisfazer a face negativa do ouvinte, mantendo sua zona de conforto, colocando-o, supostamente no controle da decisão.
- iii. de forma fechada e indireta (exemplo: A saída está obstruída pois há muitas pessoas na porta); o falante, ao não deixar claro sua verdadeira intenção, não exerce ameaça e deixa a decisão para o ouvinte, correndo o risco de ser ignorado.
- iv. de forma direta e causadora de dano a face (exemplo: Libere a passagem!) O desejo do falante é transmitido sem quaisquer atenuadores.

Kerbrat-Orecchioni (2017, p. 23-29), por sua vez, considera a concepção de Brown e Levinson defensiva, com muitos atos ameaçadores de face e pessimista em demasia, por considerar que as pessoas permanecem sob ameaça constante e que estão sempre em estado de guarda e defensiva. Apresenta os FFAs – Face Flattering Acts, atos lisonjeadores e valorizadores das faces, que aparecem ao lado dos FTAs e estão alicerçados em três fundamentos apresentados a seguir:

- a) Face negativa x face positiva
- b) FTA x FFA
- c) Cortesia negativa e cortesia positiva

A partir destes fundamentos, Fávero (2014, p. 370) afirma que os atos de fala podem ser puramente FTA, FFA ou ainda um ato misto, no qual se enquadram os atos de oferecimento e cumprimento, onde o objeto do elogio é cobiçado e, desta forma, carregado de ameaça para a face negativa do cumprimentado; mas também é um ato de face positiva.

A mesclagem do FTA com FFA surge em virtude das inferências que envolvem o discurso. Um agradecimento carregado de ironia, por exemplo, se encaixa nesta situação, como o exemplo a seguir:

(a) Ao chegar em uma festa, e verificando que nenhum dos amigos o cumprimenta por um prêmio ganho no dia anterior, o locutor diz-lhes: “- Obrigada por terem se lembrado de mim!” Neste caso, o agradecimento surge em tom de ameaça e ironia.

(b) Um elogio pode estar carregado de restrição por ser um FFA mal elaborado, representando uma cortesia negativa, como a seguir: “- Esta roupa te deixa mais magra!” A cortesia negativa em forma de um elogio restrito (FFA mal elaborado) intenciona à crítica ou censura.

Fávero (2014, p. 374) cita ainda a injúria afetuosa, exemplificada no diálogo apresentado a seguir, envolvendo dois jovens amigos:

“A – Alô

“B – E aí... Rô... Beleza?... É o Lu de São Paulo

A – Beleza ...

B – Legal...legal...(risos)

A – Fala animal...posso saber por que a honra da ligação?

B- Bom...eu te liguei...cara...eh...eh...por que ...bem...ouve...estive no fim de semana aí em Santos...eh...eh...mas não deu pra ir a sua casa, como tínhamos combinado

A – Como? ... vou te esganar...não te perdo

B – Desculpa...

A – Eu te desculpo ...”

Observa-se que A chama B de “animal”, uma injúria afetuosa, seguida de uma pergunta irônica. Em outro trecho da mesma conversação, observa-se a ameaça que não se concretiza – vou te esganar. Neste caso, a expressão é uma declaração de amizade (mistura FTA com FFA) – e com desculpas aceitas.

Fávero (2014, p. 378) examinou a cortesia presente em vários diálogos e falas cotidianas e em conversações espontâneas e considera que a cortesia é um princípio regulador de conduta que se interpõe entre a distância social e a intenção do locutor, permitindo que haja o equilíbrio social entre as partes, amenizando os conflitos e as tensões sociais existentes. Observando os exemplos citados, pode-se concluir que, embora a cortesia seja universal, sua aplicação irá variar de acordo com os grupos sociais, faixas etárias e outras nuances do contexto social na qual se inserem os discursos e atos de fala.

Kerbrat-Orecchioni (2017, p. 23) considera que a maioria dos atos de fala realizados no cotidiano é potencialmente ameaçadora, gerando um grande risco de comprometer as

interações verbais. O trabalho da face desenvolvido por Brown e Levison, já citado anteriormente, descreve um conjunto de estratégias diferentes que trabalham a polidez, envolvendo a face, cuja estratégia é buscar polir as arestas, através da atuação sobre a face negativa. Analisando os atos de sob uma ótica positiva, vale ressaltar que no cotidiano também há interações que agem de forma positivas na face, como os agradecimentos e as felicitações, por exemplo.

O ato de fala ou ato locutório exprime uma atitude ou um ato psicológico relacionado como o enunciado; espera-se do locutor uma sinceridade de expressão (Gouveia, 1996, p. 385).

Ao proferir sua XII conferência, Austin (1990, p. 121) apresenta uma classificação geral e preliminar acerca dos verbos em função de sua força ilocucionária. Os atos ilocutórios são categorizados por Austin (1990, p. 123) em cinco tipologias básicas ordenadas e apresentadas a seguir:

(a) Veriditivos, “*caracterizam-se por dar um veredito, como nome sugere, por um corpo de jurados, por um árbitro, ou por um desempatador (terceiro árbitro).*” (Austin, 1990, p. 123). Embora não assumam um caráter necessariamente definitivo, podem empreender uma estimativa ou o estabelecimento de fato ou valor, sobre algo a que não se está seguro. Consiste na pronúncia de um veredito, oficial ou não oficial, sobre evidências ou razões relacionadas a valor ou fato, como por exemplo algumas classes de verbo. São exemplos os verbos: estimar, avaliar, analisar, inocentar.

(b) Exercitativo, “*consistem no exercício de poderes, direitos ou influências.*” (Austin, 1990, p. 123). Ocorre ao se proferir uma decisão favorável ou desfavorável a determinada linha de ação. São exemplos os verbos anunciar, ordenar, recomendar, mandar, declarar, vetar, designar, instar, aconselhar, avisar.

(c) Comissivos “*caracterizam-se por prometer ou de alguma forma assumir algo; comprometem a pessoa a fazer algo, mas incluem também declarações ou anúncios de intenção, que não constituem promessa e incluem também coisas um tanto vagas que podemos chamar de adesões*” (Austin, 1990, p. 123). Mantém conexões com os veriditivos e os exercitativos, tendo, como propósito, comprometer o falante com determinada linha de ação. São exemplos os verbos prometer, jurar, garantir.

(d) Comportamentais, “*constituem um grupo muito heterogêneo, e têm a ver com atitudes e comportamento social*”. (Austin, 1990, p. 123). Inclui a noção de reação

relacionada ao comportamento e a sorte de outras pessoas, atitudes e noções de atitudes. São exemplos os verbos desculpar-se, agradecer, felicitar, aplaudir, elogiar, dar os pêsames, maldizer e desafiar.

(e) Expositivos, “*esclarecem o modo como nossos proferimentos se encaixam no curso de uma argumentação ou de uma conversa, como estamos usando as palavras, ou seja, são, em geral, expositivos.*” (Austin, 1990, p. 124). São representados em atos de exposição, explanação condução de argumentos, esclarecimentos e uso de referências, sendo exemplos os verbos afirmar, responder, enfatizar, identificar, contestar, conceder, exemplificar, supor etc.

Todas as tentativas de categorizar os atos ilocucionários levam em conta o modo como Austin os classificou, mesmo que experimentalmente. Searle (2002, p. 15) cita esta taxonomia de Austin como uma ótima base para discussão, embora considere a necessidade de que seja revista, por entender que, em princípio, falta clareza e confunde os atos com os verbos. O ponto fraco mais importante identificado por Searle é de que não há princípio claro e consistente nesta taxonomia; por exemplo, com relação ao verbo anunciar – é possível anunciar ordens, relatos, promessas; este verbo não equivale somente ao ato de ordenar ou prometer, anunciar não representa apenas um nome de um tipo ato ilocucionário, mas o modo como ele se realiza. A seguir, apresentamos um resumo da proposta de categorização dos atos ilocucionários e seus objetivos (Searle, 2002, p. 18-26):

a) Assertivo, que busca relacionar o locutor com a verdade, com o que está sendo dito.

b) Diretivo, que objetiva induzir o alocutários a praticar uma ação verbal ou não verbal. Muitos exercitivos de Austin estão nesta categoria.

c) Compromissivo, como o termo já diz, compromete o locutor com a prática de uma ação futura, estando o autor em consonância com Austin.

d) Expressivo, que tem por objetivo exprimir o estado psicológico acerca de um estado de coisas, condicionado à sinceridade e ao respeito às coisas. A verdade da proposição é expressa sem tentativa de correspondência entre as palavras e o mundo.

e) Declarações, que tem por objetivo fazer a ligação do universo de referência com o conteúdo proposicional. A realização bem-sucedida da fala ou declaração leva ao sucesso do ato; há uma relação entre o conteúdo proposicional e o sucesso da realização do ato. As declarações assertivas trazem um novo estado de coisas a existência e ao universo.

Searle afirma, ainda, que não há número indefinido de linguagem ou de uso de linguagem e que ao adotarmos um propósito ilocucionário, haverá um número limitado de usos que dizemos ou fazemos, de expressões, sentimento e atitudes.

2.2. O gênero discursivo e os atos de fala

Para Bakhtin (2016, p. 11), a atividade humana está ligada amplamente ao uso da linguagem; as formas orais e escritas de emprego da linguagem constituem os enunciados de cada respectivo campo de atuação, considerando o conteúdo temático, o estilo da linguagem e o uso dos recursos lexicais, fraseológicos, gramaticais e estrutura composicional. Cada enunciado é individual, mas o campo de utilização da língua é que vai designar o tipo de enunciado a utilizar, o qual se chama gênero do discurso.

Charaudeau (2018, p. 16) considera que o ato de linguagem é emanado por um sujeito que se relaciona com o outro (princípio da alteridade) de forma a influenciá-lo (princípio da influência) tendo de gerir uma relação na qual o parceiro tem seu próprio projeto de influência (princípio de regulação).

As abordagens pragmáticas do discurso trazem a marca argumentativa, mesmo em situações em que o objetivo não seja convencer ou exercer uma ação sobre o outro de forma mais incisiva; a marca do texto discursivo sempre traz algum elemento – mesmo que implícito – que produz algum tipo de influência sobre o outro.

O discurso é inerente das relações humanas e por ser assim aplica sobre o ouvinte alguma ação de convencer, esclarecer, ampliar a ideia, incitar ao debate, entre outras formas que promovem uma clara ligação entre o locutor e o ouvinte que se conectam em uma rede de interesses comuns; desta forma, a influência que se produz torna-se presente mesmo que de forma sutil e indireta.

Em uma tese que relaciona o discurso ao contexto, van Dick (2017a, p. 11-12) ressalta que não é a situação social que influencia o discurso ou por ele é influenciada, mas é a forma como os participantes do discurso definem a situação. Os contextos são uma construtos subjetivos concebidos e atualizados nas interações pelos participantes do discurso. O contexto nada tem a ver com a situação social e, dado a sua subjetividade, atribui o sentido de unicidade ao discurso, texto ou conversa. Ao se constituir como interpretações subjetivas das situações do discurso, os contextos são definidos por Van Dick como “modelos de contexto” que podem promover: (a) controle dos participantes que produzem e interpretam o discurso; (b) adaptação do discurso às situações comunicativas; (c) ligação

cognitiva entre o discurso produzido e os modelos mentais; (d) definição da adequação do discurso; (e) explicita as noções sociológicas; (f) constitui um elo entre o discurso e a sociedade, entre o pessoal e o social para o domínio da língua e da comunicação.

O contexto, compreendido de uma forma genérica e lexical, é descrito como conjunto de circunstanciais ou conhecimento que envolvem um fato ou acontecimento, noções do entorno, do ambiente, ao fator situacional, ocasional segundo van Dick (2017, p. 32-33), que apresenta uma visão multidisciplinar do contexto usada nas teorias da língua, do discurso, da cognição, da interação, da sociedade, da política e da cultura. Vamos nos deter, aqui, em discutir a função do contexto no discurso, que vem a atender o escopo desta pesquisa.

De forma conceitual, van Dick (2017, p. 159) apresenta as estruturas do discurso, que são sistematicamente controladas pelas estruturas contextuais da gramática, também considerando as relações do discurso natural com a sociolinguística, a estilística e a etnografia.

Relacionando o discurso com contexto e com a situação social, van Dick (2017, p. 168-117) afirma que traços como classe social, status, gênero, etnia, idade, poder, conexões, comunidades de práticas estão presentes na interface sociocognitiva do discurso. A análise detalhada entre sociedade/situações sociais e discurso pressupõe que a força maior de influência não se deve à estrutura social, mas às representações ou construções que seus membros fazem destas estruturas e situações.

Desta forma, a representação ou construção de uma situação social, baseada em modelos de contextos subjetivos promove influência sobre o modo de falar, escrever, ler ou entender; em resumo, *“as estruturas societárias ou situacionais só podem afetar o discurso pela intermediação ou interface das representações mentais dos usuários da língua”* (van Dick, 2017, p. 169). Esta interface sociocognitiva estabelece claramente os aspectos relacionais entre a situação social e o discurso, mas as relações envolvem, também, variáveis pessoais e situacionais, influenciando o ato de falar e se expressar.

A teoria cognitiva de contextos exposta por van Dick (2017, p. 107-108) alia os modelos mentais como resultados do contexto social com as experiências cotidianas como fatores que compõem o contexto e que irão influenciar no discurso. As formas como experimentamos ou construímos um evento comunicativo definirão o contexto dos eventos comunicativos e as interações discursivas. Os modelos de contexto apresentam propriedades de outros modelos da experiência cotidiana: ficam armazenados na memória do episódio;

são pessoais, únicos e subjetivos; baseiam-se em conhecimentos socioculturais e outras crenças partilhadas socialmente; podem abranger opiniões e emoções sobre o evento; podem ser base para discursos futuros; são dinâmicos e atualizados continuamente na interações-fala-escrita-leitura-comunicação; controlam a interação verbal e a adaptam ao entorno social; formados e atualizados por interpretações estratégicas e conhecimentos gerais compartilhados socialmente; podem servir de base para generalização; abstração e descontextualização na formação do conhecimento geral sobre o discurso e a comunicação; se organizam por esquema e categorias que definem eventos comunicativos, como por exemplo, gêneros.

A prática discursiva pressupõe uma interação entre os sujeitos do discurso. Para Seara e Werneck (2019, p. 2-3), estes sujeitos são responsáveis pelas referências usadas para dar sentido ao discurso que envolve um processo de troca onde não há uma equivalência perfeita e exata entre o que se diz e o fato ou objeto do discurso. Para que exista um processo discursivo eficaz, faz necessário o uso de associações fundamentadas em conhecimentos prévios relacionadas ao objeto discursivo.

Fairclough (citado por Lima, 2013, p. 131) aponta três aspectos que contribuem na formação do discurso: (a) a construção das identidades sociais e posições do sujeito; (b) a construção das relações sociais entre as pessoas; (c) os sistemas de conhecimento e crenças. Estes aspectos correspondem às três funções da linguagem e do sentido, que coexistem e interagem no discurso:

- i. Função identitária – está relacionada aos modos com os quais as identidades sociais se estabelecem no discurso
- ii. Função relacional – refere-se a como as relações sociais acontecem entre os participantes do grupo
- iii. Função ideacional – relacionada ao modo pelos quais os textos significam o mundo, seus processos, relações e entidades.

Considerando os aspectos apresentados por Fairclough, Lima (2013, p. 132) afirma que os discursos são representações do campo ideológico, utilizando-se de estilo e gêneros apropriados, e criam relações dialéticas entre os sujeitos e a sociedade

A heterogeneidade das formas de comunicação orais e escritas contemporâneas são extremamente variadas e podem se basear em situações do cotidiano, simples *diálogos* ou mesmo a desenvolver uma diversidade apropriada para diversos contextos, como político,

social, empresarial etc. A partir do contexto, o discurso torna-se mais ou menos informal e pode se utilizar de vocábulos próprios e específicos. Tudo isso leva a concluir que o discurso, em um contexto atual e heterogêneo, não apresenta um plano único de estudo, havendo ampla flexibilidade para desenvolvimento.

Todo o enunciado é um elo na cadeia da comunicação discursiva; o falante e o emissor o consideram como um objeto ativo e que dá sentido ao conteúdo; a escolha dos meios linguísticos e do gênero do discurso é determinada pelas ideias do sujeito do discurso, sendo o primeiro elemento que dá origem ao enunciado; o segundo elemento é o expressivo, que determina a composição e o estilo, estabelecendo a relação subjetiva e emocional do falante com o conteúdo. Este elemento tem grau de força e significado variados, mas sempre está presente no enunciado (Bakhtin, 2016, p. 47).

Para Bakhtin (2016, p. 44), um enunciado no qual se utiliza a oração pode vir desprovido da posição do falante; mas quando se vai além da natureza gramatical, ultrapassando o isolamento gramatical, promove um enunciado pleno e atinge um significado linguístico, possibilitando a responsividade. A oração, neste caso, deve estar envolvida em um contexto, construindo um enunciado válido e reflexivo à realidade a qual se refere.

A entonação expressiva figura como um traço constitutivo do discurso oral que relaciona a emoção do falante vinculado à fala do contexto extra verbal; recursos como a entonação promovem o contato do falante com o ouvinte, segundo Bakhtin (2016, p. 51-52); observamos que na comunicação discursiva, há enunciados valorativos que podem exprimir aprovação, insulto, elogio. Vejamos os exemplos: “Bravo!”, “Que besteira!”. No discurso político, enunciados exclamativos (por exemplo: “Paz!”, “Liberdade!”) transmitem um peso maior pela forma exclamativa como se apresentam. Em outro contexto, a mesma expressão pode ter dois significados, como no exemplo: “Vai, Vai!” que pode ser expressado em um incentivo a um jogador num lance do jogo, ou a uma ordem de expulsão de alguém indesejado.

Uma abordagem baseada no rótulo *Critical Discourse Analysis* (CDA) ou, em português, *Análise Crítica do Discurso* (ACD) é apresentada por van Dijk (2017b, p. 11), que escolhe denominar *Critical Discourse Studies* (CDS) ou Estudos Críticos do Discurso (ECD) os quais considera que não constituem simplesmente um método de análise do discurso, mas há vários os métodos relevantes para estudo do discurso em geral. Os métodos

de estudo devem ser diferentes, de acordo com o objetivo da investigação proposta, da natureza dos dados estudados, dos parâmetros e do contexto; em outras palavras, não existe um modelo de análise prévio, embora seja necessário apresentar flexibilidade às situações apresentadas. A partir destas ideias, o estudo da estrutura da escrita e da fala pode envolver: análise gramatical; análise dos atos de fala e da comunicação; análise estilística; análise de gênero; análise conversacional (interação da fala); análise semiótica de outros sons, imagens e meios multimodais. O discurso não é analisado apenas no modo verbal autônomo, mas como uma interação, uma prática social ou um tipo de comunicação. Em resumo, os estudos do discurso e os estudos críticos do discurso usam muitos métodos de observação e análise, bem como outras estratégias para coletar, examinar e avaliar dados, testar hipóteses e desenvolver teorias.

Os ECDs permitem estudar sistemas e estruturas da fala ou escrita sob as variações e fatores relevantes das condições sociais e do uso linguístico ou que podem contribuir com crenças e ações que venham a influenciar os ouvintes e leitores, e as propriedades do discurso associadas ao poder social dos falantes e escritores, incluindo entonação, propriedades visuais e sonoras, opções lexicais e semânticas, estruturas sintáticas, etc.

Ao realizar uma análise que relaciona discurso e poder sob a perspectiva do ECD, van Dijk (2017b, p. 13) considera que o poder social incorre em um controle de um grupo sobre outro grupo e seus membros. Tal controle ocorre sobre as ações do grupo dominado em razão dos interesses daqueles que exercem o poder; se as ações forem comunicativas, realizadas pelo discurso, será este último dominado pelo poder, e implicará na falta de liberdade das pessoas para ouvir e falar. A censura pode vir do Estado, da polícia ou de qualquer entidade ou empresa que exerce a crítica sobre o discurso ou até mesmo sobre a mente, opinião, atitude, ideologia e representações sociais ou pessoais.

Charaudeau (2018, p.188) afirma que todo ato discursivo tem propósito; é aquilo sobre o qual se fala e se tem em mente ao se tomar a palavra, correspondendo ao tema ou assunto. Cada grupo social determina e classifica os objetos de conhecimento de acordo com o domínio de experiências que detém. A linguagem, baseia-se nesta experiência e traduz a problemática social humana. O sujeito fala, mas não é totalmente livre para discursar, pois depende da situação discursiva em que se encontra inserido e para a qual lhe é imposta. Situações tensas, por exemplo, pedem um discurso moderado, enquanto ambientes receptivos possibilitam maior liberdade de expressão do tema.

O discurso oral ou escrito é permeado de carga emocional que pode ser sentida e vivenciada através do uso de elementos específicos tais como semântica, vocabulário, juízo de valores. Bakhtin (2016, p. 57-58) afirma que o enunciado:

- Traz os ecos e ressonâncias de outros enunciados os quais se ligam.
- Deve ser visto como uma resposta a outros enunciados aos quais está ligado ou que o precede, sendo esta resposta ampla, num sentido que pode se referir a rejeição, complementação, confirmação destes enunciados.
- Pode estar relacionado a posição do enunciado de forma responsiva, inclusive com voz agressiva.
- Figuram com expressões de ironia, indignação, irreverência, ou podem refletir o discurso do interlocutor.

Mesmo que o discurso assuma um formato de monólogo, será responsivo a um objeto ou questão e trará tonalidade dialógicas, onde a ideia e os conceitos do locutor, sejam eles filosóficos, científicos, artísticos, se farão presentes nas batalhas dialógicas com o pensamento do outro; traz, também, concepções lógicas psicológicas, visão de mundo, pontos de vista e opiniões dentro da expressão e do enunciado construído.

Os procedimentos e os meios discursivos, quando combinados entre si, podem produzir efeitos variados de forma simultânea: construir uma imagem positiva do orador e negativa do adversário e ainda provocar a afetividade do auditório (Charaudeau, 2018, p. 167). O discurso pode trazer à tona diversos sentimentos e reações ao mesmo tempo e a qualquer momento; um orador pode provocar diversas reações ao público, usando a mesma retórica discursiva, como solidariedade e repulsa, excitação e medo, por exemplo. O tom do orador pode variar, evidenciando seus julgamentos e valores, a vocalidade categorizada exprime formas de falar – de forma forte, tranquila, regional.

No ambiente político sempre haverá a presença do discurso, pois a linguagem motiva a ação e constrói as relações de influência social, permitindo, através da circulação do discurso, a construção de espaços de discussão, persuasão e sedução, onde acontece a construção do pensamento e da ação política, indissociavelmente ligados, segundo Charaudeau (2018, p. 51-52), que considera as seguintes abordagens sobre o discurso político:

- Como sistema de pensamento, é resultado de uma atividade discursiva que busca um ideal político baseado em princípios que serve de referência na construção de opiniões e posicionamentos.

- Como ato de comunicação, remete os atores que participam do cenário comunicativo político e que tem como desafio influenciar as opiniões em busca de obter adesões rejeições ou consensos.

- Como comentário, já não se relaciona especificamente ao fim político, pois tem como campo de ação política, pois refere-se ao respeito para com o discurso político.

No caso do discurso político, algumas considerações devem ser observadas:

- Para a atividade de persuasão e sedução é o constituinte do discurso político, uma vez que, em uma democracia, não há como conquistar o poder ou gerenciá-lo sem o consentimento popular. Seja para conquistar o poder ou para gerenciá-lo, o discurso político se encaixa bem neste objetivo, de definir a persuasão como uma estratégia de sedução *normal* (Charaudeau, 2009, p. 6),

- Ainda citando Charaudeau (2018, p. 51-52), o discurso político é, por excelência, um jogo de máscaras; toda palavra pronunciada no campo político deve ser tomada ao mesmo tempo pelo que ela diz e não diz, não devendo ser considerada ao pé da letra, mas como resultado de uma estratégia do enunciador.

Capítulo 3 - O *Ethos* no Discurso

3.1. A construção do *ethos* discursivo

As questões relacionadas ao *ethos* são discutidas desde a Antiguidade. A obra *Retórica de Aristóteles*³ apresenta a retórica como a outra face da dialética, considerando que ambas se ocupam de pontos relacionados ao conhecimento comum, não tendo vínculo com nenhuma ciência em particular. Para Aristóteles, a retórica é a capacidade de descobrir o que é adequado para cada situação que tenha o objetivo de persuadir; considera, ainda, que as pessoas estão sempre a acusar-se ou defender-se, a questionar ou sustentar um argumento.

Ainda sob esta perspectiva aristotélica, o discurso é composto por três elementos – o orador, o assunto de que se fala e o ouvinte, para o qual se destina ou se refere o discurso, e as provas de persuasão usadas no discurso se apresentam sob três tipos: (a) no caráter moral do orador; (b) na forma como dispõe o ouvinte; (c) na apresentação e forma do discurso.

Aristóteles apresenta conceitos da análise do discurso que contemplam a influência da credibilidade do discurso e do orador sobre o alocutário, através da prudência (*phronesis*), da virtude (*arete*) e da benevolência (*eunoia*); o *ethos* é percebido pelo público, não sendo uma característica do indivíduo ou grupo. Também se refere a disposições estáveis, em que são apresentadas duas perspectivas complementares:

(a) Política que considera as diferentes instituições políticas, ressalta a necessidade de o orador não fazer o mesmo discurso em situações diversas (exemplo: discurso voltado para uma política monárquica x política democrática).

(b) Contextos diferentes (exemplo idade, fortuna, idade, classe social), neste caso, deve o orador escolher diferentes argumentos e recursos que despertem interesse do espectador ou grupo, de forma comum.

A retórica de Aristóteles constitui a base de estudo para a análise do discurso. Alguns autores são fundamentalmente importantes no desenvolvimento de estudos relacionados ao discurso. Apresentaremos, a seguir, os conceitos relacionados ao *ethos* discursivo de estudos com reconhecida importância.

Mainueneau (2015a, p. 12) apresenta um conceito de *ethos* ampliado através da Análise do Discurso, diferenciado do conceito aristotélico no qual o *ethos* se baseia em

³ Retórica (edição eletrônica), Aristóteles. Tradução, textos adicionais e notas: Edson Bini. São Paulo: Edipro, 2019.

situações de eloquência ou em enunciados orais cujo objetivo era a persuasão do público. A concepção discursiva do *ethos* apresenta situações diversas no discurso, as quais se estendem aos enunciados orais, escritos e nas modalidades verbal, visual ou verbo-visual. Segundo Maingueneau (2015a; 13-14), “esse *ethos* está ligado à enunciação e não a um saber denominado com extradiscursivo sobre o locutor.”, ou seja, o *ethos* se constrói através do discurso e está ligado à imagem do locutor enquanto falante.

“Um dos maiores obstáculos com que deparamos quando queremos trabalhar com a noção de *ethos* é o fato de ela ser muito intuitiva. A ideia de que, ao falar, um locutor ativa em seus destinatários uma certa representação de si mesmo, procurando controlá-la, é particularmente simples, é até trivial.” (Maingueneau, 2015a, p. 12).

Esta afirmação nos deixa claro que a noção de *ethos* é prática e interacional, não correspondendo simplesmente a questões teóricas; o fator intuitivo remete a percepções dos interlocutores e que envolvem fatores linguísticos e outros elementos presentes no ato da comunicação.

O *ethos* discursivo (dito e mostrado) resulta de uma interação de diversos fatores, segundo Maingueneau (2015a, p. 19), os quais são: *ethos* pré-discursivo (*ethos prédiscursif*), diferente do *ethos* pós-discursivo (*ethos discursif*) de Aristóteles. O conceito de *ethos*, enquanto parte do discurso, ajuda a entendê-lo a partir da fala corporal e das articulações orais. O *ethos* é construído com o objetivo de criar uma imagem do orador para seu público, de forma a convencê-lo e persuadi-lo.

Maingueneau (2015a, p.17) constrói uma noção de *ethos* discursivo, afirmando que:

(a) É um processo interativo de influência sobre o outro;

(b) Possui uma noção híbrida sociodiscursiva que se insere em uma situação comunicativa e integrada a uma conjuntura social e histórica;

Portanto, a concepção de Maingueneau (2018, p. 71) associa, de forma obrigatória, o *ethos* ao contexto do discurso, ressaltando ainda que não existe, obrigatoriamente, um *ethos* pré-estabelecido, pois ele é construído no âmbito da atividade discursiva. Entretanto, quando o discurso ocorre em domínio público, o posicionamento ideológico do enunciador pode induzir expectativas relacionadas ao *ethos*, mesmo que não exista o conhecimento prévio (pré-discursivo) sobre o caráter do enunciador.

Eggs (2018, p. 31) reinterpreta o *ethos* aristotélico, sob duas dimensões, a moral e a estratégica, relacionando-o ao discurso pragmático moderno, onde o *ethos* “(...) se mostra

nas escolhas efetuadas pelo orador”. Tal afirmação reforça a importância na forma de expressão escolhida pelo orador para a construção do *ethos*.

O argumento, para Eggs (2018, p. 32-33), acontece através da persuasão na credibilidade inspirada pelo orador e seu efeito sobre o discurso; a confiança se apoia em três qualidades do orador, as quais tem fundamentação no *ethos* retórico de Aristóteles, estando dispostas a seguir:

(a) se os seus argumentos e conselhos são sábios e confiáveis

- *phrónesis* → *phrónimos* - parte do logos
- afeto que o ouvinte demonstra ao orador
- razão → razoável

(b) se argumentam com honestidade e sinceridade

- *areté* → *epieikés/spoudaios* - virtude do *ethos*
- honestidade, sinceridade coragem.
- virtude → honesto/sincero

(c) se são solidários e amáveis com os seus ouvintes

- *eúnoia* → *eúnous* - expressão de simpatia expressa no campo semântico

(solidariedade)

- benevolência → solidário

A coragem e a generosidade são consideradas virtudes éticas sob o prisma aristotélico e referem-se às paixões e ações humanas, onde podem ocorrer excessos, faltas ou a justa medida. Estas ocorrências traduzem disposições sobre o comportamento humano e as escolhas para com o outro; desta forma, toda ação se realiza pela virtude. Este modelo de Aristóteles revisto por Eggs se baseia nos valores morais e ideais, demonstrados pelas atitudes e escolhas fazem parte da argumentação do orador, onde “(...) o orador que mostra em seu discurso um caráter honesto parecerá mais digno de crédito aos olhos de seu auditório”. (Eggs, 2018, p. 29).

Além dos valores morais, Eggs (2018, p. 38) afirma que a moralidade presente no conceito do *ethos* de Aristóteles não é constituída apenas por uma atitude interior ou um sistema de valores abstratos, mas acontece pelas escolhas deliberadas, tendo uma finalidade estratégica – produzir uma boa argumentação.

Considerando os conceitos em torno do *ethos*, que se iniciaram na Antiguidade, Amossy (2018, p. 10) afirma que “Os antigos designavam pelo termo *ethos* a construção de

uma imagem de si destinada a garantir o sucesso do empreendimento oratório”, apresentando o *ethos* como a imagem de si no discurso, manifestado pela intenção discursiva onde a imagem pode ser construída numa perspectiva interacional. A essa construção da imagem de si (nomeada por Amossy como *ethos*), o ato de produzir um enunciado liga, necessariamente, os interlocutores ao discurso no uso da língua que interagem mutuamente e exercem influência um sobre o outro. Esta análise alia a argumentatividade ao pragmatismo e à sociologia.

Para Amossy (2018, p. 136-137), a eficácia da palavra não é unicamente exterior nem interna, pois acontece, simultaneamente, em dois níveis. Desta forma, não há como separar o *ethos* discursivo da posição institucional do interlocutor e nem dissociar a interlocução da interação social, pois a passagem do sujeito falante para locutor na instância do discurso se efetua em várias mediações. A análise do *ethos* como construção discursiva inserida num quadro interacional se articula, ao mesmo tempo, com a pragmática e a reflexão sociológica. Desta forma, a autora conclui que a construção discursiva, o imaginário social e autoridade institucional contribuem para o estabelecimento do *ethos* e da troca verbal da qual é parte integrante.

Considerando a definição de Amossy, podemos concluir que, dentro do contexto discursivo, sempre haverá a imagem de si entre os interlocutores, que por sua vez constroem sua própria imagem e a do outro, reciprocamente, e que esta interação mútua produzirá mudanças mútuas de opiniões, comportamentos etc.

A *Retórica* de Aristóteles trata das formas de argumentação e poder de persuasão do ponto de vista dialético e lógico; no entanto, apresenta alguns pontos distanciados da lógica de argumentação e até incompatíveis com ela, como estilo, disposição do discurso, *ethos* do discurso, emoções suscitadas pelo orador. Nenhum destes pontos parece pertencer ao contexto argumentativo e cognitivo, pois tratam da forma subjetiva do discurso, onde o orador procura dominar e atrair a atenção do seu público através de proposições e adoção de crenças. Apesar desta problemática, Dascal (2018, p. 58) considera importante aproximar a perspectiva argumentativa e cognitiva (dependente da eficácia lógica do argumento) da retórica-pragmática (que envolve a capacidade de persuasão do orador).

Ao falar, o orador ativa uma representação de si, de forma intuitiva e da qual procura manter o controle; o objetivo de alinhar o *ethos* ao discurso é exercer o poder de persuasão do orador com o público, ganhando sua confiança. Ao destinatário, cabe atribuir

propriedades ao conteúdo enunciativo. Neste caso, o *ethos* se liga à própria enunciação, posto que a persuasão pelo caráter acontece quando o discurso é passível de credibilidade; a confiança deve ser efeito desejado do discurso, independente do caráter do orador (Maingueneau, 2015a, p. 13).

Charaudeau (2010, p. 57-58) afirma que o discurso exerce influência sobre as relações sociais na medida que estas são estabelecidas entre os sujeitos- “eu-falante” e o “outro” - e que são construídas pela legitimação das expectativas de troca entre estes sujeitos (princípio da alteridade). Esta legitimidade requer o estabelecimento de uma relação de credibilidade entre o interlocutor e seu público; o autor ressalta, também, a importância da construção da imagem do eu-falante (*ethos*) no conjunto que envolve, também o modo de estabelecimento de contato, e relação instaurada no processo, a maneira de persuasão (*pathos*) e o modo de organização do discurso (*logos*).

O *ethos* se torna eficaz no discurso quando os traços de caráter do orador são mostrados no enunciado, sem ser de forma explícita, construindo uma imagem confiável (mesmo que não seja sincera) (R. Barthes citado por Maingueneau, 2015a, p. 13). Desta forma, o *ethos* age em segundo plano na enunciação, devendo ser percebido, não constituindo objeto do discurso, estando associado ao locutor enquanto este é a fonte a enunciação (Maingueneau, 2015a, p. 14).

O *ethos* é construído pelo destinatário através da fala do locutor, sendo uma experiência sensível do discurso e que age sobre a afetividade do destinatário, segundo Maingueneau (2015a, p. 14), e é fato que se apoia numa relação triádica da retórica de Aristóteles – argumentos (*logos*), paixões (*pathos*) e condutas (*ethos*).

A noção do *ethos* apresentada por Maingueneau (2015a, p. 16), “remete a coisas muito diferentes conforme seja o ponto de vista do locutor ou do destinatário: o *ethos* visado não é necessariamente o *ethos* produzido”. Considera, ainda, que o *ethos* é suscetível a variações; contudo alguns princípios mínimos são apresentados por Maingueneau (2015a, p. 17), ao afirmar que o *ethos* é:

- a) uma noção discursiva, pois se constrói através do discurso, não sendo uma imagem do locutor externa a sua fala;
- b) um processo interativo de influência sobre o outro;

c) uma noção híbrida (sociodiscursiva), um comportamento avaliado socialmente, que não pode ser apreendido fora de uma situação de comunicação precisa e integrada em uma conjuntura social e histórica.

Considerando esta concepção de *ethos*, Maingueneau reafirma seu enquadramento na análise do discurso. A perspectiva de sua análise vai além da persuasão por meio de argumentos e dos gêneros conversacionais, e propõe uma reflexão sobre o processo de adesão do sujeito dos discursos diferenciados dos funcionais, como o caso do discurso político.

Para Charaudeau (2018, p. 167), o *ethos* é uma representação da imagem do falante dentro de um discurso e são numerosos os procedimentos discursivos que contribuem para sua existência. Na construção do *ethos*, o sujeito falante participa - de forma mais ou menos consciente - e pode construir uma imagem positiva do orador ou negativa do adversário, ao mesmo tempo em que pode provocar o afeto do auditório, conforme a posição assumida no discurso.

Portanto, para tratar de *ethos*, Charaudeau (2018, p. 115) considera dois aspectos:

(a) O *ethos*, enquanto imagem que se liga àquele que fala, não constitui sua propriedade exclusiva, ele é, antes de tudo, a imagem projetada pelo interlocutor a partir daquilo que diz.

(b) O *ethos* relaciona-se a troca de olhares – olhar do outro sobre o falante e olhar do que fala sobre a forma como o outro pensa e o vê, e para construir esta imagem do sujeito que fala, esse outro se apoia em dados previamente existentes ao discurso e, também, nos dados trazidos no ato da linguagem.

Considerando tais conceitos, destacamos a importância dos procedimentos discursivos e de fatores que integram a construção do *ethos* no discurso, especialmente no que se refere a identidade social e psicológica do falante ou locutor que, através da linguagem, constrói uma identidade discursiva atribuída para si pelo ato de enunciação e pelo olhar que o outro tem de si – locutor.

Para caracterizar as preferências do orador e seu ponto de vista pessoal. Algumas formas elocutivas contribuem para construir um *ethos* correspondente a imagens e figuras cujas modalidades são destacadas e exemplificadas por Charaudeau (2018, p. 175), as quais apresentamos a seguir:

(a) de compromisso que coincide com a figura do guia supremo; por exemplo: “Se for eleito irei empreender todos os esforços para reduzir os impostos”;

(b) de convicção que tem pontos em comum com o *ethos* da virtude; por exemplo: “Eu jamais deixei de acreditar, jamais deixei de querer”;

(c) de confissão que evoca o *ethos* da humanidade; por exemplo: “Eu sou um homem ponderado, tolerante e honesto”;

(d) convicção de dever ou ação, marcada pelo uso do “nós”, expressa o *ethos* da solidariedade; por exemplo: “(...) lutemos contra as injustiças, que nós corrijamos as desigualdades e que nós escolhamos a solidariedade”;

(e) modalidade da rejeição, recusa ou retifica a palavra do adversário, referenciando o *ethos* de “sério”, de chefe, é amplamente empregada em debates políticos; por exemplo: (...) para dizer a verdade, eu não aceito, eu o digo”.

As enunciações delocutivas apresentam o que é dito como se não fosse responsabilidade de nenhum interlocutor presente, o ponto de vista é expresso em terceira pessoa, como a voz da verdade (exemplo: É claro que o futuro do país está nas mãos do povo). A expressão é feita sem nenhum traço de participação dos interlocutores. Esta forma de expressão pode tanto construir uma relação de grandeza (e de verdade absoluta) quanto desenvolver uma relação negativa de distanciamento, arrogância e frieza do enunciador.

Maingueneau (2002, p. 1) evidencia que o *ethos* discursivo objetiva a construção de uma boa imagem do locutor ao público “*La preuve par l’ethos consiste à faire bonne impression, par la façon dont on construit son discours, à donner une image de soi capable de convaincre l’auditoire en gagnant sa confiance*” (*L’ethos, de la rhétorique à l’analyse du discours*” (Maingueneau, 2002, p. 1).

A enunciação discursiva ajuda transmitir uma imagem do falante para o público:

“tout ce qui, dans l’énonciation discursive, contribue à émettre une image de l’orateur à destination de l’auditoire. Ton de voix, débit de la parole, choix des mots et arguments, gestes, mimiques, regard, posture, parure, etc., sont autant de signes, élocutoires et oratoires, vestimentaires et symboliques, par lesquels l’orateur donne de lui-même une image psychologique et sociologique.”(Declercq citado por Maingueneau, 2002, p. 1).

Em resumo, os fatores como o tom de voz, escolha de determinadas palavras e argumentos, uso de gestos, tons da fala, expressões faciais, olhar, postura, vestimentas, etc., são todos sinais elocutórios usados pelo orador na construção de uma imagem psicológica e sociológica. Para cada locutor há uma forma específica de expressão que considera o comportamento e dos papéis sociais que o envolvem.

São inúmeros os procedimentos discursivos que contribuem para a formação do *ethos* e a construção da imagem do orador e dos adversários. Charaudeau (2018, p. 168-173) ressalta o uso de tons diferenciados da fala - autoritário, sedutor, militar, professoral, jurista, além de outros fatores como velocidade e entonação da voz. Estas são características da vocalidade, as quais possuem variantes classificadas por grupos linguísticos a seguir descritos:

(a) o bem falar, traduzido pela elegância e forma culta de expressão. É percebido pelo público em geral como um elevado capital cultural e do falante, que pode identificar de forma positiva; no entanto pode ser negativado por um público que se contrapõe a esta classe social contra a qual luta, percebendo-o como discurso burguês. A vocalidade dessa forma de falar contribui para eleger um *ethos* de elite considerada culto e profissional.

(b) O falar forte, que evoca um imaginário de potência e força, construindo uma imagem de orador com físico de porte e corpulência; também se traduz em gestualidade ampla e cheia de energia, teatralidade no desempenho oratório, voz forte e timbrada, que constrói um *ethos* de líder político poderoso e combativo.

(c) O falar tranquilo, que pode evocar vários *ethé* (caráter, inteligência, etc) para o qual se requer uma força interior. Caracterizado por uma dicção mais lenta, tom de voz confidencial e paternal, apresenta boa articulação da fala, evoca a simplicidade natural e remete a uma personalidade controlada e comprometida com os problemas do mundo.

(d) O falar regional – pode trazer vantagens ao político, pela autenticidade e defesa dos valores de origem. No entanto, pode provocar um efeito contrário, de acordo com o contexto cultural no qual se expressa, por remeter a falta de seriedade e credibilidade. Constrói, neste caso, um *ethos* de ambiguidade (negativo) ou de autenticidade/humanidade (positivo).

Considerando que cada locutor ou orador apresenta sua maneira de expressão, dentro do contexto e dos papéis sociais que desempenha, é importante o destaque das variantes que podem influenciar no *ethos* discursivo; como uma forma de caracterização do discurso. Charaudeau (2018, p. 179-180) afirma que, ao mostrar suas emoções e exprimir sentimentos de compaixão, alegria, desgosto, etc, o locutor contribui para formar um *ethos* (de potência, inteligência, humanidade, etc.) com o qual pode haver identificação do público e predispor-lo a aceitar suas ideias.

Haddad (2018, p. 145-149) afirma que o orador pode recorrer a estratégias para produzir impressões favoráveis a seu projeto argumentativo, tais como explorar o trabalho

dos estereótipos e fazer uso dos pronomes pessoais, de forma a favorecer o estabelecimento de uma relação interativa com seus interlocutores. Como exemplo, cita o caso do intelectual, escritor e músico francês Romain Rolland, cujo engajamento dissidente construiu para si uma imagem desfavorável e desacreditada, ao apresentar o manifesto pacifista *Au-dessus de la mêlée*, que o colocou como um simpatizante da Alemanha destarte o destino trágico dado a seu país de origem, a França. Aliado a isso, o local de publicação da obra – Suíça, território neutro – reforça o estereótipo negativo, atribuindo a Rolland uma imagem de desertor. Estes fatores constroem um *ethos* pré-discursivo que compromete a credibilidade do orador, embora ocorra a tentativa de consolidar a credibilidade de diversas maneiras através do *ethos* discursivo. Observa-se que o caráter moral do orador foi construído por um pré-julgamento, em que pese o contexto no qual foi inserido o discurso; a credibilidade do discurso foi comprometida pelo conjunto de fatores que o envolveram e, por mais que o orador construa um discurso linguisticamente perfeito, não atingirá os objetivos de convencer os ouvintes, dado a negatividade da imagem e do caráter ao qual lhe é atribuído.

A questão do *ethos* discursivo trabalhado por Rolland e citado por Haddad (2018, p. 149) está dividida em três partes que evidenciam a interação do orador com o auditório, sendo elas:

(a) uso do gênero epidíctio (descrito por Aristóteles como um dos principais gêneros do discurso e usado quando o público requer um aparato ou deferência), quando o orador se dirige à plateia elogiando os jovens combatentes. O orador marca sua admiração e exalta os feitos de coragem, abnegação, fé, direcionados, não só ao público presente, mas de forma ampla e generalizada (exemplo: a todos os jovens de um país, a toda a nação, etc);

(b) semelhanças da apresentação com o gênero judiciário, pois o orador se coloca como acusador e julga os responsáveis pela guerra (constituindo nesta parte a essência da argumentação);

(c) uso do discurso deliberativo, quando o orador aconselha a comunidade e apresenta propostas para o futuro (pós-guerra).

3.2. O *ethos* no discurso político

A política nasceu com o objetivo de organizar a vida dos indivíduos em comunidade e se concretiza através de várias atividade de regulamentação social; regular forças visando manter ou neutralizar situações de dominação ou de conflito e até estabelecer relações igualitárias entre indivíduos; legislar com a finalidade de orientar os comportamentos dos

indivíduos em prol do bem comum; distribuir tarefas, papéis e responsabilidades mediante a delegação de poderes e de representações por eleições ou nomeações (Charaudeau, 2018, p. 27).

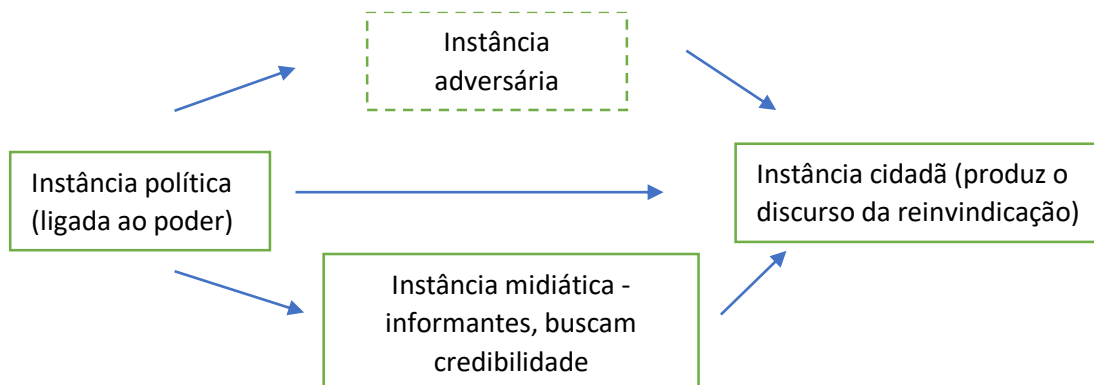
O sujeito político precisa despertar credibilidade, pois é importante construir sua imagem perante o outro, através do desenvolvimento de um *ethos* estratégico que trabalhe e consolide uma imagem desejável e esperada. Charaudeau (2018, p. 79) afirma que algumas estratégias são aplicadas com o objetivo de aceder ao convencimento do público; a estratégia política encontra-se em uma situação entre o SER e o PARECER. Portanto, coloca-se ao sujeito político o desafio de construir para si uma dupla identidade discursiva que corresponda ao conceito político como lugar onde se forma o pensamento da vida em sociedade (posicionamento ideológico do sujeito do discurso) e outro que corresponda à prática política, lugar das estratégias da gestão do poder, construindo a posição do sujeito no processo comunicativo.

Esta situação, tratada por Charaudeau (2018, p. 80) como o posicionamento ideológico do discurso x construção da posição do sujeito no processo comunicativo, caracteriza a identidade discursiva com um “eu-nós” ou uma identidade do “singular-coletivo”.

Para Charaudeau (2018, p. 53), todo discurso é construído pela intersecção de um campo de ação e um campo de enunciação, e o resultado é chamado de contrato de comunicação. Dentro do discurso político, as significações e ressignificações são fabricadas simultaneamente através dos processos de comunicação pelos dispositivos da comunicação e seus atores.

Num contrato estabelecido pelo discurso, cada dispositivo define uma finalidade comunicacional. Por exemplo, no discurso político ocorrem as identidades nas instâncias políticas e cidadãos, estabelecidas em três lugares que servem de fabricação para o discurso político (segundo Charaudeau, 2018, p. 55-56), representadas na figura 3.1.:

Figura 3. 1. - Instâncias do discurso político



Fonte: Adaptado de Charaudeau (2018, p. 56)

Charaudeau (2018, p. 56) trata tais atos de linguagem como formas representativas da comunicação humana, similares a um teatro, onde as cenas se representam sob a forma da linguagem, embora ocorram de forma improvisada, diversificada e particular, representando os papéis e as relações de poder de acordo com o momento.

As práticas discursivas no contexto político têm um papel importante na construção da imagem e do *ethos* do sujeito; o enunciador político deve perceber que no discurso, os atos de fala devem ser estudados e construídos em prol de sua imagem. É importante, também, entender que os atos de fala devem ser coerentes com os atos que movem suas práticas reais; quando a prática se distancia do discurso, este se torna vago, impotente, sem credibilidade ou valor.

Considerando a importância do *ethos* do sujeito na construção do discurso político, Charaudeau (2018, p. 114-115) faz uma afirmação relevante sobre o conceito de *ethos* como imagem de si: o *ethos* se liga ao exercício da palavra do locutor e ao papel correspondente a seu discurso e não ao indivíduo real, independentemente de sua atividade oratória. Esta afirmação se distancia do conceito aristotélico, onde o orador deve mostrar seus traços de personalidade para causar boa impressão. O conceito do *ethos* inserido situa-o no ato da linguagem, quando o falante não deixa transparecer sua moral e caráter, mas assume uma imagem ligada a fala, ao que será dito. Para Charaudeau (2018, p. 115) “De fato, o *ethos*, enquanto imagem que se liga àquele que fala, não é uma propriedade exclusiva dele; é, antes de tudo a imagem de que se transveste o interlocutor a partir daquilo que diz”.

Para Charaudeau (2018, p. 118), “Não se pode separar o *ethos* das ideias, pois a maneira de apresentá-la tem o poder de construir imagens”. Ao separar as ideias do *ethos*, cria-se um alibi que impede de se ver que, na política só valem se for pelos sujeitos que as divulgam, exprimem ou aplicam; e é preciso que este sujeito tenha credibilidade e que sustente a identificação e aderência das ideias com a sua pessoa. É necessário que o sujeito tenha, ao mesmo tempo, credibilidade (pois não existe político sem a crença em seu poder de realizar) e suporte de identificação, pois, para aderir às ideias, é preciso aderir à pessoa do discurso. Considerando estas premissas, é necessário que haja o desenvolvimento de figuras de identidade do discurso político, as quais se reagrupam em duas categorias de *ethé*, detalhadas a seguir - o *ethos* de credibilidade, fundamentado no discurso da razão e *ethos* de identificação, fundamentados no discurso do afeto.

3.2.1. Ethos de credibilidade

A credibilidade é resultado da construção de uma identidade discursiva, distinta da identidade social, onde o sujeito falante realiza-a de forma a creditá-la junto ao outro.

O sujeito (que fala) deve responder ao seguinte questionamento: como fazer para ser aceito? A pergunta traz a ele próprio o desafio de produzir uma imagem que responda à questão de modo favorável pois, para ter crédito e ser julgado digno, será posto à prova sua palavra (o que anuncia ou promete) e a aplicação do que foi dito (eficácia do discurso), segundo Charaudeau (2018, p. 119).

Desta forma, o indivíduo pode ser julgado digno de crédito se houver possibilidade de verificar a veracidade de suas palavras em relação a suas ações, se o que ele diz realmente aplica na prática. “A credibilidade repousa sobre um poder fazer, e mostrar-se crível é mostrar ou apresentar prova de que se tem esse poder” (Charaudeau, 2018, p. 119).

Para o discurso político, a credibilidade é fundamental, visto que o objetivo é persuadir, convencer o público; no entanto, alinhar o discurso a esta característica não é tão simples e faz-se necessário atentar para três condições importantes: (a) sinceridade, que está relacionado a sempre dizer a verdade; (b) performance, que está relacionada ao cumprimento das promessas feitas; (c) eficácia, que obriga o sujeito a provar que tem meios de cumprir e fazer o que promete, garantindo que os resultados serão positivos. Para responder a tais condições, Charaudeau (2018, p. 120-125), enumera os três *ethos* da credibilidade que caracterizam a credibilidade do discurso político; são eles:

a) *Ethos* de seriedade, que é construído com ajuda de alguns índices: (i) corporais e mímicos, relacionado aos gestos e posturas corporais e expressões faciais; (ii) comportamentais, que revelam a capacidade de autocontrole emocional diante das adversidades; (iii) energia e capacidade de trabalho, demonstrando onipresença a frente da vida política e social.

b) *Ethos* da virtude, é construído através do tempo, observado em atos especificados em entrevistas ou debates; caracterizado pela demonstração de fidelidade, sinceridade e honestidade pessoal; nele a construção da imagem remete à retidão, lealdade, sinceridade tanto na vida pública quanto na privada; é revelado em atitudes de respeito para com os cidadãos

c) *Ethos* da competência, exige saber e competência, conhecimento do domínio particular e demonstração de capacidade, meios, poder e experiência para realizar os objetivos propostos. O grau de competência é julgado pelo percurso realizado - herança, estudos, funções exercidas, experiências adquiridas, etc.

3.2.2. *Ethos* de identificação

O *ethos* político é resultado de uma alquimia complexa que envolve características pessoais, de caráter e físicas, traços comportamentais e declarações verbais, todas relacionadas às expectativas das pessoas; por meio do imaginário de cada um, os indivíduos atribuem valores positivos ou negativos a essas formas de ser do sujeito (Charaudeau, 2018, p. 137).

A construção do *ethos* sempre acontece através de uma relação que envolve a participação de três elementos, que interagem e estão ligados entre si – o sujeito, o outro e o terceiro. Estes componentes estabelecem uma relação de entendimento e construção diferentes entre si, a partir do mesmo *ethos* discursivo, apresentando percepções diferentes da imagem.

Charaudeau (2018, p. 137-163) ressalta algumas imagens que caracterizam o *ethos* político e que dão identidade ao discurso político de forma mais recorrente, em função da relação triangular já citada; é o *ethos* de identificação que busca endossar uma imagem ideal, os quais estão enumerados a seguir:

(a) *ethos* de potência que tem o poder da energia física e potencializa e impulsiona os corpos nas ações, exprimindo imagens de virilidade e poder; apresenta o espírito de conquista, sobrepondo a imagem masculina sobre a feminina, exerce a violência

verbal (insultos e ameaças) com os adversários pode ser reconhecido em discursos longos, em campanhas eleitorais e em personalidades militares e esportistas.

(b) *ethos* de caráter que se mostra através da força do espírito que se sobrepõe à força física. Suas manifestações se dão de forma não controlada e exprimem a indignação pessoal e de julgamentos mentais. Em discursos com a representação do *ethos* de caráter, o locutor se apresenta de forma reativa, marcando posição contrária a seus opositores, demonstrando superioridade, não aceitando se rebaixar a opinião ou ao nível do adversário. São variantes desta forma de manifestação figuras de provocação que se apresentam com intuito de fazer alguém reagir. É bastante comum figurar em debates conflituosos, onde os adversários negam os argumentos de seus oponentes, acusam-se e fazem questionamentos de ordem moral, fazendo provocações indiretas.

(c) *ethos* da inteligência – pode provocar a admiração e o respeito dos indivíduos por aquele o demonstra. Na questão política, a inteligência é percebida em função das atitudes e falas e do comportamento na vida privada do capital cultural adquirido pelo político. Também fazem parte deste contexto a astúcia e a malícia, que pode ser observada, por exemplo, nas habilidades em se jogar com o SER e o PARECER, com a capacidade de se dissimular intenções e objetivos para o adversário. A malícia pode ser positiva - quando testemunha habilidade e sutileza política, podendo ser percebida de maneira positiva.

(d) *ethos* de humanidade – ocorre quando há demonstração de sentimentos e compaixão com aqueles que sofrem, ou quando o político demonstra suas próprias fraquezas; neste caso a figura sentimental não permite ser manipulada, pois trabalha a imagem de que o político deve expressar seus sentimentos e compaixão por aqueles mais necessitados e desprovidos de recursos.

(e) *ethos* de chefe – se direciona ao cidadão, volta-se ao mesmo tempo para si e para os outros. No domínio político, e em um regime democrático é pontuada pela reciprocidade entre a instância política e a cidadania, cabendo ao político a posição de prestar contas ao povo. Requer propriedades que se destaquem em relação à do político com o povo e se manifesta por meio de figuras que representam guias, soberanos ou comandantes.

(f) *ethos* da solidariedade – posiciona a imagem do político como um ser que está atento às necessidades dos outros membros do grupo e caracteriza-se pela vontade de estar junto e unir-se aos seus pares diante de qualquer ameaça. Constrói uma relação de reciprocidade entre os atos e as declarações, podendo apresentar ação de solidariedade a

fatos que causem comoção - a exemplo, atos de pedofilia – com exigência de providências dos governantes.

Capítulo 4 – A Cortesia Verbal

4.1. Considerações acerca da cortesia verbal

Para entender a descortesia no discurso, faz-se necessário aprofundar a discussão sobre o que vem a ser a cortesia verbal no discurso. O tema cortesia foi ignorado durante muito tempo por linguistas e gramáticos e, somente na década de 1970, tornou-se assunto de interesse para os estudos linguísticos dentro da pragmática e sociolinguística (Fávero, 2014, p. 366).

“A cortesia, como um princípio que rege a dinâmica interacional e que contribui para o equilíbrio social, está manifestamente presente sob as formas real, virtual ou disfarçada, em esferas que vão do discurso político ao pedagógico, desde a mais remota Antiguidade à ciberlinguagem que hoje domina o nosso cotidiano.” (Seara, 2014, p. 11)

A cortesia ou polidez nas interações verbais e conversações espontâneas são guiadas por um conjunto de normas sociais que são estabelecidas por comunidades e tem a finalidade de regular o comportamento e atitudes de um grupo de acordo com as regras estabelecidas por seus membros (Fávero, 2014, p. 365).

O conceito comum e trivial de cortesia se traduz apenas o sentido de cumprimento de regras e normas de civilidade, com a finalidade universal de evitar o conflito; intervém na relação interpessoal e apresenta um caráter consensual, que, de forma geral, busca a harmonia e a estabilidade entre as relações (Kerbrat-Orecchioni, 2017, p. 19).

Do ponto de vista polissêmico, o termo cortesia se apresenta, tanto em língua espanhola, quanto em portuguesa, com sentido de polidez e delicadeza, sendo estes os termos adotados pelos pesquisadores portugueses e brasileiros. Desta forma, usaremos o termo metalinguístico está sempre ligado à consciência linguística do falante que, fazendo uso corrente, assume o sentido de cortesia com forte ligação a regras de etiqueta ou delicadeza; num sentido mais abrangente, recorre ao sentido de interioridade e intencionalidade e suas manifestações. Com relação ao termo polidez, já traduz o sentido de ausência de imperfeição, sendo menos utilizado. (Carreira, 2014, p. 29). Desta forma, adotaremos o termo cortesia, mais comumente adotado em trabalhos de investigação em língua portuguesa.

A cortesia precisa ser reinventada, para que possa combater a vulgaridade, desrespeito e a exclusão; é uma forma de conduta social e universal em qualquer

manifestação e é o primeiro passo para a coexistência social pacífica e tranquila, segundo Seara (2014, p. 12-13)

Marlangeon (2017, p. 95) apresenta uma breve análise relacional do termo cortesia-descortesia; a cortesia se forma como resultado de comportamentos que funcionam como automatismos inconscientes da vida em comunidade, semelhante a uma manipulação racional da linguagem que intui o falante a um discurso reparador, lisonjeador ou bajulador; a descortesia advém de segmentos que representam atos, também de natureza descortês.

Seguindo o modelo de Brown e Levinson, Fávero (2014, p. 365-368) utiliza as denominações de face e território para falar do tema cortesia. As diversas situações interacionais criam conflitos que podem comprometer a imagem pública dos interlocutores e os atos produzidos, denominados FTAS – *face treatering acts* - colocam a imagem pública em perigo; o locutor suaviza a ameaças com cortesia, através do emprego de estratégias de conduta que dependem de três fatores: (a) relação de poder entre os interlocutores; (b) distância social entre eles; (c) normas de conduta impostas conforme a cultura existente.

E esta teoria está baseada nos dois conceitos centrais de território e face, comuns a todos os interactantes, mas que apresentam particularidades decorrentes de variantes culturais.

A cortesia vai além de mitigar ameaças, pois atua na produção de antiameaças e de atos valorizadores da imagem positiva do interlocutor – FFA - Face Flattering Acts - que são os atos valorizadores de face (Seara e Cabral, 2017, p. 316).

Seara e Cabral (2017, p. 317) ressaltam, ainda, que o elogio e o ato de felicitar estimula a imagem positiva do destinatário da mensagem e constitui um gesto de cortesia que fortalece laços e constrói a sociabilidade, mantendo o ambiente da cortesia.

Segundo a teoria de Kerbrat-Orecchioni (citado por Marques, 2014, p. 146), a cortesia verbal não é apenas um fenômeno que ocorre de forma isolada e episódica, mas trata-se de um princípio pragmático que regula as relações e interações sociais. Ou seja, a cortesia verbal nas interações verbais, escritas e orais, dialogais e monologais, ocupam o cerne do processo, sob uma perspectiva pragmática, onde o discurso envolve relações interpessoais. A cortesia pode reduzir conflitos, tensões e ameaças, atuando de forma estratégica na comunicação e estimulando a participação positiva dos comunicantes. A presença da cortesia no discurso, em geral, contribui para a produtividade discursiva.

Marques (2014, p. 147) destaca que as formas de tratamento são mecanismos que podem dar uma nova dimensão ao plano relacional do discurso e a toda a construção discursiva; o plano relacional abrange todo o aspecto global do discurso e interage com os aspectos construtivos da comunicação. As formas de tratamento funcionam como marcadores pessoais nas relações, pontuam e identificam o modo de tratamento do locutor com o interlocutor e o domínio das relações discursivas, podendo definir a presença da cortesia ou descortesia.

As relações entre as formas de tratamento e a cortesia linguística são apontadas como pontos convergentes na construção do discurso, especialmente no discurso e debate político e parlamentar, promovendo influência nas relações interpessoais e de cortesia; o uso das formas nominais e das formas de tratamento contribuem para a construção das relações dentro do contexto discursivo (Marques, 2014, p. 145).

Marques (2014, p. 147) afirma que a cortesia tem lugar central para o domínio da análise do discurso, das interações verbais escritas e orais, monológicas ou dialógicas, e atribui importância para as relações interpessoais e de cortesia construídas no discurso e através dele. Estas relações interpessoais e de cortesia se destacam nas abordagens dos usos linguísticos em interações verbais que integram as práticas sociais.

Para Marques (2014, p. 146) a proposta de Kerbrat-Orecchioni que destaca, na definição de cortesia, vertentes distintas que configuram a cortesia verbal - enquanto princípio que garantem a redução das tensões e conflitos (FTAs) e atua em paralelo à valorização da imagem do outro (FFAs) - evidencia uma relação de ameaça/estratégia de cortesia; nesta situação, não é necessário que ocorra uma ameaça para que a cortesia seja desencadeada. Esta reformulação altera o núcleo da teoria da cortesia do conceito de comunicação enquanto ameaça para valorização positiva ou negativa das imagens dos participantes no processo discursivo.

Os dispositivos linguísticos que atuam a serviço das estratégias discursivas, especialmente na cortesia implicam em como as formas de tratamento são usadas, especialmente as nominais, na construção da imagem do alocutários; podem assumir sentido de cortesia ou descortesia, contribuindo, ainda, para um ato ameaçador ou valorizador do alocutários (Marques, 2014, p. 148).

As formas de tratamento são marcadores da relação interpessoal e denotam o modo como o locutor trata seus interlocutores, podendo ser corteses ou descorteses, conforme a

forma de tratamento escolhida para cumprir um ato ameaçador ou valorizado da face e pode gerar implicações diversas de acordo com a escolha. (Marques, 2014, p. 147-148).

Seara (2017, p. 235-244) apresenta algumas reflexões sobre a cortesia verbal, referenciando os autores relacionados a seguir:

(a) As interações sociais são consideradas riscos para a cortesia verbal, considerando a existência das incompatibilidades e dos conflitos de interesses que existem entre os locutários e os alocutários (Gooffman).

(b) Grice trata do princípio da cooperação e máximas convencionais que permitem interações de conversações.

(c) Lakoff estabelece três máximas de cortesia: (i) não importune; (ii) ofereça alternativas; (iii) comporte-se amigavelmente.

(d) Leech apresenta uma análise pragmática da cortesia verbal baseada em princípios e máximas, mas seguindo perspectivas retóricas; considera que há alocações descorteses, tais como as ordens e as cortesias, como as ofertas. E propõe escalas para a cortesia que determinam a importância, o tipo, opcionalidade, autoridade, distância social, elogio, crítica. Considera que a cortesia é um regulador do comportamento e conduta humana.

(e) Haverkate considera a cortesia verbal subjetiva e apresenta as convenções sociais e culturais como condutores para mecanismos linguísticos a serviço das expressões e cortesia, afirmando que cada cultura subjetiva os mecanismos linguísticos.

(f) Brown e Levison apresentam um conceito de cortesia em formato positivo (ato compensatório dirigido à imagem positiva do destinatário sendo a essência do comportamento familiar e informal) ou negativa (representa a ação compensatório dirigida à imagem negativa do destinatário). Parte da premissa de que os elementos sociais são carregados de agressividade e entende que a maioria ou todos os atos verbais ou não verbais praticados durante uma interação verbal ameaça de forma positiva ou negativa o locutor e o alocutário. Classifica os atos formulados pelos locutores nas interações verbais em quatro categorias: (i) ameaçadores com face negativa do alocutário, tais como violações verbais por perguntas indiscretas e não verbais como contatos corporais indevidos, agressões visuais e ofensivas; (ii) ameaçadores com face positiva do alocutário, que ameaçam a autoestima dos outros, tais como críticas, insultos, advertências, injúrias; (iii) ameaçadores com face negativa do locutor, que são atos que afetam o território daquele que os realiza, a exemplo

das promessas e ofertas; (iv) ameaçadores face positiva do locutor, constituídos por comportamentos auto degradantes, tais como confissão, autocrítica, pedido de desculpas. Considera papel da cortesia verbal atenuar o risco de realização de um FTA – atos verbais ameaçadores de face.

(g) Kerbrat-Orecchioni que, partir do modelo teórico de Brown e Levinson, apresenta melhorias conceituais e estruturais, indicando um conceito de cortesia coerente, operativo e universal. Além do lado negativo dos FTAs, existe uma série de atos do discurso “anti-FTAs”, que busca a valorização das faces dos interlocutores. Sobre a cortesia, traz os conceitos (a) cortesia negativa, de natureza abstencionista/compensatória, evita um FTA ou busca suavizá-lo.; (b) cortesia positiva, de natureza produtiva, consiste em efetuar um FFA (atos anti-FTAs) para a face negativa do destinatário, como por exemplo elogio (negativa) ou cumprimento (positiva).

(h) Kerbrat-Orecchioni, (citada por Seara, 2017, p. 241) estabelece, ainda, que a cortesia possui um caráter harmonioso das relações sociais e considera que os processos de cortesia verbais atenuam a descortesia por mecanismos atenuadores classificados como substitutivos e acompanhantes. A cortesia negativa ocorre através de substituição de um FTA por formas suavizadas, através do uso de modais condicionantes, temporais, de voz passiva, de indefinição, de troca de pronomes pessoais (vós por tu) e de figuras de estilo (ironia, eufemismo, metáfora e outros). As estratégias de cortesia positiva dizem respeito a produção de FFAs que se manifestam através de atos de ofertas, acordos, agradecimentos etc.

(i) Briz (citado por Seara, 2017, p. 249 - 250) considera a cortesia como atenuadora e que compõe um fator atenuante para possíveis ameaças, que busca suavizar ou prevenir, como por exemplo nos casos de divergências de opinião; cita, ainda, a cortesia reparadora que surge no plano posterior à interação ou ameaça, da divergência.

A cortesia pode ser considerada, então, uma forma de abrandar ou minimizar os atos locutórios, suavizando os efeitos do enunciado. Briz se refere, ainda, a uma diminuição do mecanismo distanciamento linguístico da mensagem e que pode prevenir um efeito negativo, em busca da aproximação social e da cortesia do discurso oral.

A intensificação, citada por Briz, é uma estratégia que trabalha a ênfase aos conteúdos por meio de elementos semânticos, como os adjetivos (exemplo: lindo de morrer; podre de rico); os advérbios enfatizadores que reforçam o valor da verdade (exemplo:

claramente; seguramente) e os advérbios intensificadores, ligados à semântica de grau (exemplo: inteiramente, muito, aproximadamente).

Capítulo 5 – A Descortesia e a Agressividade Verbais

5.1. A descortesia verbal

Marlagenon (2017, p. 98-99) apresenta onze possibilidades de ocorrência da descortesia verbal: (a) modo de expressão do falante com uso de linguagem imprópria ou indecorosa; (b) ofensa involuntária do falante com o ouvinte; (c) falta involuntária de cortesia percebida pelo ouvinte; (d) renúncia das normas de cortesia (consciente); (e) usos de linguagem ofensiva por motivos diversos; (f) cortesia excessiva em tom de zombaria para com o ouvinte; (g) cortesia voluntária com o ouvinte; (h) ofensa voluntária difamando a imagem do ouvinte; (i) interpretação do ouvinte a um ataque intencional a sua imagem; (j) silêncio dos ouvintes, indicando desacordo com o falante.

A descortesia pode ser voluntária ou involuntária. Numa perspectiva da pragmática sociocultural, Marlagenon (2017, p. 99) considera a ocorrência de diferentes unidades onde pode acontecer um discurso descortês, tais como ato de fala, turno de fala e estratégias de descortesia presentes em enunciados de interações. Desta forma, a descortesia pode estar presente tanto nas manifestações linguísticas unilaterais - comuns a discursos escritos - ou bilaterais provenientes de diversas atividades comunicativas.

Em sociedades onde há ocorrência da descortesia unilateral, pode haver um conhecimento compartilhado de recursos acumulados usados sempre pelo sujeito que tem poder sobre o de menor poder (por exemplo, em situações de comando militar, onde o superior atinge o subalterno). As interações bilaterais recorrem à descortesia devido à falta de compromisso entre os pares e ao individualismo e defesa de seus próprios interesses; neste caso, alguém tenta se prevalecer sobre os demais do grupo.

Para Berti-Pinto e Guaranha (2017, p. 313), situações de aparente cortesia como cumprimentos, elogios ou pedidos de desculpas, se forem executados com ironia, constituem atos de impolidez, pela intencionalidade do locutor. Da mesma forma, atos de fala que aparentam rudeza pela forma de expressão (gritar com alguém que está ao lado do locutor) pode ser descortês ou não, se este ato de fala for aplicado como alerta em uma situação de perigo, por exemplo.

Fávero (2014, p. 369) cita as opções de realização de ações ameaçadoras, onde a cortesia aparece como atenuante, conforme descrevemos a seguir, considerando a forma direta e aberta (exemplo: “Abra a janela.”) – Este exemplo constitui uma forma ameaçadora, pois o falante demonstra abertamente desejo em transmitir sua intenção, sem preocupação

em neutralizar um dano em potencial. A seguir apresentamos outras versões da mensagem, citada por Fávero:

(a) Indireta e aberta, pode ser usada para reformular o enunciado, aproximando o desejo do falante ao do ouvinte e pode ser obtida com uso de expressões atenuadoras da vida cotidiana – por favor, por obséquio. Reescrevendo o exemplo anterior, teremos: “Por favor, pode abrir a janela?”

(b) Indireta e com cortesia negativa (exemplo: “Você não se importa de abrir a janela?”). A sentença em forma de pergunta, o elemento de negação, a expressão de gentileza e o verbo no futuro do pretérito, indicando polidez, satisfaz a face negativa do ouvinte, seus desejos de manutenção de território e de autodeterminação.

(c) Fechada e de forma encoberta e indireta (exemplo: “A janela está fechada e faz calor hoje”). O falante evita ameaçar a imagem pública e ofender seu interlocutor; também não evidencia sua verdadeira intenção e não se compromete com a interpretação da mensagem pelo ouvinte. Ao não evidenciar sua marca linguística de interesse, o falante é ignorado.

Culpeper citado por Berti-Pinto e Guaranha (2017, p. 313-314) afirma que a descortesia, em seu entendimento, depende da atitude mental e das crenças avaliativas negativas sobre comportamentos existentes em contextos sociais específicos. Ou seja, a atitude descortês se estabelece pelo entendimento e percepção do outro, que pode apresentar uma reação favorável ou desfavorável aos estímulos recebidos. Assim, a ideia de descortesia está estreitamente ligada a estratégias de preservação da imagem e da percepção das faces nos atos de fala; as pessoas, então, decidem se estão competindo ou não entre si, de acordo com a psicologia social e de como recebem as interações verbais.

Capítulo 6 – A Polêmica e a Violência Verbal

6.1. Violência verbal no discurso

Para que possamos entender as relações entre o discurso, a polêmica e a violência verbal, faz-se necessário discutir alguns conceitos importantes acerca dos temas. Amossy, (2017, p. 167) afirma que “*Discurso de paixão, a polêmica também é acusada de ser um discurso de violência.*” A existência de um ponto de tensão na interação ou uma alteração de tom pode ser percebido como um princípio de polêmica; no entanto, para Amossy, a polêmica não constitui um simples discurso agressivo, mas é uma modalidade argumentativa, e uma simples troca de insulto, embora pareça violenta, não constitui necessariamente uma polêmica. Seguindo esta linha de análise, onde a violência não faz, necessariamente a polêmica, Amossy (2017, p. 168-169) afirma que a polêmica não necessita obrigatoriamente da violência verbal para acontecer, reforçando a ideia de que, para a polêmica, a violência verbal não é, portanto, uma condição suficiente ou necessária, embora possa surgir como sua auxiliar.

Neste caso, o que constrói o discurso agressivo que caracteriza a polêmica? Para aprofundar a discussão, Amossy (2017, p. 169-170) trata do tema, enumerando um conjunto de fatores que indicam a presença da violência verbal no discurso quando:

(a) Forte pressão ou coerção é exercida com o intuito de impedir o outro de exprimir ou expor o seu ponto de vista de forma livre, podendo ser: (i) oralmente – ocorre com interrupções ou sobreposições de vozes nas interações face a face; (ii) na assertividade caracterizada por Angenot (citado por Amossy, 2017, p. 32) como modalização enfática de asserção, quando a afirmação se apresenta de forma categórica, como ideia de representação de força; (iii) de questões retóricas – acontece quando o discurso é apresentado de forma a não permitir espaço de resposta pelo público, visto já trazer modelos dentro da própria fala do locutor.

(b) Ponto de vista é desconsiderado ou ridicularizado, sendo objeto de ataque de forma depreciativa, objetivando colocar o outro fora do jogo.

(c) O locutor ataca em seu discurso o próprio oponente – neste caso, o ataque é pessoal e não se destina ao discurso, se voltando para o lado moral, para circunstâncias ou distorcendo o argumento do outro.

(d) O ponto de vista, a entidade ou a pessoa são assimiladas como um mal absoluto, como forma de polarização extrema.

(e) A violência se liga ao *phatos*, quando o discurso exprime sentimentos violentos representado por recursos léxicos, sintáticos e prosódicos, com uso da agressividade originada de sentimentos negativos suscitados pelo oponente.

(f) Uso de insultos com o outro - neste caso o sujeito da fala combina a assertividade dirigida à desqualificação do outro, a expressividade traduzida em hostilidade e o ato diretivo solicitando uma reação da outra parte ou de um terceiro. O locutor se coloca no direito de desqualificar e propagar o insulto no espaço público.

(g) Incitação à violência – lançamento pelo locutor de acusações a todos que apoiam tese contrária ou representam ponto de vista divergente. Neste caso, o discurso é acompanhado de um encorajamento a atos de violência e força – por uso de armas, crimes e outros meios que incitem a violência além do âmbito do discurso. Configura uma forma de violência localizada que pode ir de um plano simbólico à prática real.

Ao definir a violência verbal, que inclui emoções agressivas, estímulos e incitações ao uso de práticas violentas, é importante atentar que o discurso deve atender a padrões de controle e civilidade, os quais são desrespeitados nos casos de violência verbal. A questão maior é saber a medida certa a se tomar para que não ocorram transgressões às regras e nem ameaça à face do outro ou da sociedade.

E o que fazer quando a violência verbal incita o confronto e a violência física? Dentro de um processo de polêmica, Amossy (2017, p. 192) ressalta ser importante repensar as funções e os limites da violência verbal, pois esta não ocorre de forma gratuita e aleatória, pelo contrário, ocorre para preencher uma função dentro do processo de interação verbal e de forma permissiva para relações conflituosas. Quando acontece a incitação à violência e ao confronto *in loco*, é necessário que façamos uma reflexão sobre os limites da violência na polêmica, que pode ir além do jogo social e institucional e fugir do controle, gerando o confronto e a violência inflamada nos ritos de interação. A violência verbal não acontece de forma gratuita e aleatória, mas vem para cumprir funções no sistema de interação.

A violência verbal sob forma de incitação à violência física poderia, então, levar os participantes do discurso ao caos ao à morte? O que ocorre, na prática, é que a incitação à violência pode levar a atos violentos, pois existe uma fronteira muito tênue que separa a fala do ato, entre o espaço dos discursos sociais ou institucionalizados, onde a violência verbal é regulada e o espaço externo, fora do discurso, é cenário para o uso descontrolado da força bruta; ao se materializar a violência física, a violência verbal perde o status argumentativo

e o domínio discursivo, e passa a ocupar a posição de uma manifestação passional. Desta forma, a violência, dentro do debate e do discurso político, constitui a tentativa de substituição do adversário; a batalha que acontece pelo uso da fala, busca a eliminação e destruição do inimigo. Numa suposta materialização da violência para o meio físico, a violência verbal perde seu status argumentativo e seus benefícios, pois infringe a legalidade, a democracia, abandonando sua função retórica (2017, p. 193-194).

Capítulo 7 – O Discurso Político

7.1. A construção do discurso político

Marques (2009, p. 281) afirma que *“política é da responsabilidade dos políticos; os agentes da política desempenham, enquanto tal, um papel. Isso permite, nomeadamente, preservar – em teoria - a esfera privada dos políticos, considerando apenas a esfera pública”*.

A ação política determina a vida social e organizada em busca do bem comum. Ao mesmo tempo, permite que a coletividade decida em busca do bem comum; isso acontece quando o agente político se engaja, decide e age de forma planejada em busca dos fins aos quais se propõe, atingindo os resultados com eficácia. Toda ação é finalizada a partir do alcance do objetivo e quando o espaço e a estrutura permitem ao agente atuar como um decisor em busca de dar meios e alcançar os fins a que se propõe. O termo decisor implica em dizer que o agente, além de elaborar o projeto proposto, decidiu engajar-se para concretizar as ações e tornou-se responsável pela obtenção de resultados positivos. A ação política, então compreende, ainda, um espaço (coletivo) que permita o acesso à representação de poder, notadamente as eleições e uma modalidade de controle (dentro e fora dos movimentos reivindicativos e das diversas instituições envolvidas). Considerando este processo, Charaudeau (2018, p. 17-18) afirma que a linguagem se faz presente na ação política, para permitir que exista o espaço de discussão.

Todo discurso se constrói na intersecção entre um campo de ação, na qual coexistem relações de forças e um campo de enunciação, estando, também, presentes os mecanismos da linguagem. O resultado deste encontro é, para Charaudeau (2018, p. 52-53), um contrato de comunicação. Considerando este contexto, o discurso político, envolvido em suas significações múltiplas, heterogeneidades, estabilidade de comportamentos enunciativos, estão imersas em dificuldades (interpretações, contestações) que podem comprometer eficácias do discurso. Para se construir um discurso político, é necessário ir além da aplicação de esquemas e de pensamentos previamente construídos e planejados, que apenas reproduzem a mesma situação de dominantes e dominados. É preciso que a construção do discurso reflita o posicionamento do sujeito político que ali está e represente seu pensamento, promovendo uma interação e reação de comunicação, estabelecendo relações emocionais, interativas e intelectivas entre as partes, fugindo do estereótipo de dominante e dominado.

Para van Dijk (2017a, p. 20), o conhecimento e os modelos mentais e subjetivos do contexto fazem a diferença na construção do discurso. Tais cenários e contextos diferentes, aliados às opiniões pessoais explicam os conflitos gerados entre os participantes e envolvidos no discurso.

Marques (2009, p. 290-293) ressalta alguns elementos importantes para a análise da cortesia no discurso político. Estes elementos podem ocorrerem outros contextos, que não sejam os parlamentares, como é o caso dos debates nas redes sociais; são eles:

(a) Algumas formas de tratamento são próprias deste subgênero discursivo, embora seu uso, não esteja totalmente determinado na introdução das interações, mas são importantes nas relações que se estabelecem entre o locutor e o interlocutor.

(b) A crítica, como elemento de difusão do dissenso, está presente no discurso político, dado a natureza deste ato de fala que atua fundamentada na discordância e contestação.

(c) A desvalorização do adversário, como estratégia de construção do *ethos* do locutor.

(d) Solidariedade dos grupos, com uso do pronome NÓS, que assume a autoria coletiva (representando uma classe) do discurso.

(e) Valorização da agressividade entre grupos que assumem posturas e ideologias similares.

O discurso político serve-se de estratégias discursivas para atrair a atenção e simpatia do público, envolvendo uma série de fatores do falante, designado por Develotte (2006, p. 2) como ator social ou sujeito psicológico.

“No plano da linguagem o discurso político existe num espaço onde se encontra a construção da opinião aliada ao julgamento reflexivo e a verdade que surge da ação e do ato de decisão” (Charaudeau, 2018, p. 45). De fato, é neste lugar que se expandem as comunidades múltiplas de pensamento e de ação, construindo sua identidade básica. O discurso político adota duas orientações para campo de estudo: (i) conteúdos do discurso; (ii) mecanismos da comunicação, sendo os dois modos de abordagem indissociáveis.

7.2. A polêmica no discurso político

Amossy (2017, p. 49) afirma que a polêmica traduz uma reação sobre uma tomada de decisão relacionada a algo com o qual não se concorda; a polêmica gira em torno da algo

de âmbito público. A primeira marca de polêmica dentro do debate da atualidade é a oposição ao discurso, o antagonismo às opiniões apresentadas, o confronto verbal.

Culpeper (citado por Cabral e Lima, 2018, p. 50) considera que a polêmica é uma guerra verbal, onde há agressividade como parte do processo e, também, como estratégia do processo de desqualificação do outro através do discurso.

A dicotomização de opiniões e ideias leva ao embate no âmbito público, gerando a polêmica e o conflito. Quando o debate é argumentado, supõe-se a possibilidade do entendimento entre as partes, mas quando o objeto da dicotomização causa polêmica e leva ao conflito, é inevitável que ocorra uma radicalização do discurso. Amossy (2017, p. 53) relata que temas relacionados à exclusão (justiça/injustiça; direita/esquerda; igualdade/desigualdade, coletivismo/individualismo) trazem ideias de oposição dependentes do contexto sociocultural, das crenças, circunstâncias históricas, necessidades argumentativas, e as dicotomias, dentro deste contexto, são construídas ou desconstruídas, dependendo de cada situação. A dicotomização de duas opiniões antitéticas e que se excluem mutuamente promove o choque de opiniões, o discurso de oposição e a consequente polêmica. Em situações que envolvem polêmica, os atores e os actantes assumem seus papéis em debates antagônicos; no diz respeito a esta divisão de opiniões, Amossy (2017, p. 56) acrescenta que quando a oposição de opiniões se torna inconciliável, ocorre a polarização e a polêmica que dissocia claramente os papéis dos participantes do grupo (independentes de classe social), como um divisor de opiniões. A polarização, neste caso, não provoca apenas o reagrupamento por identificação de opiniões, mas consolida a identidade do grupo que pode apresentar de forma pejorativa o outro grupo, supondo a existência de inimigo comum e traçando o discurso polêmico e de desqualificação do outro (Amossy, 2017, p. 58).

Simmel citado por Amossy (2017, p. 33) considera que o conflito e a discórdia são fundamentais para preservar a dinâmica dentro dos grupos sociais, apesar dos efeitos negativos que provocam nas relações interpessoais. A combinação de lados antagônicos (positivo e negativo) funciona dentro dos grupos sociais pois impulsionam as relações, dinamizando-as. Isto leva a refletir sobre as questões positivas advindas do conflito e que as situações de opressão podem provocar o desejo de mudança e de renovação.

A primeira marca da polêmica é a oposição ao discurso, que se apresenta como consequência do choque de opiniões antagônicas. A oposição do discurso polemizado é objeto de uma dicotomização que pode dificultar a busca pelo acordo e bloquear a conciliação.

Outra questão abordada por Amossy (2017, p. 55, 57) é a polarização, marcada pela divisão social, quando se criam numerosas divergências; ao dividir as opiniões em dois grupos antagônicos, se estabelece um divisor que determina dois lados contrários, de forma que as relações se tornam inconciliáveis. Ainda falando da polarização, Amossy (2017, p. 58-59) considera que “*a polarização não provoca apenas um movimento de reagrupamento por identificação (...) ela supõe a existência de um inimigo comum*”, estabelecendo uma estratégia de subversão que deprecia o *ethos* de grupos, ideologias e instituições concorrentes, numa estratégia de difamação e desqualificação do outro.

Cavalcante, Pinto e Brito (2018, p. 8), por sua vez, apresentam a polêmica como parte integrante do debate público que “que se instaura em praça pública a partir de temas de interesse social para aquela determinada cultura, sendo o embate de opiniões a condição *sine qua non* de sua existência”. Ressaltam, ainda que, na atual sociedade globalizada, onde há forte presença de relações de poder, dominação e desigualdade social, as divergências envolvendo temas polêmicos ocorrem através do discurso e ecoam no espaço público.

Amossy (2017, p. 55, 57) pondera que o discurso polêmico se situa no cerne da paixão, estando ligado à emoção; o discurso polêmico é apelativo e pode ameaçar a ética e ser um fator de indução à violência verbal.

Capítulo 8 – O Discurso na Era Digital

A internet foi uma conquista que trouxe um caráter revolucionário na década de 1990, com a expansão da rede mundial de computadores. A partir desta década, as pessoas adotaram e passaram a dominar a tecnologia, a descobrir novas formas de comunicação e a desenvolver uma linguagem adaptada ao momento da interatividade e instantaneidade. Esta nova tendência provocou uma verdadeira revolução nos processos de comunicação que se assemelha a fala, a uma conversa face a face, mas que nem sempre traz o retorno simultâneo, segundo Crystal (2005, p. 75).

As novas tecnologias revolucionaram os processos comunicativos que acontecem através de mecanismos ligados a este novo paradigma, onde “um novo sistema de comunicação que fala cada vez mais uma língua universal digital tanto está promovendo a integração global da produção e distribuição de palavras, sons e imagens de nossa cultura como personalizando-os ao gosto das identidades e humores dos indivíduos”. (Castells, 2009, p. 40).

A comunicação mediada por instrumentos tecnológicos que servem de suporte e canal, notadamente o computador, pressupõe a existência de meios diferenciados de entender e praticar a produção e a recepção, concretizando os fatos cotidianos que são transformados em produções midiáticas. Tais formas diferentes de produção da mensagem fazem uso de recursos gráficos, que a diferenciam da linguagem convencional – oral ou escrita.

Carneiro (2012, p. 4) afirma que a tecnologia permite agilizar, horizontalizar e tornar menos palpável o conteúdo da comunicação, pois usa de recursos como a digitalização, a comunicação em redes, a transmissão e distribuição das informações, em diversos de texto, imagens, vídeo ou som. Estas formas tornam a comunicação são mais agradáveis e divertidas aos usuários pelos recursos e interatividades que oferecem.

Castells (2009, p. 40) nos chama atenção para estas novas formas e canais de comunicação que surgem de forma e se ampliam pelo uso de redes interativa e que estão moldando a vida das pessoas e reciprocamente e por elas estão sendo moldadas.

Para Ulloa e Montecinos (2008, p. 38), a comunicação mediada por computador ocupa um importante espaço, pois possibilita a interação comunicativa e a formação de relações sociais de diversos contextos. “*La comunicación ha sido un concepto que está presente en la esencia misma de internet.*”; ou seja, a internet trouxe um novo conceito de comunicação, iniciada nos anos 60; mas foi nos anos 90 que aconteceu a massificação do

uso da internet, quando as mensagens instantâneas evoluíram e se tornaram a forma preferida de comunicação entre jovens adolescentes.

“*Algo que es inherente a la magia del messenger y que ha favorecido su éxito es el estilo de conversación amena e informal que se genera en este sistema comunicativo*” (Ulloa e Montecinos, 2008, p. 40). A informalidade e a instantaneidade das mensagens, além das possibilidades de uso de uma linguagem mais próxima do jovem, tornam esta forma de comunicação atrativa e preferida pelos jovens, permitindo um nível maior de interação.

As mensagens enviadas por computador são completas e unidirecionais, mas o envio não é instantâneo e só se completa quando comandamos o processo de enviar; da mesma forma, o retorno não é instantâneo, e não há também como avaliar se o entendimento da mensagem pelo receptor foi aquele planejado pelo emissor, pois a eficácia da mensagem dependerá da qualidade do texto enviado, avalia Crystal (2005, p. 81).

No caso das salas de bate-papo, há uma interação maior, assim como em mensagens instantâneas. Logo, a mensagem não permite um planejamento longo como em um e-mail; na maioria das situações a mensagem é enviada instantaneamente ao calor das emoções do emissor. Nestes casos, o tempo de espera pode não existir e a resposta pode vir instantaneamente, se emissor e receptor estiverem conectados. Caso contrário, haverá, segundo Crystal (2005, p. 83) um *lag* – intervalo entre mensagens que figuram como tempo de resposta.

Do ponto de vista do emissor, este intervalo pode gerar ansiedade por desconhecer a reação do receptor, que, por sua vez, pode não ter recebido a mensagem por problemas tecnológicos, por exemplo. Para Seara (2007, p. 594), estas demoras ou desconexões, voluntárias ou acidentais, perturbam a comunicação.

Crystal (2005, p. 75-76) considera que uso da internet de forma popularizada, a partir da década de 1990, contribuiu para a ocorrência de uma revolução linguística e que o uso da tecnologia permitiu que as pessoas expandissem sua linguagem e descobrissem novas formas e novidades linguísticas na comunicação; estas novas formas apresentam tendências a infringir regras e convenções de ortografia e pontuação; considera, ainda que a internet revela uma nova variedade linguística e que sua chegada é um acontecimento revolucionário, tanto para a linguística, quanto sob os aspectos sociais e tecnológicos.

Há uma oposição que se observa entre fala e escrita e que não constitui uma característica exclusiva do uso de novas tecnologias, conforme alerta Komesu (2009b, p.

212). A realidade é que o ato da fala é, por si, um ato social, sendo, portanto, afetado pelos hábitos e vivências dos grupos que o praticam; da mesma forma acontece no ambiente da internet, onde a escrita virtual tem revolucionado todas as práticas de comunicação em definitivo, caracterizando-se pela rapidez e instantaneidade na elaboração e troca de mensagens.

Komesu (2009b, p. 212) afirma que *“a oposição entre fala e escrita não é, pois, característica dos usos das novas tecnologias. A escrita tem seu valor referendado por ser fato social que está na base de nossa cultura”*; ressalta, ainda, que o distanciamento da linguagem formal praticado nas falas “escritas” do mundo virtual tem sido considerado um desrespeito e uma deterioração do uso da língua escrita por alguns estudiosos da linguística, que atribuem estas falhas ao uso das tecnologias na comunicação.

Estas são questões importantes e devem ser discutidas, pois fazem parte do cotidiano da sociedade contemporânea e digital e afetam as relações entre a fala e a escrita, provocando uma grande revolução quanto ao uso da língua escrita.

Os enunciados produzidos por meio de tecnologia digital estão associados às possibilidades de registro gráfico-visual e a elementos rítmicos e entoacionais que atribuem a heterogeneidade da escrita digital (Komesu, 2009b, p. 215). Estes fatos linguísticos não devem ser considerados uma degradação linguística, pois constituem uma forma de expressão escrita digital representativa de grupos ou comunidades que se fazem reconhecer através delas.

A internet tem sido duramente criticada por acarretar mudanças na escrita dos jovens em geral, ainda em período escolar, que adotam práticas linguísticas pouco ortodoxas. Ao relacionar as práticas de escrita usadas nos meios digitais com as práticas aplicadas em sala de aula, Komesu (2009b, p. 212) afirma que a imagem da degradação da escrita pura e da língua formal e gramática se dá pelo afastamento que existe entre a fala e a escrita, fato que vai além da internet. Em grupos de pessoas com pouco conhecimento da língua há uma maior incidência nas práticas de escritas informais relacionadas ao seu meio social e cultural e distantes da língua formal.

O “internetês” é um neologismo (de: internet + sufixo ês) e designa a linguagem utilizada no mundo virtual, especificamente nas redes sociais, onde se observa que as palavras sofrem abreviações e a comunicação se transforma em uma única expressão de formada por poucas letras; também ocorre o banimento do uso de pontuação e acentuação

fonéticas, e há o uso restrito dos caracteres e a inobservância às regras gramaticais segundo Santos (citado por Espíndola, 2015, p. 4). Essa linguagem é muito atrativa aos jovens, principalmente pela rapidez e facilidade com a qual se apresenta e vem se tornando popular entre os usuários das redes sociais.

A escrita virtual ou o “internetês”, como também é conhecida, abusa do uso de caracteres, abreviações e *emoticons* – recursos gráficos que exprimem emoções, complementam a mensagem e podem evitar mal-entendidos, exprimindo de forma escrita uma linguagem similar à língua falada, segundo Ribas et alii (2007, p. 5).

Komesu e Tenani (2009a, p. 624) descrevem o “internetês” como uma forma grafolinguística que se difundiu em textos eletrônicos e na linguagem virtual em chats, blogs, redes sociais – que se difere da norma culta de linguagem. A abreviação, a ausência de acentuação gráfica, a repetição de vogais e as alterações gráficas de palavras fazem com que estas formas de expressão sejam consideradas pelos linguístas “um assassinato da língua portuguesa” ou mesmo a “morte da língua portuguesa”.

Apesar das considerações de tais alterações como danos à língua, é compreensível que o uso desta forma de expressão, considerada híbrida, seja um interessante tema a se estudar como fenômeno linguístico que relaciona a fala com a escrita (Komesu e Tenani, 2009a, p. 628).

A linguagem virtual das redes sociais se diferencia por ser próxima da linguagem coloquial e informal, com características voltadas para a oralidade das palavras, uso de abreviações, neologismos, gírias e estrangeirismos. Também estão presentes na comunicação virtual os “memes” (repetições de voz, vídeos ou sons e imagens com objetivo humorístico), estrangeirismos, palavras modificadas de acordo com o som e a pronúncia e os *emoticons*, que expressam sentimentos e emoções, ocorrendo, ainda, a eliminação da acentuação e pontuação nas frases, segundo Espíndola (2015, p. 4).

Canclini citado por Carneiro (2012, p. 8) considera que as redes virtuais como um modo de virtualização que altera as formas de expressão, inclusive alterando o modo de ler, falar e escrever e que o universo digital permite reunir um acervo de livros, revistas, cria conteúdos midiáticos e eletrônicos.

Capítulo 9 – As Redes Sociais e o Discurso de Ódio

9.1. As redes sociais: quadro interativo e papéis sociais dos interlocutores

Historicamente, os movimentos sociais sempre dependeram de mecanismos comunicativos específicos; Castells (2017, p. 29) cita como exemplos os boatos, sermões, panfletos e manifestos que eram passados de pessoa a pessoa através do púlpito, da imprensa e de outros meios disponíveis. Atualmente, as redes digitais, multimodais e de comunicação horizontal constituem os meios mais rápidos, interativos, amplos e reprogramáveis da nossa história.

Os movimentos sociais, surgidos como uma reação às injustiças sociais, trazem para a sociedade uma forma de poder de massa e constituem uma fonte de mudança social. A conectividade oferecida pelas redes sociais amplia este poder, pelo alcance e disseminação característicos do ambiente virtual. A comunicação que surge através das redes sociais, de forma autônoma (Castells, 2017, p. 26) permite que os movimentos sociais se relacionem com a sociedade em geral, indo além do controle dos detentores do poder sobre o poder da comunicação. Estes movimentos são constituídos de indivíduos influenciadores, acompanhados por uma legião de seguidores, cujas motivações e interesses os levam a uma ação coletiva. Cabe dizer que os movimentos sociais, numa análise individual, trazem uma carga emocional de esperança e de desejo de mudança.

As redes sociais têm sido adotadas pelos usuários em geral como ferramenta de relacionamento, por permitir conexões e estabelecer uma possibilidade de visibilidade aos indivíduos. É no espaço das redes sociais virtuais, impulsionadas pelas novas tecnologias que surge a possibilidade de se estabelecer relações sociais, principalmente entre os jovens que ali constroem novas identidades (Carvalho, Prior e Moraes, 2015, p. 16).

Através da internet e das redes sociais, documentos e notícias são divulgados de forma massificada; as opiniões, depoimentos e críticas são expostas e publicadas de forma amplificada e logo ganham publicidade global. É um meio fácil, ágil e rápido de divulgação, sem falar no baixo custo para o usuário. Aliado a isso, o ambiente é atrativo pelos recursos de comunicação oferecidos, imagens, vídeos, textos, compartilhamentos de links, dentre outros, que diversificam e compõem um portfólio de itens interessantes, principalmente na construção de imagens profissionais, pessoais e políticas.

Redes sociais, como o Facebook, possibilitando ao usuário se apresentar e construir sua imagem e um perfil de forma planejada, expondo detalhes pessoais, reforçados pelo

comportamento e pelas reações que promovem na rede diante das situações apresentadas a ele.

Os espaços públicos e privados são frequentemente confundidos, diante da exposição digital atual; na antiguidade o espaço da “polis” era atribuído à liberdade, como forma de emancipação da tirania do poder vigente. Atualmente, essa emancipação acontece através da comunicação política, onde ocorre a troca de discursos contraditórios especialmente atribuídos a três setores: político, jornalístico e de opinião pública (Charaudeau, 2018, p. 24). Neste ambiente, é determinado um espaço particular que se insere dentro do público, independentemente de ser de ordem política ou não.

A midiaticização da sociedade trouxe alto grau de excessos nos atos comunicativos. A política, surgida originalmente como forma de organização da sociedade, concretiza seus atos através da regulamentação social e das relações de força, mantendo equilibradas as situações de conflitos e dominação e tentando igualar as relações entre os indivíduos.

Considerando que o processo interacional de comunicação expõe os participantes e os tornam suscetíveis a críticas e reações adversas, as redes sociais são um meio confortável para que as manifestações e opiniões aconteçam.

O que se observa, nas redes sociais, em geral, é uma permanente exposição do indivíduo e de seu cotidiano; o usuário das redes sociais busca assumir um papel social ativo e relevante, através da visibilidade e projeção da imagem (Carvalho, Prior e Morais, 2015, p. 18). Ao desenvolver este tipo de comportamento, o indivíduo tem clara consciência da exposição na qual se coloca, mas busca a interação e o reconhecimento pessoal nos grupos virtuais.

Carvalho e Kramer (2013, p. 81) observam que, embora as redes sociais tenham se alargado em abrangência, apresentando de forma midiática e massificada as relações e a comunicabilidade entre as pessoas, não podem ser consideradas instrumentos de manipulação. Atualmente, a mídia é vista como um instrumento de persuasão de massa e influenciadora da informação e a comunicação viabilizada por estes meios tem um poder de influência limitado.

A verdade é que as pessoas são livres para decidir, baseadas em suas experiências, vivências, crenças e valores; a comunicação funciona como um fator de influência e possibilita que as pessoas formem suas opiniões, adquiram conhecimentos e construam modelos mentais nos quais acreditem.

Carvalho, Prior e Moraes (2015, p. 16) observam que a conectividade do indivíduo dentro de sites e de redes sociais permite a participação num processo interativo que o estimula a estabelecer relações e ligações com outros sujeitos e a exporem suas vidas privadas.

Os interlocutores assumem o papel de protagonistas e têm um momento de atrair as atenções sobre si ao postar uma foto, opinião ou ao compartilhar e comentar uma postagem. Para Carvalho, Prior e Moraes (2015, p. 17) “ o processo de ir desvendando aos poucos aspectos da sua intimidade, criando uma espécie de encanto mágico e explorando a curiosidade alheia, dimensões que são reforçadas precisamente pelo valor associado ao privado, ao invisível que se vai tornando visível” transforma o que era privado, restrito pelo direito individual em algo público.

9.2. As redes sociais e os discursos de ódio e indignação no Facebook

O Facebook é uma rede social que foi criada em 2004 nos EUA por universitários de Harvard e, no momento de sua criação, tinha como objetivo facilitar a comunicação entre eles o grupo. Atualmente, o Facebook é uma rede e mídia social que já ultrapassa 2 bilhões de usuários ativos.

O Facebook funciona como uma rede estruturada com os perfis dos usuários, e cada um destes perfis apresentam-se em forma de páginas. Alguns recursos do Facebook são: linhas de tempo (*timelines*), onde os usuários podem atualizar seu *status* (*posts*), adicionar fotos, vídeos e links; também há espaços para comentários dos amigos. A ferramenta de atualização do *status* foi primeiramente designada como um espaço para hospedar pequenos blogs (*micro-blogging*), onde os usuários podiam registrar informações pessoais e efetuar postagens intimistas sobre como se sentiam ou relatar as rotinas do que faziam no momento.

Para entender violência verbal e as situações de polêmica que ocorrem nas redes sociais, é necessário que se resgatem alguns conceitos básicos acerca do tema. Amossy (2017, p. 173) traça algumas considerações sobre as discussões nos fóruns e o formato de disputa pessoal assumido pelos internautas, que exacerbam e ameaçam o convívio dentro das comunidades virtuais. A polêmica nas discussões acontece quando existe o conflito de ideias, quando as opiniões sobre determinado assunto divergem.

As emoções desempenham, por conseguinte, papel importante nas argumentações, pois possibilitam que os usuários as utilizem para nelas apoiarem seus argumentos ou mesmo para intensificá-los e fortalecê-los; por meio de uso de um termo afetivo, por exemplo, é possível, também, recorrer a elas de forma implícita, sem uso de termos que a mostrem sem recorrer ao léxico emocional, segundo Cabral e Lima (2018, p. 51).

9.3. As redes sociais como redes de poder

9.3.1. Movimentos sociais em rede

Segundo Gohn (2011, p. 335), os movimentos sociais podem ser entendidos como ações coletivas sociopolíticas e culturais que tornam possíveis à população se organizar e expressar suas necessidades de formas variadas, tais como passeatas, mobilizações, marchas, etc.

Castells (2017, p. 170-171) enfatiza que nem sempre os movimentos sociais têm origem nas crises econômicas, na pobreza ou nos regimes autoritários de governo, mas a maioria dos movimentos apresentam características similares e compartilhadas, que parecem ser decisivas no contexto em que se enquadram, pois:

(a) Constituem uma crise fundamentada e legitimada, independentemente de qualquer regime político.

(b) Apresentam capacidade de comunicação autônoma e habilidade de conexão dos participantes e da sociedade que se encontra conectada por novas mídias sociais e de forma digital.

Considerando os conceitos de movimentos sociais, destacamos a importância desta forma de organização para dar voz à sociedade e às demandas de grupos que se organizam de forma espontânea em busca de serem ouvidos e atendidos.

Os atuais movimentos em rede estão amplamente baseados nas plataformas digitais; para Castells (2017, p. 199), a internet cria as condições para que movimentos possam mobilizar, organizar-se, deliberar, existir e se expandir, mesmo sem a presença de um líder. Embora os movimentos sociais surjam do sofrimento das pessoas ou de um grupo da sociedade, se diferenciam dos movimentos de protestos, pois são essencialmente culturais e conectam as demandas de hoje aos projetos de amanhã.

As redes sociais tornaram-se um refúgio e um espaço para expressão de ideias, sentimentos, crenças, valores. Atualmente, são o maior meio de conexão e de comunicação

entre as pessoas e constituem espaços autônomos que reúnem milhões de pessoas com a possibilidade de congregam ideologias e preocupações reais e comuns.

A importância dos movimentos sociais, políticos e de transformação surgidos neste ambiente virtual se tornam fundamentais para o mundo atual e é destacada por Castells (2017, p. 198-199). De fato, não podemos ignorar que a sociedade do século XXI vive em rede e conectada a uma profusão de informações - artigos, livros, blogs, reportagens, revistas e jornais eletrônicos – todos disponibilizados pela internet; neste ambiente virtual, a comunicação acontece de forma rápida e natural, promovendo a interação das pessoas, independente dos ambientes naturais e sociais onde se encontram, pois é no ambiente virtual que as interações ocorrem.

A comunicação em rede representa um processo de socialização da informação, possibilitando o compartilhamento e a troca de informações por meio da tecnologia. “(...) é essencial enfatizar o papel da comunicação na formação e na prática dos movimentos sociais, agora e ao longo da história” (Castells, 2017, p. 199).

“(...) o ciberespaço potencializa o surgimento de comunidades virtuais e de agregações eletrônicas em geral que estão delineadas em torno de interesses comuns, de traços de identificação, pois ele é capaz de aproximar, de conectar indivíduos que talvez nunca tivessem oportunidade de se encontrar pessoalmente.” (Corrêa, 2011, p. 5)

Deste modo, podemos concluir que a comunicação entre os grupos e da sociedade acontece, independente do tempo e das barreiras geográficas, com aproximação autônoma, mesmo existindo algumas diferenças de ordem econômica, cultural ou social, pois todos que ali estão inseridos se tornam anônimos e iguais, num espaço comum de socialização digital. De qualquer modo, o ciberespaço potencializa o surgimento de comunidades virtuais e de agregações eletrônicas em geral que estão delineadas em torno de interesses comuns e de traços de identificação; este espaço é capaz de aproximar e de conectar indivíduos que, talvez, nunca tivessem oportunidade de se encontrar pessoalmente. É um ambiente que ignora definitivamente a noção de tempo e espaço como barreiras que impeçam a comunicação.

Então, através da comunicação, é possível que as pessoas se conectem e compartilhem sua indignação, companheirismo e projetos, unindo a sociedade como um todo. “As redes de comunicação digital são um componente indispensável na prática e na organização desses movimentos (...)” (Castells, 2017, p. 199).

Ao longo do tempo, as sociedades produziram valores, objetivos e criaram suas próprias normas de organização e comunicação. A comunicação em massa das sociedades em rede é amplamente baseada e construída sobre as plataformas da internet e de comunicação de redes sem fio; através das redes sociais é possível exercer a comunicação em rede amplamente (Castells, 2017, p. 24).

Castells (2017, p. 25;192-193) pondera que cabe à sociedade abrir e ocupar espaços comunicativos além da internet, visíveis para a sociedade; tais espaços desempenham importante papel de mudança social, principalmente porque:

- a) Os movimentos sociais são baseados em mecanismos psicológicos que superam e ultrapassam os medo, aproximando as pessoas que podem transgredir as normas em defesas de seus interesses.
- b) Os espaços ocupados trazem uma carga de poder simbólico que visa a invasão do poder do Estado ou das instituições, onde o cidadão reivindica seus direitos.
- c) Ao construir uma comunidade livre num espaço simbólico, este se torna público e caracterizado como político, podendo ser exercido de forma híbrida entre o espaço virtual e o urbano, surgindo daí as comunidades em rede.

A maioria dos espaços abertos às comunidades virtuais e caracterizados como redes de poder transcendem o ciberespaço, passando a exercer suas atividades na sociedade e nos espaços urbanos. Um exemplo a ser citado no Brasil foram os movimentos pré-impeachment para a presidente Dilma Rousseff. Neste caso, as redes sociais funcionaram como uma forma de convocar a sociedade para compor movimentos pacíficos de manifestação da sociedade brasileira com relação ao assunto.

As mudanças sociais são antecedidas de uma ação individual ou coletiva, motivadas essencialmente por sentimentos diversos, tais como medo, tristeza, felicidade, raiva. Os sentimentos repressores de raiva, medo e indignação desencadeiam reações em forma de gatilhos que despertam o desejo de ações comunicativas. Tais ações, segundo Castells (2017, p. 190) reforçam atos de mobilização e interação sociais. A comunicação em grande escala tem sido transformada pela influência tecnológica, produzindo a auto comunicação de massa, atuante em redes comunicativas horizontais multidirecionadas e interativas que ocorrem no espaço da internet.

9.3.2. Movimentos sociais em rede no Brasil

Segundo Gohn (2011, p. 342), o Brasil apresenta um histórico de movimentos sociais populares a partir da década de 1970 a 1980 que se articulavam em oposição aos regimes militares. No final dos anos 1990, com a significativa transformação do regime político, marcado pela queda do regime militar, alvo principal dos movimentos sociais, observou-se o declínio das manifestações de rua.

A sociedade em rede ambientada no espaço virtual se constrói em torno de redes de informação, a partir do desenvolvimento de tecnologias microeletrônicas, de forma organizada na sociedade (Correa, 2011, p. 4).

Os movimentos sociais, surgidos no contexto virtual brasileiro, refletem as necessidades não atendidas nos âmbitos econômico, social e político e até em razão do descontentamento com os atos de gestão de uma nação que venham a afetar os valores morais e filosóficos.

A crise brasileira surgiu pelas ações da classe média, insatisfeita, e acabou por arrebatar uma legião de pessoas de diversas outras classes, que tinham em comum alguns fatores, formando um grupo de características diferentes, mas com interesses similares e a vontade de que se legitimasse a mudança no sistema político e social.

O Brasil esteve no topo dos movimentos sociais em rede em 2013 (Castells, 2017, p. 176). Tais movimentos iniciados como protestos locais e setoriais transformaram o debate, o ambiente político e colocaram o Brasil em destaque mundial. Sendo o Brasil um país eminentemente urbano (85% da população habita os grandes centros e nas metrópoles), apresenta também grandes deficiências em termos de qualidade de vida, com problemas diversos de moradia, urbanização e transportes, etc. A corrupção dos governos locais e os acordos e conexões informais entre políticos e empresários, envolvendo dinheiro ilegal e troca de favores e benefícios, iniciou uma crise política, motivada por denúncias e investigações de fraudes, bem como a promoção do monopólio para empresas privadas, dentre outras situações decorrentes das relações consideradas fraudulentas pela mídia.

As redes sociais foram essenciais para esses movimentos, pois possibilitou a divulgação instantânea e a organização em massa da população. No caso dos protestos de 2013, a iniciativa ocorreu com a criação de uma página no Facebook cujo objetivo era estimular as pessoas a participarem da manifestação e que saíssem às ruas para protestar (Gomes, Raddatz, e Lima, 2015, p. 30).

Este engajamento que acontece nas redes sociais, com total liberdade de escolha por parte da sociedade, demonstra o empoderamento dos movimentos baseados em redes digitais, pela amplitude e cobertura possível. Consideramos igualmente importante o fato de que estes movimentos que mobilizam de forma rápida e ampla a sociedade tem se mostrado eficaz para alavancar as mudanças no país, reafirmando o poder das massas que agem de forma organizada.

“Embora esses movimentos se iniciem nas redes sociais da internet, eles se tornam um movimento ao ocupar um espaço urbano, seja por ocupação permanente de praças públicas, seja pela persistência das manifestações de rua” (Castells, 2017, p. 192).

Desta forma, estes movimentos configuram uma rede de poder, de uma sociedade que busca, de forma autônoma, se organizar para reivindicar ou protestar, desafiando o poder e imprimindo o poder das massas.

A internet, através das redes sociais, contribui para a construção de autonomia que “refere-se à capacidade de um ator social tornar-se sujeito ao definir sua ação em torno de projetos” (Castells, 2011, p. 200). É nesta autonomia que nos referimos para constatar o poder das redes organizadas, que agem independente de um líder ou de qualquer voz de comando, pelo contrário, é pela mobilização da sociedade que consegue alcançar seus objetivos pelas manifestações organizadas, como é fato no Brasil, onde, desde 2013, a sociedade se organiza através das redes sociais em grande número de pessoas que comparecem aos protestos e aos movimentos e demonstram a insatisfação de uma sociedade que deseja mudanças.

9.4. O discurso digital

Com o desenvolvimento de novas tecnologias da comunicação no final do século XX, surgiram novas práticas específicas do universo digital que provocaram mudanças nas modalidades tradicionais do discurso, segundo Maingueneau (2015b, p. 159).

Iremos falar sobre a multimodalidade da comunicação, já observada no discurso oral, que por natureza apresenta diversas formas de expressão, associando gestos e signos linguísticos. Para Maingueneau (2015b, p. 160), as relações presentes nas atividades de comunicações verbais se completam em função do que representam (descrição, explicação, narração, etc.) e da atitude que o locutor assume dentro da própria enunciação e à do outro.

Desta forma, as práticas discursivas na Web vão além dos gêneros em uso apresentados em conversações (fóruns, chats, etc.), jornais informativos, cursos, dentre outros que são encontrados no ambiente virtual; o que Maingueneau (2015b, p. 161-162) afirma é que, quando tratamos de discurso podemos nos referir a duas situações deste gênero - fora da Web e na Web; e assim como ocorre na passagem do discurso oral para o escrito, há uma estruturação diferente no ambiente virtual, que envolve a hierarquia dos planos da cena da enunciação, a qual segue: Cena englobante (que corresponde a um recorte social que irá caracterizar o discurso) > Cena genérica (funcionam como normas que suscitam expectativas, definidora dos papéis no discurso) > Cenografia (instituição de uma cena que será validada pelo ato da enunciação).

Desta forma, a Web apresenta algumas características que impactam no discurso, onde a cenografia é o plano de cena no qual se insere o discurso. Segundo Maingueneau (2015, p. 162), a Web distingue dois tipos de cenografia:

(a) verbal – que é implicada pela enunciação, como por exemplo uma carta que estabelece uma relação epistolar entre duas pessoas;

(b) digital - que resulta da interação entre três componentes que podem convergir ou divergir, sendo eles o iconotextual, que mostra imagens do site, arquitetural e diz respeito à forma como o site é acessado (páginas etc.), e o procedural, onde cada site constitui uma rede de instruções destinadas ao internauta.

Considerando estas peculiaridades, o discurso digital não pode ser equiparado ao discurso convencional. Destacamos, ainda características próprias da Web, como a genericidade e a transitoriedade, que podem afetar a textualidade do discurso, assim como a renovação constante de conteúdos que compromete a estabilidade do enunciado, bem como o vocabulário característico do ambiente virtual que constitui, por si só, uma linguagem peculiar e diferenciada da linguagem oral e formal.

Komesu (2007, p. 425), ressalta que a linguagem usada no mundo virtual (a qual denomina internetês) e praticada em chats e redes sociais, apresenta características específicas quanto ao emprego da língua portuguesa, representada através de simplificações de palavras e interferências na fala e escrita; considera, ainda, que a produção escrita na internet constitui um interessante evento linguístico para fins de estudos e observações, por apresentar transformações linguísticas que fogem do contexto formal da língua.

Embora exista a ideia de que internet tem sido considerada responsável pelo uso inadequado da língua e até como instrumento de degradação, Komesu (2007, p. 430) considera importante uma reflexão sobre o assunto, ponderando que o meio digital modificou as formas de interações, seja na comunicação oral ou escrita. As transformações ocorridas na escrita denotam a representação da vida cotidiana moderna; a língua em si é dinâmica, afetada pelos contextos sociais, econômicos, políticos dentre outros. De certa forma, observa-se uma degradação da linguagem formal, que está sendo dominada pelas expressões, *emoticons* e abreviações, mas a língua tem evoluído desde os tempos primórdios e assim continuará, enquanto houver evolução da humanidade.

9.5. Violência verbal e agressividade na internet

Saldanha e Tscherne (2017, p. 3) afirmam que a agressividade verbal apresentada em interações comunicativas das redes sociais pode ser entendida como “a face mais recente das tensões que marcam as interações humanas mediadas pela linguagem”. Esta linguagem conflituosa presente nas redes sociais intensifica o conflito e a tensão, seja no discurso, ou nos atos reais; mas, apesar da violência presente nestas situações, as interações comunicativas que se manifestam em forma de diálogo surgem como uma tentativa de entendimento entre as partes envolvidas.

Como surgem os discursos de ódio e a agressividade verbal nas redes sociais? Sendo a língua o produto de uma população que fala de maneira semelhante (Demolin e Storto (2017, p. 228), é importante se lançar um estudo crítico sobre as formas de comunicação e trocas de mensagens nas redes sociais, considerando as seguintes possibilidades:

- A linguagem agressiva das redes sociais pode traduzir uma violência já presente na sociedade.
- Existe uma influência da linguagem agressiva do mundo virtual, incentivando a violência no mundo real e nas relações cotidianas.
- A agressividade do mundo virtual é reflexo de comportamentos humanos agressivo do mundo real.
- A agressividade e os atos locutórios de intolerância das redes sociais podem afetar as relações afetivas e os relacionamentos humanos.

As redes virtuais têm um papel fundamental na disseminação dos movimentos sociais, por possibilitar uma pulverização das notícias e dos chamamentos.

No Brasil, as redes sociais têm sido palco de protestos de indignação e insatisfação do povo diante da realidade social e política, responsável por uma série de movimentos que mobilizaram grandes manifestações e eventos de protestos. Tais eventos alavancaram mudanças de comportamento dos eleitores e levaram a resultados inusitados nas últimas eleições presidenciais em 2018.

Atualmente, a polêmica gerada nos discursos disponibilizados e muitas vezes provocados pela mídia, especialmente no que se refere ao cenário político, promovem o desacordo e conflitos de ideias antagônicas. Tal polêmica atrai críticas indiscriminadamente e contribui para que os discursos de ódio se tornem frequentes. Uma manchete de jornal pode provocar sentimentos e reações que levam ao desgaste e aos excessos quando dos registros de comentários e opiniões, especialmente nos casos que circulam no ambiente virtuais, em sites e redes sociais.

Em sociedades democráticas que buscam o consenso, as dissensões prolongadas discorrem pela incapacidade de se unir as opiniões. As divergências de opiniões fazem parte do processo democrático e passam longe das utópicas relações perfeitas. Os conflitos de opiniões são inevitáveis, mas os discursos imbuídos de raiva e ódio refletem o comportamento de uma sociedade doente. Quando se lança na rede um discurso de ódio, persegue-se unicamente o comprometimento do perfil e do caráter do ofendido, sendo o objetivo do ofensor trazer um sentimento de baixa estima e queda da influência do alvo das injúrias.

A partir dos textos das mensagens dos eleitores brasileiros, postados no Facebook, este trabalho se propõe a realizar uma análise sobre o comportamento agressivo na troca de mensagens e comentários, tomando como base as eleições presidenciais brasileiras de 2018.

A internet tem servido de palco para troca de mensagens, acusações e também para o exercício de perjúrio e das falsas notícias, conhecidas pela expressão *fake news*. São muitas as pessoas vitimizadas por boatos, falsos alarmes e críticas abertas acerca de suas vidas pessoais e comportamentos.

Embora se espere que, em espaços públicos como a *Web*, ocorra o uso de polidez, é comum que os participantes das redes sociais se sintam à vontade para expressar livremente suas opiniões e críticas, inclusive usando de agressividade, por se sentirem protegidos pelo anonimato (Cabral e Lima, 2018, p. 48).

Para Amossy (2017, p. 173), situações que envolvem a polêmica e a violência verbal na internet são frequentes e o ambiente virtual é considerado espaço livre para que todos expressem suas opiniões, pensamentos e ideologias. Assim sendo, o ambiente virtual favorece o anonimato e permite que os usuários usem de falsas identidades, como uma máscara de expressão, para efetuar manobras que atendem a determinados interesses. Na sociedade contemporânea usuária das redes sociais, observamos que são frequentes as relações e a práticas virtuais abusivas, principalmente no nível do discurso, tornando os debatedores anônimos “avatars”, quando adotam identidades fictícias de modo leviano. Invariavelmente observamos, nas redes sociais, discussões inflamadas que desafiam as regras de civilidade e comprometem o processo de interatividade comunicativa, mesmo em comunidades virtuais.

A violência na internet cresce, pois acontece em um ambiente livre e sem censura, onde os participantes exacerbam e disseminam o discurso violento de forma desenfreada, quando ali deveria ser o espaço da democracia e do exercício da cidadania. Ao se esconder atrás do ecrã, o internauta usufrui do anonimato e esconde sua verdadeira face.

De toda forma, a violência verbal contida nas mensagens das redes sociais apresenta relações de ambivalência e de contradições, pois ao tempo que fluem, também podem gerar ambientes e situações conflituosas e caóticas. Então, observa-se formas de falar x silenciar, construir x destruir, juntar x separar, identificar x diferenciar. Neste labirinto de situações dicotômicas, se desenvolve uma nova forma de comunicação mais fluida, mas que pode gerar confusões e indeterminações, dúvidas e julgamentos ou conclusões de infinitas interpretações.

Lagorgette (2009, p. 4) alerta que, embora exista uma legislação francesa que normatizando os limites da calúnia e da difamação em contextos públicos e privados, especialmente referindo-se ao discurso homofóbico, persiste uma violência ofensiva e que estigmatiza e atinge, também, outras classes humanas, como crianças de descendência romena, nomeadamente de raça cigana. Reforça, ainda, que os padrões linguísticos e sociais são estimulados ainda na infância, e se estendem ao adolescente que traz esta herança conceitual para a escola. Tal situação cria modelos e estereótipos que envolvem as pessoas e suas relações sociais e linguísticas; reforça-se então a importância do contexto social no estudo do insulto e da violência verbal. O estudo de Lagorgette, embora referindo-se à

sociedade francesa, reflete bem a realidade mundial quando se trata de comunicação na internet e nas redes sociais.

O uso de pseudônimos serve de disfarce para atos verbais violentos e tem como consequência a desresponsabilização e despersonalização da violência, quer seja na esfera política, ética ou jurídica e é nesse contexto que se coloca a questão da violência verbal polêmica mediada por computador, segundo Amossy (2017, p. 173).

O pseudônimo anuncia a presença física do outro e sua escolha revela a criatividade por parte de seu utilizador, que busca atrair atenção sobre si, podendo ser provocativos, imaginativos, estranhos, ofensivos etc. (Seara, 2007, p. 601).

As discussões inflamadas constituem componentes verbais que violam as regras da civilidade e podem ameaçar o desenvolvimento das interações, embora seja uma prática aceita pelas comunidades virtuais. Tais interações conflituosas vão além das explosões individuais e estão relacionadas a conflitos psicossociais que envolvem atos de falas brutais que modelam as polêmicas.

A violência verbal nem sempre se apresenta por meio insultos e grosserias, mas por uma desqualificação do opositor, que pode ser ridicularizado; os atos de fala violentos não excluem a argumentação com uso de fórmulas injuriosas. Seara, Albuquerque e Cabral (2019, p. 2) observam que, quando existe intenção de desqualificar o interlocutor, a violência verbal mostra ser uma estratégica eficaz de atingir tal objetivo; no entanto, o sujeito pode cometer atos ameaçadores de forma intencional ou não, dependendo do contexto, do quadro enunciativo no qual se manifestam os atos de fala.

No entanto, Amossy (2017, p. 168) enfatiza que a coexistência da argumentação e da violência permitem que discursos inflamados se mantenham num limite contextualizado pela polêmica, sem necessariamente trilhar os caminhos da agressividade. Ou seja, se há um choque de opiniões durante uma interação verbal, a argumentação pode funcionar como um balizador do conflito, onde existem divergências de opiniões, evitando que o discurso seja conduzido por meio de violência.

Amossy (2017, p. 173-174) observa que os embates ocorridos em fóruns de discussão assumem formas de disputas pessoais, muitas vezes explosivas e são caracterizados por subjetividade e conversações discursivas, migrando do contexto privado para o público. Há o confronto civilizado, cujo debate síncrono assume a forma de uma conversação virtual cotidiana e marcada pela oralidade. Este debate pode assumir a posição de subjetividade, por

expressar as opiniões pessoais, quando o locutor assume a responsabilidade linguística do seu ponto de vista do qual é o gerador, mas também pode assumir a posição de recusa da responsabilidade de pontos de vista dos quais não aceita ou se identifica.

Amossy (2017) trabalha com algumas definições da polêmica nos trabalhos em língua francesa: (i) supõe um contradiscurso antagonista e uma dupla estratégia – demonstração da tese e refutação da tese adversa (p. 53); (ii) apresenta uma forma de polarização em duas posições que se afirmam de modo dicotômico, cada uma excluindo a outra, com a radicalização do debate, impossibilitando uma solução (p. 56); (iii) estabelece relação baseada numa tentativa de desqualificação do outro pelo locutário que ataca um alvo – adversário – para desqualificar (p. 58); (iv) os enunciadores incluem um proponente, um oponente e um terceiro ao qual e para o qual ocorre a confrontação do discursos (p.60). Os autores apontam, ainda, há possibilidade de ocorrer uma brutalização do discurso e quebra de regras de ética do discurso.

Lagorgette (2009, p. 3) afirma que o insulto, quando acontece no cerne da fala, pode ser o ponto central da controvérsia e surgir das discordâncias partidárias, religiosas e política; existe desde os registros escritos da Reforma e Contrarreforma. A função de se enfatizar o insulto também é crucial e sugere uma forma de convencimento, mesmo que de forma insolente. Pode difamar e promover uma luta ou duelo entre as partes. Ou seja, o insulto, como forma agressiva de expressão, visa tomar a palavra e a razão pela violência do discurso através do constrangimento do outro.

A polêmica na internet pode assumir o tom de duelo, quando dois internautas polemizam de forma contínua um espaço comum a todos. Na maioria dos casos de polêmica e violência, Amossy (2017, p. 167-168) observa que a violência emergente das interações virtuais assume um aspecto de disputa pessoal, mesmo que aconteçam entre usuários que se utilizem do anonimato e que não tenham nenhum tipo de relação.

Existe uma certa inquietação em torno da violência comunicativa e dos processos de subjetivação; isto pode estar relacionada ao aumento da prática da violência psicológica no contexto familiar e no público, conforme observa Pimentel (2014, p. 9). Neste caso, a linguagem pode servir para nomear, qualificar ou desqualificar os atores do discurso e a violência pode acontecer de forma psicológica, propiciando o adoecimento do indivíduo anunciado em forma de depressão, pânico e desejo de isolamento. Uma ação de linguagem que faz uso de palavrões, xingamentos e ironia emitidas pelo enunciatador em ataque a seu

oponente, em forma de agressão, constitui violação do direito do outro. Estes casos são, comumente, classificados como uma forma de assédio moral ou constrangimento.

A agressão comunicativa que ofende o indivíduo no contexto cultural, pessoal ou social, pode levar a manifestações agressivas e atos de violência concretos contra indivíduos pelo incitamento a que se propõe.

9.6. Violência e agressividade nas redes sociais

A internet ganhou espaço quando se trata de ações comunicativas que envolvem comentários sobre assuntos diversos. As redes sociais, devido a sua grande abrangência e conectividade, dominam as questões relativas aos debates e comentários sobre temas que envolvem a polêmica e a diversidade de opiniões.

O cenário das redes sociais tem servido de palco diversos tipos de manifestações que vão de postagens (*posts*) pessoais a críticas e comentários ofensivos e carregados de ódio e de descortesia. Aliado ao discurso provocativo, há de se considerar que a leitura e a interpretação das mensagens têm um grande peso nos efeitos que provocam no público.

A liberdade de expressão e a livre-expressão, impulsionada pelos veios da democracia, incita as falas e manifestações verbais nos espaços públicos; os espaços abertos pelos regimes democratas dão vazão para as manifestações, divulgação de diversos conteúdos, falas, textos e publicidades que se apresentam de forma diversificada, segundo Oliveira (2018, p. 249), afirmando que, mesmo em sistemas governamentais de grande abertura política, há formas de controle da liberdade de expressão e do funcionamento dos espaços onde ocorrem as manifestações. Enfim, não existe um espaço onde pode ser falado qualquer coisa, sempre haverá um controle do estado ou da sociedade sobre o que está sendo dito.

Para Furtado e Jomar (2011, p. 3), a comunicação entre as pessoas tem avançado e expandido devido ao grande desenvolvimento tecnológico, marcado pela criação do telefone, computadores e celulares. Esta expansão facilitou o processo comunicativo, diminuindo distâncias e sobrepondo-se às barreiras geográficas, fato que também possibilitou a disseminação das ideologias, especialmente aquelas que trazem uma carga de violência. As redes sociais são usadas por grupos como meios de persuasão ou envolvimento em crimes e atos violentos.

Saldanha e Tscherne (2017, p. 16) afirmam que a grande incidência de comentários publicados em redes sociais tem revelado um ambiente tenso que ameaça a democracia na internet. Ressaltam, ainda, que a violência verbal dos usuários corrobora para evidenciar o nível precário dos processos de leitura e escrita. Esta incapacidade dos usuários em práticas de leitura, escrita e interpretação compromete as argumentações e contribuem para a geração de textos e postagens equivocadas, dispersas, controversas que, em geral, conduzem à diálogos e expressões violentas e agressivas.

As relações tensas, vivenciadas pela sociedade moderna, vêm se apresentando como fator de grande influência das agressividades e discursos de raiva e ódio presentes nas redes sociais. O distanciamento geográfico e as relações efêmeras e superficiais existentes nas redes sociais facilitam a manifestação e a proliferação dos discursos conflituosos e as mensagens agressivas. A violência do mundo real também se reflete nas relações virtuais; a mídia virtualiza rapidamente os fatos e notícias envolvendo a violência, tornando-a uma forma banal de convivência no mundo moderno.

Para Saldanha e Tscherne (2017, p. 22), há uma necessidade de ver o problema da agressividade verbal nas redes sociais sob a ótica dos estudos da Nova Retórica e da Teoria da Argumentação, ressaltando a competência argumentativa e a condição de promover o diálogo em busca do consenso e da definição de verdades possíveis. E, desta forma deve-se perceber a importância das contribuições do conhecimento retórico e argumentativo para o estabelecimento de diálogos e interações, e do discurso enquanto mecanismo de convencimento e persuasão.

Por seu turno, Cabral e Albert (2017, p. 269) afirmam que, nas interações virtuais, os desentendimentos e a violência verbal são os fatores mais frequentes e a assincronia das relações facilita os mal-entendidos, os constrangimentos relacionados a críticas, ameaças e reclamações, podendo ainda gerar situações violentas.

Cabral e Albert (2017, p. 272) advertem que o tipo de relação que existe entre os interlocutores irá nortear os níveis de cuidado e preocupação com a polidez e o uso da linguagem nas interações comunicativas. E através do uso da linguagem é possível identificar o posicionamento do interlocutor sobre determinado assunto ou situação. Enquanto o uso da polidez aproxima os interlocutores, a falta ou impolidez os afasta. A violência verbal, por sua vez, traduz a falta de respeito pelo outro, a desconsideração e a desvalorização e pode finalmente trazer uma situação de ameaça ao outro.

Bousfield, citado por Cabral e Albert (2017, p. 279), categoriza a ameaça em três classes: (a) ameaça intencional, quando o agressor age de forma intencional e maliciosa; (b) a ameaça incidental, que ocorre sem o planejamento do agressor, mas mesmo percebendo que ela ocorre, não toma uma atitude para evitá-la; (c) ameaça acidental, que acontece quando um agressor age sem intenção de ofender.

As redes sociais configuram, pois, um palco de comportamentos verbais agressivos, onde os usuários manifestam e defendem pontos de vista de forma livre e espontânea. A facilidade de interação e o estímulo dado aos usuários das redes sociais em se manifestarem em forma de *post* amplia a liberdade de expressão. No entanto, a liberdade está sendo confundida com descontrole e tem trazido situações conflituosas resultantes dos excessos de espontaneidade; algumas situações de conflito evoluem para ameaças intencionais.

Para Saldanha e Tscherne (2017, p. 19), a agressividade verbal nas redes sociais, potencializada pelas facilidades dos recursos digitais, tem uma relação antiga com a violência humana, que se manifesta pela linguagem. No caso das redes sociais, esta potencialização da agressividade verbal acelera a promoção das trocas de mensagens e o distanciamento entre os usuários, tornando a comunicação mais espontânea e fácil, por não haver o risco do enfrentamento pessoal, criando uma situação de semianonimato.

Desta forma, ao recorrer às redes sociais para expressar suas opiniões e exteriorizar suas percepções e sentimentos, o usuário se sente em uma situação confortável, distante do confronto presencial; este fator facilita que a agressividade e exposição das opiniões de forma ofensiva aconteça de forma intensa e constante, pois a virtualidade das relações se alia ao desrespeito e à falta de empatia com o outro.

Capítulo 10 – Aspectos Gerais da Rede Social Facebook

310.1. A rede social Facebook

Em 2018, o Facebook contava com 127 milhões de usuários no Brasil e 2,2 bilhões de usuários ativos no mundo, conforme divulgado por Ferreira (2018) através do site Canaltech ⁴. Este resultado coloca o Facebook a frente da base mensal instalada do WhatsApp, que possui 120 milhões de usuários no Brasil e 1,5 bilhão no mundo.

Carvalho e Kramer (2013, p. 80-81) também citam o Facebook como rede de relacionamentos mais popular, congregando pessoas dos mais diversos grupos de idades, classes sociais, graus de instrução e que, embora exista esta junção diversa num mesmo espaço (virtual), as diferenças são perceptíveis ao se conhecer os perfis dos usuários e as redes e grupos dos quais participam.

Embora não tenha sido a primeira rede social, o Facebook tornou-se a mais atrativa e popular aos usuários, por apresentar recursos e possibilidades de interação que facilitam a troca de mensagens e o compartilhamento de imagens e vídeos em tempo real. Os recursos interacionais também superam os de outras redes sociais, pois permitem que as reações às postagens sejam comentadas textualmente, dando ao usuário a opção de escolha do público para o qual deseja compartilhar o conteúdo.

A facilidade de compartilhamento de notícias, de manifestação de opiniões de apoio ou crítica, torna o Facebook popular no meio digital, sendo a mais completa rede social se comparada a outras como o Instagram e Pinterest, cuja característica principal é a divulgação de imagens. A página inicial do Facebook é um convite ao usuário a conectar-se com outras pessoas e construir uma rede de relacionamento, conforme podemos observar na figura 10.1.

⁴ <https://canaltech.com.br/redes-sociais/facebook-chega-a-127-milhoes-de-usuarios-mensais-no-brasil-118358/#:~:text=O%20Facebook%20possui%20atualmente%20uma,de%20usu%C3%A1rios%20ativos%20por%20m%C3%AAs.>

Figura 10.1. - Tela de criação de conta do Facebook

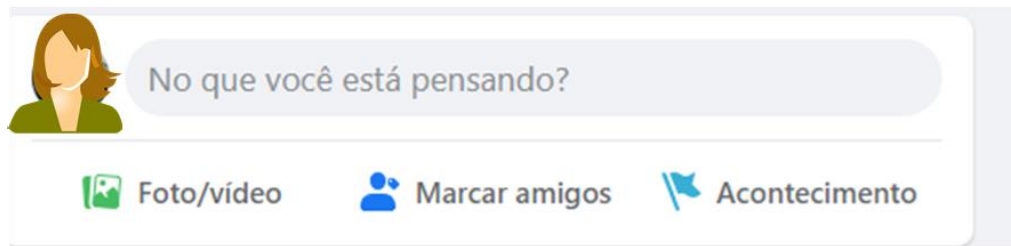


Fonte: <https://pt-br.facebook.com/>

Cunha (2013, p. 243) afirma que “a possibilidade de tornar público seus comentários, de se posicionar em “suas” comunidades discursivas, de serem lidos imediatamente está na base dessa prática dos leitores” e isso os deixa confortáveis para escrever comentários que não serão editados ou analisados por editores. Deste modo, um comentário eletrônico torna-se uma prática social que faz parte da vida cotidiana de milhões de pessoas, pela facilidade de acesso e popularidade adquirida.

O Facebook é uma rede que incentiva o indivíduo à exposição, a partilha do privado para o público. Seara (2017, p. 312) ressalta três objetivos presentes nesta rede social que envolvem seus usuários: a partilha de informação; o poder de influenciar semelhantes e o status de manter-se informado; são características que promovem o diálogo a partir dos enunciados e das interações que ocorrem, seja de forma síncrona ou assíncrona. Enfatizamos que a rede, em sua página inicial de login de usuário, traz a questão: “No que você está pensando?” Há um grande apelo à partilha de acontecimentos, atividades, fotos, como ilustrado na figura 10.2.:

Figura 10.2. - Recorte de tela inicial de conta no Facebook



Fonte: <https://pt-br.facebook.com/>

A exposição da privacidade, levada para o contexto coletivo, a individualidade exposta nas redes, os registros fotográficos são justificados pela busca da divulgação da imagem e de seguidores.

As redes sociais têm ampliado a troca de mensagens e a livre expressão de ideias; e, segundo Oliveira (2018, p. 254), as redes sociais “são aclamadas como espaços onde tudo pode ser dito, contudo”. No entanto, existem procedimentos de controle dessas falas não totalmente livres, e que consideram as regras e aspectos previstos para o funcionamento dessas redes que pode tanto fazer falar como fazem calar. Sempre há alguém que assume o papel do falante, e que, pela característica da rede social, é o usuário, que se conecta com seu perfil e senha, e assume o controle do manifesto.

O Facebook traz esta característica e aquele que está conectado à rede é, sempre, o sujeito que fala. O sujeito ou usuário da conta pode personalizar e atualizar sua página constantemente, bem como publicar e destacar aquilo que julgar relevante e importante.

Observa-se que há um espaço com a legenda “no que você está pensando?” da página inicial, que estimula o usuário a escrever algo pessoal e personalizado, colocando-o como protagonista e autor da declaração ou do discurso, induzindo-o a produzir uma identidade autoral a sua fala.

No contexto político brasileiro, os recursos das redes sociais foram amplamente explorados, devido ao grande alcance e projeção, à rapidez da divulgação das postagens e do baixo custo com relação ao uso dos recursos.

A Teoria da Informação conceitua que a difusão da informação acontece por meio de sua transmissão ente dois sujeitos – o transmissor e o receptor, dentro da dimensão do Facebook, há uma nova configuração comunicativa que altera a relação entre a notícia e suas respectivas linguagens e o destinatário - receptor da mensagem. Observa-se que o emissor e

a fonte seguem a configuração das mídias convencionais, mas o público-alvo se diferencia por ser dirigido os grupos de compartilhamento escolhidos pelo receptor (Carvalho e Kramer, 2013, p. 83).

Ao compartilhar uma notícia ou informação, o receptor o faz direcionando-os para os destinatários ligados entre si, socialmente e digitalmente, o que se percebe é uma filtragem do público-alvo, que atinge pessoas de um mesmo grupo. No caso do Facebook, os receptores passam a ser emissores, quando compartilham as mensagens recebidas, seja com ou sem comentários.

Diante deste cenário, a sociedade moderna constrói um espaço público híbrido, que interliga os espaços urbanos ocupados e as redes sociais. Se o espaço digital conecta e traz maior facilidade para que a comunicação ocorra, torna-se, também, um espaço de comunicação.

Embora o Facebook seja uma rede social virtual, observa-se que a cada dia se torna uma extensão da vida real das pessoas, que partilham ali seu cotidiano, reproduzindo suas atitudes, comportamentos, pensamentos e construindo um espaço individual que se torna coletivo pela exposição dos atos e fatos cotidianos,

A conectividade dos indivíduos para formar um movimento social depende de uma comunicação interacional, mobilizadora, emergente. Castells (2017, p. 190) ressalta que a empatia no processo da comunicação é definida pelas experiências semelhantes que motivaram a conexão emocional inicial. Desta forma, indivíduos que trazem uma carga emocional semelhante (raiva, sentimentos de discriminação, por exemplo) se identificam e tendem a transformar tais sentimentos em ação. Também fazem parte deste grupo aqueles que se solidarizam com tais situações; a partir desta proximidade de sentimentos, cria-se um processo de comunicação.

10.2. Perfil do usuário do Facebook no Brasil

O Brasil é o terceiro país do mundo com o maior número de contas ativas e 90% acessam mensalmente a rede através de dispositivos móveis. Para entender melhor as análises das mensagens analisadas, que foram postadas por usuários do Facebook do Brasil, apresentaremos, a seguir, o perfil dos usuários da rede no Brasil, de acordo com os dados de

pesquisa realizada em 2016 e divulgados por Delgado (2018) da agência de marketing digital Fante⁵:

a) Sexo:

- 54% Mulher
- 46% Homem

b) faixa etária

- 9 milhões tem de 13 até 17 anos
- 28 milhões de 18 a 24 anos
- 29 milhões de 25 a 34
- 17 milhões de 35 a 44 anos
- 10 milhões de 45 a 54
- 4,5 milhões de 55 até 64
- 2,1 milhões mais de 65

c) frequência e método de acesso ao Facebook

- 67% utilizam o Facebook todos os dias
- 92% acessam o Facebook pelo menos uma vez por mês
- 22 minutos é o tempo em média que as pessoas gastam por dia no Facebook
- 13h até 15h é o pico dos acessos no Facebook em dias de semana

Os temas mais discutidos no Facebook estão os assuntos relacionados à segurança e economia, que se destacaram como os mais debatidos pelos brasileiros. Os dados a seguir forma apresentados pelo Facebook, tendo como referência o mês de abril de 2018 e foram publicados pelo Agência Brasil de Notícias ⁶ por Valente (2018).

De acordo com o levantamento, segurança e economia foram os temas mais populares. O primeiro teve 262,2 milhões de interações promovidas por 32,3 milhões de pessoas. Já questões vinculadas ao universo econômico geraram 165,8 milhões de interações envolvendo 30,4 milhões de pessoas.

⁵ <http://agenciafante.com.br/blog/2018/estatisticas-do-facebook-para-empresas/>

⁶ <http://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2018-07/saiba-quais-sao-os-temas-mais-debatidos-pelos-brasileiros-no-facebook>

No ranking de áreas objeto de maior preocupação, os dois temas são seguidos por educação (119,9 milhões de usuários e 26,7 milhões de pessoas), tecnologia (102 milhões e 19,4 milhões), saúde (96 milhões e 25,9 milhões) e habitação (81,3 milhões e 19,7 milhões).

Na divisão por gênero, o tema de maior preocupação das mulheres foi Saúde (65% do total de pessoas interagindo), seguido de Educação (64%) e Habitação, Economia, Meio Ambiente e Gênero (62%). Já a participação de homens foi maior nas conversas virtuais sobre Indústria (47%), Segurança (43%), Agricultura (41%) e Turismo e Transporte (40%).

Capítulo 11 - Aspectos Gerais da Pesquisa

As eleições presidenciais brasileiras de 2018 foram marcadas pela grande exposição de candidatos e partidos nas redes sociais. Este fato se deu, em primeiro lugar, pela redução de recursos financeiros dos partidos destinados às campanhas, obrigando os candidatos a usarem as mídias sociais como plataformas de divulgação de suas propostas e opiniões.

A partir de exemplos coletados na rede social Facebook, serão apresentados posts, memes e mensagens relacionados as eleições presidências brasileiras de 2018.

Para melhor entender a pesquisa e os termos ligados à internet e especialmente à rede Facebook, apresentaremos, a seguir, abaixo outros termos usados, publicado por Ribeiro (2016) no blog Rockcontent⁷:

- Facebook é a rede social de maior relevância no atual cenário Brasileiro, fundada por Mark Zuckerberg em meados de 2004. Hoje em dia conta com mais de 2 bilhões de usuários ativos em todo o mundo.

- *Fake news* significa "**notícias falsas**". São as informações noticiosas que não representam a realidade, mas que são compartilhadas na internet como se fossem verdadeiras, principalmente através das redes sociais.

- *Inbox* (Facebook) é uma área que reúne mensagens privadas do usuário da conta no Facebook, indicado pelo símbolo de um balão de fala.

- *Memes* são imagens, expressões, prints (cópias de telas de sites ou sítios), vídeos e outros recursos, passados de maneira viral entre usuários de maneira contínua, que trazem mensagens de humor e deboche. Alguns exemplos populares incluem imagens da Gretchen, Leonardo Di Caprio com o Oscar ou O Iluminado com legendas humorísticas. O Meme é um gênero virtual muito popular e sua mensagem enseja uma crítica ou ironia sobre assuntos que estão na mídia ou em destaque.

- *Post* são postagens feitas pelos usuários autores da mensagem. A partir de um *post*, é possível se iniciar uma lista de comentários e compartilhamento de notícias ou discursos na rede social, compostos por entradas de textos opcionalmente acompanhados de recursos de imagens, áudios, gifs, vídeos etc., sendo, geralmente, dispostos de maneira cronológica. Em resumo, o *post* é um gênero virtual escrito, em geral, em primeira pessoa,

⁷ <https://rockcontent.com/blog/glossario-de-redes-sociais/#p>

de forma subjetiva e aborda assuntos de natureza pessoal, opiniões ou situações do cotidiano que possam despertar o interesse geral, embora se dirija a um público específico.

- *Post* patrocinado indicam determinados conteúdos que foram pagos por pessoas ou organizações para que tivessem maior alcance em redes como o Facebook, Twitter e Instagram.

- *Status* (Facebook) indica uma atualização em texto postada na *timeline*. O campo para preenchimento fica na parte superior da página principal da rede, com a mensagem ‘No que você está pensando/sentindo?’

- *Timeline* ou linha do tempo, indica a organização cronológica de postagens em redes sociais dispostas para visualização do usuário.

- *Capa* (Facebook) é a imagem localizada no topo de um perfil ou página no Facebook, escolhida pelo usuário da conta. Atualmente as dimensões pedidas são 685 x 450px.

- *Check-in* é a função é utilizada para sinalizar a entrada do usuário em algum local ou cidade diferente da que ele estava. O usuário comum pode selecionar a opção de check-in na tela de status do Facebook e então gerar uma marcação compartilhável com a sua localização atual.

- *Comentário* é utilizado em praticamente todas as redes sociais para indicar uma mensagem, geralmente pública, enviada por um usuário de maneira direcionada a uma postagem qualquer.

- *Curtir* (Facebook), também conhecido como “*like*”, o “curtir” é usado quando o usuário gosta ou simpatiza com a postagem marcada. No Facebook é sinalizado por uma mão fechada com o polegar para cima.

- *Emoticon* - representação gráfica textual para substituir palavras ou emoções, a exemplo de 😊 que representa felicidade ou ;-(que representa tristeza. Em algumas redes sociais (como o Facebook), são automaticamente substituídas por *Emoticon*.

- *Fan Page* são as famosas páginas no Facebook. Funcionam como perfis, mas dispensam a adição de amigos para permitir a função de “curtir” pelos seus fãs, adotando um tom mais corporativo. Geralmente criadas para empresas, projetos, causas e figuras públicas.

A fim de possibilitar uma análise das comunicações expostas no Facebook durante o período das eleições, optou-se por uma amostra de postagens classificadas em três categorias mais comuns ao contexto desta rede social: *meme*; *post* e Comentário.

11.1. Metodologia da recolha

A metodologia escolhida para o trabalho será o estudo de caso como estratégia de investigação, considerado por Freixo (2009, p. 109) um método que tem por finalidade descrever de forma precisa comportamentos do indivíduo como centro da investigação; pressupõe, ainda que o investigador selecione e determine o tipo de comportamento a ser observado e estudado.

Neste trabalho, a análise das postagens e mensagens serão realizadas sob a ótica do discurso em seus diversos tons, abordando o tema da descortesia, impolidez e agressividade. Também serão observadas as nuances adotadas no *ethos* discursivo e o papel deste na intenção do locutor naquilo que almeja alcançar.

O estudo de caso seguirá o paradigma interpretativo, também conhecido como paradigma qualitativo, “centrado no estudo do significado das ações humanas e da vida social e intenta compreender e interpretar” (Freixo, 2009, p. 145).

Com a finalidade de envolver as várias abordagens das mensagens coletadas, será utilizada a investigação qualitativa interpretativa, por possibilitar o uso em contextos variados, permitindo observar, descrever e interpretar o fenômeno sem a intenção de controlá-lo (Freixo, 2009, p. 145).

A investigação qualitativa apresenta as seguintes características (Bogdan e Biklen citado por Freixo, 2019, p. 146):

- a) Os dados são coletados pelo investigador que tem como fonte a situação natural.
- b) A preocupação principal é descrever para depois analisar os dados.
- c) A questão central e fundamental é todo o processo que envolve o acontecimento em si, produto e resultado.
- d) A análise dos dados é realizada de forma indutiva, reunindo-se as partes para formar o todo.
- e) Relaciona-se ao significado – o quê e o porquê, essencialmente.

Considerando as características citadas, observa-se que a investigação qualitativa se adequa aos propósitos desta pesquisa, que é essencialmente analisar a violência, a

descortesia e o discurso de ódio na rede social Facebook, num momento específico das eleições presidenciais brasileiras de 2018.

Para van Dijk (2017a, p. 114), a Análise Crítica do Discurso (ACD) constitui um tipo de investigação discursiva que estuda, em princípio e de forma focada, o abuso do poder, a desigualdade e a dominação. Este tipo de discurso, quando associado a situações de tensão, onde prevalece a vontade do domínio da situação, posiciona o ator principal do discurso – locutor – em um papel de dominador, de forma ditatorial, opondo-se totalmente a igualdade social e ao diálogo e consenso. A ACD busca explicar a estrutura do discurso como forma atuante de interação social, onde as formas discursivas produzem, reproduzem, legitimam, confirmam e desafia as relações entre o poder e a dominação da sociedade.

Segundo van Dijk (2017b, p. 115), o discurso exerce um poder social nos grupos e instituições que induz ao controle das situações e dos comportamentos sociais.

Fairclough e Wodak citado por van Dijk (2017b, p. 115) resumem os principais fundamentos da ACD nos considerando os seguintes aspectos:

- a) Abordagem dos problemas sociais
- b) Considera que as relações de poder são de natureza discursiva
- c) A sociedade e a cultura são constituídas pelo discurso
- d) O discurso age no campo ideológico
- e) O discurso é histórico
- f) Existe uma relação mediada entre o texto e a sociedade
- g) A análise do discurso é interpretativa e explanatória
- h) O discurso constitui uma forma de ação de âmbito social

De acordo com o amplo enfoque teórico dado por Fairclough e Wodak para a ACD, justifica-se que o estudo a ser desenvolvido busca destacar o discurso de uma forma mais crítica e socializada, em detrimento do mero estudo formal e estrutural.

Considerando o estudo do discurso e seu impacto na sociedade, optou-se, neste trabalho, por fazer a análise interpretativa e crítica, considerando o discurso como uma forma de expressão social e comportamental, distante da simples análise da estrutura em si.

Desta forma, serão elencados alguns pontos que constituem o foco central desta análise nas amostras de mensagens coletadas no Facebook, que darão suporte à pesquisa:

- Termos e vocabulários do discurso que tipificam a forma de dominação e a noção de poder

- Forma de controle do discurso – o discurso é ativo (conta com a participação das pessoas) ou passivo (autoritário, repressivo, que não dá voz ao outro, que denota o abuso de poder)
- O que o discurso representa – opinião de grupos dominantes, questionamentos, ridicularização, politicamente correto ou incorreto, ideologia de direita, esquerda ou moderada.
- Qual o objetivo a que se propõe – dominação, ironia, crítica, controle sobre o outro, influenciar ou manipular, propagar o ódio, difamar a imagem de alguém, agredir ou difamar o outro.

11.2. Etapas do processo da pesquisa

As etapas que norteiam esta pesquisa são as seguintes:

- a) Formulação do problema – realizado a partir da identificação de que mensagens do Facebook, publicadas durante as campanhas presidenciais eleitorais brasileiras de 2018 se apresentavam repletas de polêmica e de violência verbal, predominando o tom de ódio e escárnio. Poderia estas interações projetarem a violência real?
- b) Definição do fenômeno a ser explorado (mensagens do Facebook)
- c) Escolha do método de coleta – direcionado aos dois principais candidatos que, junto, concentravam a maior parte das intenções de voto.
- d) Escolha do contexto e situação – eleições presidenciais brasileiras de 2018.
- e) Coleta dos dados – pesquisas por palavras-chaves no universo delimitado previamente.
- f) Elaboração das hipóteses interpretativas
- g) Reformulação dos problemas e das questões.

11.3. Justificativa para o corpus da pesquisa

As mensagens escolhidas – posts, memes e comentários - são as de maior incidência e que trazem maior teor crítico e apelativo no período eleitoral, sendo a preferência do usuário no Facebook. O desafio do trabalho foi selecionar os textos mais representativos que retratassem a análise e o poder do discurso e o exercício dos recursos de retórica aplicados. Desta forma, após analisar os conteúdos das postagens e as frequências nas quais apareciam, optou-se por focar nas postagens que envolvessem os dois candidatos de maior representatividade de votos e que disputaram o pleito no 2º. Turno das eleições presidências brasileiras de 2018.

Considerando a escolha, realizou-se a seleção de algumas postagens feitas pelos dois principais candidatos e opositores - Jair Messias Bolsonaro e Fernando Haddad, as quais serão analisadas juntamente com os comentários dos internautas, sob a ótica dos elementos do discurso, abordagens e formas de comunicação no ambiente virtual, com base na literatura estudada.

As postagens, comentários e memes foram coletados de forma fidedigna, com uso dos buscadores de pesquisa nas páginas que os candidatos utilizam no Facebook, bem como em páginas de internet onde são citados. O período de publicação das postagens refere-se ao ano de 2018. A fim de preservar os textos originais, usamos o recurso de copiar e colar no editor de texto, garantindo que as mensagens sejam apresentadas em seu formato original.

Após a coleta do corpus, procedeu-se à análise linguístico-discursiva, a partir dos fundamentos teóricos anteriormente apresentados, com particular incidência nas formas de persuasão no discurso, na identificação de atos de fala com maior agressividade, que configuram a polêmica que estão ao serviço da violência verbal

A literatura percorrida abordou temas como formas de persuasão do discurso, bem como a produção de discursos e atos de fala violentos, que incitam ao ódio serão avaliadas e comentadas.

11.4. Caracterização dos candidatos e dos seus *ethè*

A eleição presidencial brasileira de 2018 ocorreu em 2 turnos, sendo o primeiro no dia 7/10/2018 e o segundo em 28/10/2018. Em 2018, o pleito eleitoral foi bastante acirrado, com 13 candidatos disputando o cargo presidencial, só perdendo em número para as eleições de 1989, a primeira da redemocratização, quando foram 22 os presidenciáveis, segundo matéria veiculada por Pedroso de Campos (2018)⁸. Para fins de contextualização, apresentaremos um perfil resumido dos 13 candidatos à presidência à época do 1º. Turno da eleição, tomando como referência as informações da referida matéria, conforme descrito no quadro 10.1:

⁸ Pedroso de Campos, J. *Quem são os treze candidatos à Presidência da República em 2018*. Recuperado em 10, março, 2019 de <https://veja.abril.com.br/politica/quem-sao-os-13-candidatos-a-presidencia-da-republica-em-2018/>.

Jair Bolsonaro (PSL) – 17
Capitão da reserva do Exército, o deputado federal Jair Bolsonaro (PSL-RJ), de 63 anos, é o representante do conservadorismo e da direita com maior potencial eleitoral na disputa deste ano. Bolsonaro liderou as pesquisas de intenção de voto à Presidência com 41% das intenções de votos válidos, conforme o Ibope divulgado em 6 de outubro, e 40% no Datafolha publicado no mesmo dia.
Fernando Haddad (PT) – 13
O ex-prefeito de São Paulo Fernando Haddad foi o escolhido pelo PT para substituir o ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva como candidato do partido ao Palácio do Planalto. Condenado em segunda instância na Operação Lava Jato a 12 anos e 1 mês de prisão e detido desde abril em Curitiba, Lula teve o registro de candidatura negado pelo TSE com base na Lei da Ficha Limpa no final de agosto. Haddad, que havia sido registrado como candidato a vice-presidente na chapa petista, apareceu com 25% das intenções de voto válido em Datafolha e Ibope divulgados na véspera da eleição.
Ciro Gomes (PDT) – 12
O ex-ministro e ex-governador do Ceará Ciro Gomes , de 60 anos, esteve de volta à disputa pela Presidência após dezesseis anos. Filiado ao PDT, depois de passar por seis partidos, Ciro havia concorrido ao Planalto em 1998 e 2002, pelo PPS, e não chegou ao segundo turno em nenhuma das duas ocasiões. Com 13% e 15% das intenções de votos válidos em Ibope e Datafolha em 6 de outubro, respectivamente, o pedetista pode ter sua candidatura “esvaziada” à esquerda, sobretudo no Nordeste, com a confirmação de que Fernando Haddad era o candidato apoiado por Lula.
Geraldo Alckmin (PSDB) – 45
Governador de São Paulo por quatro vezes, Geraldo Alckmin (PSDB), de 65 anos, disputou pela segunda vez a Presidência da República — ele foi derrotado por Lula em 2006, quando teve menos votos no segundo turno do que no primeiro. O tucano tem 8% das intenções de votos válidos, segundo Ibope e Datafolha, e aposta no amplo arco de alianças que costurou para crescer nas pesquisas e chegar ao segundo turno.
Marina Silva (Rede) – 18
Em sua terceira tentativa de chegar à Presidência — foi derrotada ainda no primeiro turno em 2010 e 2014 —, a ex-ministra e ex-senadora Marina Silva (Rede), de 60 anos, disputou a primeira eleição ao Palácio do Planalto liderando o Rede Sustentabilidade, partido que ela idealizou e ganhou vida em 2015. Nos pleitos anteriores, ela estava filiada a PV e PSB, respectivamente. Marina aparece com apenas 3% das intenções de votos válidos, conforme Datafolha e Ibope em 6 de outubro.
Alvaro Dias (Podemos) – 19
Ex-governador do Paraná e senador em terceiro mandato, Alvaro Dias (do partido Podemos), de 73 anos, concorreu à Presidência pela primeira vez. Apostando no discurso de “refundar a República” e na promessa de que convidará o juiz federal Sergio Moro para ser seu ministro da Justiça, Dias tem como principal força o sul do país. Pouco conhecido nas demais regiões, o senador tinha 2% das intenções de votos válidos, segundo Ibope e Datafolha.
Henrique Meirelles (MDB) – 15
Depois de 24 anos, o MDB voltará a ter um candidato à Presidência da República. O nome escolhido pelo partido é o do ex-presidente do Banco Central e ex-ministro da Fazenda Henrique Meirelles , de 72 anos, filiado ao partido em abril. Com 2% das intenções de voto válido em Datafolha e Ibope, Meirelles tentava, em discursos de

campanha, ressaltar que foi o economista escalado tanto por Lula quanto por Michel Temer para postos-chave em momentos delicados da economia.
João Amoêdo (Novo) – 30
Ex-executivo dos bancos Unibanco e Itaú-BBA, o carioca João Dionisio Filgueira Barreto Amoêdo, 55 anos, fundou o Partido Novo em 2011 e disputa a Presidência da República pela primeira vez. Com um discurso liberal e favorável a privatizações, Amoêdo é o mais rico entre os treze presidenciáveis – ele declarou ao TSE um patrimônio de 425 milhões de reais. Conforme o mais recente Ibope, divulgado em 3 de outubro, o candidato do Novo tinha 3% das intenções de votos válidos na véspera do pleito
Guilherme Boulos (PSOL) – 50
O líder do Movimento dos Trabalhadores Sem Teto (MTST), Guilherme Boulos , de 36 anos, manteve a tradição do PSOL em lançar candidatos à Presidência da República desde que o partido foi criado, em 2004, a partir de dissidências do PT. Antes dele, concorreram pela legenda Heloísa Helena, em 2006, Plínio de Arruda Sampaio, em 2010, e Luciana Genro, em 2014. Com 1% das intenções de votos válidos em Ibope e Datafolha de 6 de outubro, Boulos foi cabeça de uma chapa do partido.
Outros candidatos denominados “nânicos” pela baixa representatividade de votos
No grupo de baixa preferência para a eleição presidencial de 2018 estão o sempre presente José Maria Eymael (Democracia Cristã – 27), candidato em 1998, 2006, 2010 e 2014; o deputado federal Cabo Daciolo (Patriota – 51); o escritor João Goulart Filho (PPL – 54), filho do ex-presidente João Goulart; e Vera Lucia (PSTU – 16).

Quadro 10.1 - Perfil de candidatos à Presidência do Brasil nas eleições de 2018

Fonte: revista *Veja* (Publicado em 15 ago 2018, 21h23)

Para esta pesquisa, escolheu-se como foco de análise apenas três tipos de registro: memes, postagens e os respectivos comentários de seguidores e usuários do Facebook, todos escritos em língua portuguesa e publicados em período próximo às eleições brasileiras presidenciais de 2018, que ocorreram entre os meses de outubro e novembro do mesmo ano publicadas na rede social Facebook. O foco das postagens esteve relacionado aos dois candidatos que concorreram no segundo turno das eleições, Jair Messias Bolsonaro e Fernando Haddad; dado existir um grande número de postagens, não seria viável ampliar a recolha das mensagens a todos os candidatos, face ao tempo para conclusão deste trabalho. Ressaltamos, ainda, que os dois candidatos concentraram a maioria das intenções de votos, mesmo no primeiro turno, havendo grande distanciamento entre os dois primeiros candidatos e o terceiro em percentual de votos.

Para melhor fundamentar a escolha, será mostrado nas tabelas a seguir os resultados das eleições – fase parcial (1º. Turno) onde todos os candidatos são citados e o 2º. Turno, com os dados dos dois candidatos mais votados e que concorreram ao cargo de presidente da república nas eleições de 2018. Os dados foram divulgados no site do jornal O Estadão,

atualizado em atualizado em 29/10/2018 - 15:27:44, conforme números divulgados pelo Tribunal Superior Eleitoral – TSE.

Candidato	Votos obtidos - %	Partido	Votos obtidos em números absolutos
01° <u>Jair Bolsonaro</u>	46,03 %	PSL	49.276.990 votos válidos
02° <u>Fernando Haddad</u>	29,28 %	PT	31.342.005votos válidos
03° <u>Ciro Gomes</u>	12,47 %	PDT	13.344.366 votos válidos
04° <u>Geraldo Alckmin</u>	4,76 %	PSDB	5.096.349 votos válidos
05° <u>João Amoêdo</u>	2,50 %	NOVO	2.679.744 votos válidos
06° <u>Cabo Daciolo</u>	1,26 %	PATRI	1.348.323 votos válidos
07° <u>Henrique Meirelles</u>	1,20 %	MDB	1.288.948 votos válidos
08° <u>Marina Silva</u>	1 %	REDE	1.069.577 votos válidos
09° <u>Alvaro Dias</u>	0,80 %	PODE	859.601 votos válidos
10° <u>Guilherme Boulos</u>	0,58 %	PSOL	617.122 votos válidos
11° <u>Vera</u>	0,05 %	PSTU	55.762 votos válidos
12° <u>Eymael</u>	0,04 %	DC	41.710 votos válidos
13° <u>João Goulart Filho</u>	0,03 %	PPL	30.176 votos válidos
Demais situações			
Votos Brancos	2,65 %		3.106.936 votos
Votos Nulos	6,14 %		7.206.205 votos

Tabela 10.1. - Brasil – Resultado das eleições do 1o. turno

Fonte: TSE

Candidato	Votos obtidos - %	Partido	Votos obtidos em números absolutos
01° Jair Bolsonaro	55,13 %	PSL	57.797.847 votos válidos
02° Fernando Haddad	44,87 %	PT	47.040.906 votos válidos
Demais situações			
Votos Brancos	2,14 %		2.486.593 votos
Votos Nulos	7,43 %		8.608.105 votos
Abstenção	21,30 %		31.371.704 votos

Tabela 10. 2. - Brasil - Resultado das eleições do 2o. turno

Fonte: TSE

Capítulo 12 – Contextualização do Cenário

12.1. Caracterização histórico-social do cenário eleitoral

Em meio a um mar de escândalos políticos, crise econômica e fraudes cometidas pela classe governante, as eleições presidenciais brasileiras trouxeram à tona várias questões a serem discutidas, envolvendo os valores relacionados a temas como família, comportamentos em sociedade, moralidade religião e valores pessoais e sociais defendidos por uma legião de eleitores inconformados com a situação do país e com os rumos tomados pela sociedade brasileira.

Em 2015, já no início das operações policiais e investigativas que se sucediam sobre nomes políticos do então governo atuante liderado pelo Partido dos Trabalhadores, o país se viu envolvido e surpreendido por uma infundável lista de denúncias e acusações sobre nomes de personalidades políticas e empresariais.

O *impeachment* de Dilma Rousseff, então presidente eleita, cumprindo seu segundo mandato, foi concluído em 2016, tendo sido motivado por crime de responsabilidade fiscal; tal fato acelerou a maior crise política do país.

Um país dividido se revelou aos olhos do mundo, que assistia a manifestações populares de insatisfação com os governantes e as classes políticas. Movimentos de defesa do voto em branco e voto nulo se espalhavam nas redes sociais, tendo em vista que o voto é obrigatório para os brasileiros.

As eleições presidenciais brasileiras foram lideradas, majoritariamente, por dois nomes que protagonizaram uma batalha pelo título de Presidente: de um lado, o candidato de direita e opositor ao então Partido dos Trabalhadores (Jair Messias Bolsonaro) e de outro lado o candidato de esquerda, representante do Partido dos Trabalhadores Fernando Haddad, travaram batalhas discursivas que resultavam sempre em conflitos e xingamentos públicos.

A mídia brasileira, provocou uma extensa trilha de ódio e ameaças nas redes sociais, capitaneada por seus respectivos seguidores e simpatizantes.

O uso do Facebook como uma das principais redes sociais nas eleições presidenciais de 2018 no Brasil foi um grande aliado para os candidatos.

A amplitude e a capacidade de difusão dos conteúdos compartilhados, através de um post ou compartilhamento de conteúdo (uma notícia, um vídeo) é visto por centenas ou até milhares de pessoas que não se limitam somente a “curtir”, mas utilizam o canal como forma de emitir opiniões, sejam de apoio ou reprovação. A vida humana, neste contexto digital,

passa a ser mediada por imagens e mensagens escritas, e os participantes ganham voz, interagindo entre si. Nas redes sociais, a política ganha impulso em manifestações constante e debates calorosos, segundo Cabral e Lima (2018, p. 47).

Capítulo 13 – Estratégias Discursivas de Acusação e Difamação

13.1. Análises das postagens

As interações a seguir foram coletadas aleatoriamente de perfis do Facebook relacionados então candidatos Jair Messias Bolsonaro e Fernando Haddad, e de páginas criadas com o objetivo de apoiar os dois candidatos que representavam os dois extremos de ideologias políticas nas eleições presidenciais de 2018, além de serem os favoritos nas pesquisas.

As falas representam dois blocos de mensagens:

(a) mensagens e *posts* dos próprios candidatos, com o objetivo de mobilizar os eleitores. Estas postagens assumem um tom de debate quando um candidato responde ao outro diretamente. Mas a maior incidência de comentários é do usuário do Facebook;

(b) mensagens e *posts* dos apoiadores dos candidatos, que apresentam um tom mais polêmico e que evidenciam uma carga mais de emotividade.

A coleta foi quantificada conforme descrito abaixo:

- Postagens do próprio candidato - 7
- Comentários de internautas relacionados às postagens - 58
- Memes - 5
- Outros – 6

Os textos das postagens foram transcritos em seu formato original, a fim de preservar o conteúdo a ser analisado, motivo pelo qual apresentam erros de ortografia, gramática e outros desvios da norma da língua portuguesa.

A seguir, apresentamos as análises dos atos de fala realizadas no corpus da pesquisa. Identificamos o tipo de mensagem e a autoria (quando se trata de candidato ou de *sites* públicos).

Em relação às falas dos internautas, omitimos a identificação, por não ser relevante, e fizemos constar apenas as iniciais dos nomes, a fim de salvaguardar o anonimato de cada comentário.

1) Tipo de mensagem: Postagem de candidato

“Uma mãe ao entregar seu filho p/ o Exército sabe q poderá recebê-lo d volta morto em combate, mas jamais preso por ter atirado em vagabundo.” (Postagem em 07/08/17 às 13:33). Jair Messias Bolsonaro.

Análise da mensagem: O locutor usa um estilo de discurso que incita ao ódio e à violência ideológica de forma repressiva (defende o direito de se atirar em “vagabundo”). O discurso em si é apelativo, defendendo que a morte é um prêmio para o militar e coloca em evidência que é preferível ser um militar do que ser um civil envolvido na criminalidade. Observa-se a desqualificação do cidadão civil, comparando-o a um bandido. O locutor espera exercer o poder sobre seu público, subjugando qualquer tentativa de opinião contrária a seu discurso. Está, pois, subjacente um *ethos* discursivo conservador, ao defender que os valores militares estão acima de tudo. O *ethos* discursivo coloca o locutor como senhor da verdade, convicto e convincente; há elementos que expressam arrogância do locutor sobre seu público e menção de apoio à violência (... jamais preso por ter atirado em vagabundo). A banalização da violência é evidenciada quando o candidato justifica que ninguém será preso por atirar em “vagabundo” (bandido). Verificamos a identificação do *ethos* de caráter, pois o candidato exprime seu pensamento abertamente com intuito de provocar o opositor que é o candidato do então atual governo. É uma crítica à forma de gestão presidencial vigente, que, pelo entendimento do candidato, protege os bandidos aplicando penas leves aos criminosos. O candidato Bolsonaro é um defensor do armamento e do combate à violência de forma ostensiva. Analisando a face – território, há uma reivindicação da face negativa que acontece pela imposição das ideias do candidato em sua fala; também observamos que a face positiva do candidato se apresenta no desejo de construir uma “autoimagem” que pode ser aprovada e apreciada por seus seguidores.

2) Tipo de mensagem: Comentário de internauta

O. G. - A livre expressão e opção de escolha de servir, agora se tornou decisão sua???
KKKKKK lamentável que somente sendo um atirador você possa se tornar um cidadão de bem... Hilário 😂#bolsonunca

Análise da fala: A reação do eleitor diante da postagem (1) é de escárnio e crítica. Observa-se o confronto e o discurso agressivo e ofensivo, como na expressão “ #bolsonunca”. O emoticon (😂) e a risada registrada pela grafia – “KKKKKK” – que representa risadas em tom alto (grafada em maiúsculas) e demonstram o desprezo pelo discurso do candidato. A distância física do ambiente virtual é incentivadora para que o confronto aberto se estabeleça dentro do contexto da rede social e sem nenhum receio. A descortesia é aberta e direta e busca atingir o outro de forma direcionada. O uso do emoticon (😂) reforça o tom de

deboche e desrespeito como o candidato, seguido do símbolo # (*hashtag*) que representa a chamada de seguidores (*#bolsonunca*).

D. F. Graças a coragem e honra do Bolsonaro temos como lutar contra esses falsos pregadores da paz. Outrora estávamos sem direção pois não havia um homem para nos direcionar. Bolsonaro agradeço pela coragem e honra que vem demonstrando. Estou engajado tanto quanto Você. "Combater o inimigo aonde ele não está" A arte da guerra.

Análise da mensagem: Nesta mensagem, o internauta declara seu apoio ao discurso do candidato (1). Regido pela polidez e cortesia, traz elementos textuais bem trabalhados lexicalmente. Busca uma aproximação com o receptor, ao dirigir-se diretamente a ele de forma respeitosa e cortês. A presença do *ethos* pré-discursivo nesta postagem fica evidenciado no texto “Graças a coragem e honra do Bolsonaro”, indicando que o internauta conhece o caráter do candidato, formando, assim, uma imagem pré-discursiva positiva, dando créditos à fala do candidato. A face positiva do internauta se apresenta neste comentário, que concorda com o discurso do candidato “Graças a coragem e honra do Bolsonaro” e reforça positivamente sua autoimagem, espelhando sua conduta e ideologia no comentário do candidato “Estou engajado tanto quanto Você”.

A. R. No combate urbano não há possibilidade alguma de morrer alguém do exército. Só se fosse haver um confronto com outro país que também tem soldados treinados. Os bandidos não têm capacidade alguma de sequer ferir alguém do exército.

Análise da fala: A discordância, neste comentário, é cortês e não há violência verbal ou raiva. Observa-se uma descortesia velada e subentendida. Registra-se a argumentação como forma de convencer o ouvinte e persuadir a aceitar a ideia de que o exército é imbatível.

Em geral, nos comentários dos internatos observamos a presença do *ethos* de caráter, identificado pelas manifestações que são manipuladas de forma a causar polêmica e conflito entre os participantes da discussão.

3) Tipo de mensagem: Postagem de divulgação

Bolsonaro Presidente 2018 - Apenas alguns motivos para votar em Bolsonaro



Análise da mensagem: observa-se que a imagem busca o fortalecimento do candidato de direita, e conservador. A imagem é complementada pelas legendas do *post*, confirmando a ideologia defendida pelo candidato, reforçando a ideia de apoiá-lo. O autorretrato que o candidato exibe na mensagem é uma forma de argumentação; o *ethos* discursivo busca trabalhar uma imagem positiva, honesta, conservadora e anticorrupção do candidato. O *ethos* aqui demonstrado é o de superioridade de potência; o discurso defende uma ideologia conservadora e a foto e as legendas exprimem ideia de virilidade e poder.

(i) **E. M. - E amado pelo povo brasileiro**

BOLSONARO PRESIDENTE DO BRASIL 2018.

(ii) **M.T. - MAS AMADO POR DEUS E MAIS DA METADE DO POVO BRASILEIRO! VEJA O RESULTADO NAS URNAS EM BREVE 2018. Bolsonaro Presidente 2018**

Análise das mensagens (i) e (ii): As mensagens de apoio são portadoras de carga emotiva – a palavra “amado” aparece de forma elogiosa, otimista e positiva. Os enunciados mostram a empatia e a construção de uma imagem idealizada do candidato pelos enunciadores. O uso de letras maiúsculas, reconhecido nas comunicações digitais como gritos ou fala em tom alto, demonstra arrogância e superioridade do discurso e a imposição das ideias de forma agressiva e arrogante.

4) Postagem de candidato

Fachin multa Haddad por impulsionar conteúdo negativo contra Bolsonaro

Valor é de R\$ 176,5 mil

'Afronta à Lei das Eleições'

Comentário de Jair Messias Bolsonaro

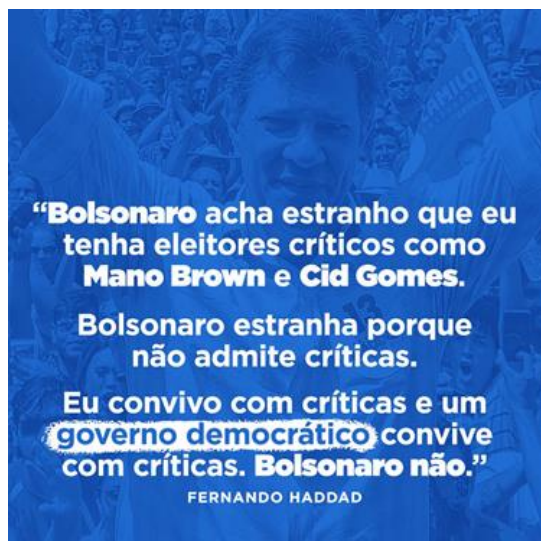
“O Google confirmou pagamento de R\$ 88,2 mil pela campanha do PT para que o endereço de site que atacava Bolsonaro aparecesse no primeiro resultado da busca pelo nome *Jair Bolsonaro*”.

“A máxima da esquerda se repete: Acusam do que fazem, xingam do que são”.

Análise da mensagem: Notícia onde se evidencia a busca de apoio do eleitor através de uma transparência ingênua, de uma fala soberana e formulada com um comentário cujo objetivo é desqualificar o adversário e seus supostos apoiadores. Revela a opinião do sujeito sustentada por um fato ocorrido (a afronta às eleições, a manipulação dos mecanismos de busca que direcionam para o candidato de oposição). Com um discurso de manipulação e desqualificação dos partidos de esquerda, a intenção é de desonrar a imagem do adversário. Embora o texto seja aparentemente cortês, na verdade constitui uma forma de insulto ao adversário e seu partido, como na frase “Acusam do que fazem, xingam do que são”. O *ethos* de inteligência integra a mensagem do candidato que também expõe sua opinião sobre o assunto de forma cortês, mas com intuito de criticar, acusar e expor o outro.

Há uma crítica sobre a conduta do PT, partido dos trabalhadores, e a tentativa de expor os atos supostamente ilícitos do partido, ao pagar para que os sites da internet direcionassem as pesquisas priorizassem sites que atacavam Bolsonaro quando seu nome fosse pesquisado. Embora seja um comentário conciso, causa forte impacto pela forma como é conduzido e posicionado – a notícia e o comentário de Bolsonaro, desqualificando o PT de forma polida e consciente, onde o candidato se posiciona como superior aos atos de corrupção

5) Postagem de candidato



“Bolsonaro ameaçou a sobrevivência da oposição a ele. As instituições demoram a reagir, se sentem ameaçadas, inclusive por parte das Forças Armadas. Precisamos defender o estado democrático de direito. Como as pessoas vão se sentir seguras se ele ameaça quem pensa diferente dele?” (Fernando Haddad)

“Há diferenças totalmente antagônicas entre as nossas ideias e projetos e as ideias e projetos de Bolsonaro. Uma delas é que a gente não quer eliminar quem nos critica. A gente ouve, dialoga. Ele vocifera, ameaça.” (Fernando Haddad)

Análise da postagem: o candidato Haddad se coloca empaticamente ao lado do seu eleitor, evidenciando-se um *ethos* de solidariedade está presente na construção do discurso de forma a influenciar o outro e exercer o poder do convencimento transmitindo credibilidade. Conquistando a confiança do eleitor, o candidato projeta uma imagem de virtuosidade e de benevolência. Haddad tenta se posicionar em um nível inatingível, onde também se observa a presença do *ethos* de inteligência, como exemplificado no trecho – “A gente ouve, dialoga. Ele vocifera, ameaça”; o candidato deseja provocar a admiração e o respeito do eleitor ao se comparar com seu adversário, quando expõe as diferenças comportamentais que o elevam a um patamar superior, trabalhando o imaginário coletivo; entretanto, a astúcia e a malícia se faz presente, ao colocar o adversário em um plano de discurso inferior “a malícia denota um saber jogar entre o ser o parecer” (Charaudeau, 2018, p. 146). E assim, com um discurso formal e bem elaborado, Haddad se coloca acima do opositor, mas a ausência de emoção em sua postagem soa como um discurso falso ao internauta e desconstrói sua imagem no discurso. O *ethos* de solidariedade se apresenta na intervenção feita pelo candidato, que se

declara como apoiador do diálogo e do respeito às diferenças, colaborando para que o eleitor ouça aquilo que deseja.

(i) K. L. - Volta pra base kkkkkk. Faltam 30 milhões de votos. Kkkkkkkk isso não foi uma crítica, isso foi um cheque mate kkkkk

(ii) V. - Se seus "apoiadores" estão te criticando dessa forma imagina os apoiadores da oposição #SomostodosBolsonaro17

(iii) C. A. - Você não sabe lidar com críticas, meu caro. Sua frase típica é : vou te processar! justamente porque todo aquele que é contra suas ideias deverá ser censurado. O comediante Gentili fala de todos os políticos mas do Haddad não pode! Deixe de mentiras.

Análise da postagem: nestas intervenções, os internautas simpatizantes de Bolsonaro desqualificam o candidato Haddad; usando o tom de deboche (KKKKK – risadas), a crítica ao candidato é expressa de forma direta e fria e desqualificando-o candidato; os internautas apresentam discursos agressivos e descorteses, com a clara intenção de atingir o outro de forma violenta é explícita. Observamos, também, uso de expressões de desrespeito e ironia, como em alguns trechos aqui citados: “Você não sabe lidar com críticas meu caro” (nesta postagem, o vocativo “meu caro”, é se apresenta como uma falsa cortesia, por estar inserido em um discurso de crítica e desaprovação. Também observamos que a agressividade e o desrespeito está presente em outro trecho da postagem, expressada pelo uso do verbo na forma imperativa na frase “Deixe de mentiras”. O distanciamento entre os interlocutores é um fator de incentivo à descortesia, observados no comentário ii – a desqualificação praticada pelo locucionário com o outro é facilitada pelo o distanciamento social. O outro, ao perceber o discurso agressivo e descortês, enfrenta a agressão, respondendo com o comentário – iii, registrando-se, desta forma, um FTA.

6) Postagem de candidato

Fernando Haddad - Como as pessoas vão se sentir seguras se ele ameaça quem pensa diferente dele?

Análise da postagem: o *ethos* da solidariedade se apresenta na fala do candidato, quando se mostra atento aos direitos de liberdade de imprensa e ao criticar os atos de ameaça cometidos por seu adversário.

(1) C. A. - #eusoumarqueteirodobolsonaro



- (1) G. D. - Não vc é um pobre besta que repassa as fale que os milionários fazem pra vcs 😊
- (2) G. D. - Não, vc é um pobre besta que repassa as fake news que os milionários fazem ☺ C M
- (3) C. B. M. – G. D. e vc é pobre também e defende PRESIDÁRIOS???
- (4) C. B. M. - Gente.... achei que o LULA havia acabado com a pobreza!!! Kkkkkkkk Era MENTIRA??? 😏😏😏😏😏😏

Análise da postagem: os conteúdos das postagens dos internautas são provocativos, chamando para os demais participantes para a discussão e embate na rede. Há discurso de ódio – superioridade do emissor e inferioridade do atingido em vários momentos – “vc é um pobre besta que repassa as fake News”; “e vc é pobre também e defende PRESIDÁRIOS???”; “Gente.... achei que o LULA havia acabado com a pobreza!!! Kkkkkkkk . Era MENTIRA??? 😏😏😏😏😏😏”. Observamos o deboche e ironia, acompanhados de desqualificação do outro, reforçado pelos emoticons. Há muitas evidências de arrogância e de violência verbal – as palavras LULA e MENTIRA em caixa alta dão destaque e as ligam visualmente, desqualificando o ex-presidente Lula, que é o presidente do Partido dos Trabalhadores, do qual pertence o candidato Haddad. Nestes comentários, as interações conflituosas e provocativas reforçam os FTAs entre os internautas.

Tipo: Comentários de internautas:

(5) G D - Sou pobre mas não finjo ser caixa2 e nem defendo o lula

(6) G D - Sabe ler não more?

(7) C A- Eu não finjo #eusoucaixa2dobolsonaro vem p caixa vc tbm vem...

(8) C A- L B vou nem zuar vai que é doença

(9) C A - C M não só vim zuar msm com os derrotados

(10) C M - C A eu TAMBÉM.... me divirto!!! 😏😏😏😏😏

Análise da postagem: os internautas abusam do tom de arrogância e superioridade – “Sem conteúdo teu candidato por isso vem escrever na página do melhor ne” (referindo-se a Jair Bolsonaro, considerado pelo internauta o melhor candidato, tido como superior aos demais). A repetição dos emoticons representando risadas e deboche demonstram o sentimento de ironia e crítica; o uso dos sinais de pontuação representam o tom de ironia e insulto e a emoção do internauta no momento da postagem. Notadamente, a provocação e a polêmica, características do *ethos* de caráter, estão presentes em todo o conjunto de postagens apresentado neste bloco; a “provocação é feita com declarações que têm por fim único fazer alguém reagir, a ponto de não se saber jamais se suas manifestações devem ser consideradas reflexo do pensamento daquele que as enuncia” (Charaudeau, 2018, p. 141). Desta forma, o excesso de postagens polêmicas desvia o sentido original da discussão. Observamos, ainda, a desqualificação do outro – Haddad. A alusão ao termo “caixa2” refere-se a dinheiro recebido pelo candidato sem declarar a origem, com fins de uso próprio e enriquecimento, dinheiro ilegal, o que remete a acusação de corrupção dos parceiros políticos de Haddad. Na expressão “Sabe ler não more?” (Não sabe ler não amor?), há uma descortesia irônica, onde o more (amor) assume um tom de deboche, atribuindo o status de “ignorante” ao outro internauta alvo da postagem; é uma cortesia descortês e provocativa ao comentário (5), desqualificando o outro (não sabe ler, não entende, não tem capacidade de analisar), remetendo a um FTA, uma reação agressiva à provocação feita.

Outra demonstração de desprezo é observada nos comentários “vou nem zuar vai que é doença” e “não só vim zuar msm com os derrotados”, o termo “zuar” é uma forma graficamente incorreta da gíria “zoar”, que significa zombar, debochar. Os internautas relatam que estão interagindo pelo prazer de zombar ou debochar do candidato Haddad e de seus apoiadores.

(11) L B - Sem conteúdo teu candidato por isso vem escrever na página do melhor ne? Entendi.

Análise da postagem: nesta postagem, há a provocação do locutor, ao chamar seu interlocutor para o embate, bem como o tom de superioridade e a ameaça-“vem escrever na página do melhor “ (candidato), que seria Jair Bolsonaro. O *ethos* de caráter se manifesta pela força dos enunciados e suas variantes inseridas com objetivo de irritar o outro; a aparente sinceridade do internauta e sua intenção em provocar seu interlocutor, assim como a confiança demonstrada em uma afirmação que projeta seu pensamento, torna o objeto da comunicação eficaz – causar a polêmica e a reação do interlocutor. Já a vituperação (afronta), também presente na postagem, provém de um julgamento de seu próprio pensamento e do testemunho de sua indignação pessoal; este comportamento pode acarretar problemas e causar desconforto aos outros membros de um grupo (Charaudeau, 2018, p. 140), o que é o objetivo do internauta, desagradar e ofender seu interlocutor. Nesta postagem, a desqualificação e o ataque á face do adversário (Haddad) pode ser conferida, também, no trecho “Sem conteúdo teu candidato”.

(12) L B foi um macho branco hetero que obriga vcs ficarem copiando e colando esse lixo visual nas postagens? 😏😏😏😏😏 as empoderadas

Análise da postagem: o uso de expressão pejorativa, machista, ironizando e desqualificando a figura feminina da internauta. Uso de descortesia e agressividade, ironia, uma desqualificação e agressividade sempre incentivada pelo distanciamento, onde o agente da fala se sente à vontade para atacar a face do outro internauta, qualificando a postagem como “lixo visual”; há um forte tom de violência verbal que provoca o interlocutor para a batalha do discurso no ambiente virtual.

(13) C M - C A bloqueia essa baranga logo de uma vez...

Análise da postagem: após a fala do candidato Haddad, ocorre uma batalha verbal entre os internautas e violência verbal constante. Observamos traços de desqualificação, agressividade e violência verbal por parte do internauta que comenta a postagem de outra pessoa, desqualificando-a com uso da palavra “baranga”, gíria que significa mulher vulgar, desqualificada, de forma irônica e agressiva. Percebemos a presença do *ethos* de potência,

pois ao enunciado deprecia a imagem feminina, (o *ethos* é predominantemente masculino) e exerce uma violência verbal, através de insultos à interlocutora.

(14) C A - A ficha do PT não caiu ainda. Não é #BOLSONARO que irá derrotá-lo, somos nós, os brasileiros.

Análise da postagem: a crítica, neste caso, é direta, mas não usa de descortesia ou violência. Surge a face positiva do brasileiro, que assume a imagem do poder de decisão, “Não é #Bolsonaro que irá derrotá-lo, somos nós, os brasileiros”, autoimagem do internauta – brasileiro que se mostra positiva e empoderada.

(15) C X - Me divertindo muito... tenho meu voto convicta... não por propaganda ou falácias...aprendi nessa eleição q NÃO basta ter conhecimento... é necessário ter caráter... ideias pensamentos mudam... mas quem tem caráter tem princípios IMUTÁVEIS... ainda bem que o gigante despertou!!! #BOLSONARO#BRASIL

Análise da postagem: a forma de apoio apela a valores morais, ao responder a provocação, citando a necessidade de caráter, princípios – manifestando-se aqui o *ethos* de caráter. Este comentário reporta-se à crise política do país e aos problemas de corrupção e o protesto é apresentado como manifestação de amplo apoio ao candidato Bolsonaro e nas críticas ao candidato Haddad.

(16) P K - Todos já estavam esperando a sua armadilha! Vai simular um golpe contra vcs!!!!? Mas isso não vai colar!!!!

Análise da postagem: o internauta usa de superioridade e desqualificação do candidato (vide os termos “golpe” e “armadilha”). O *ethos* de caráter se apresenta pela posição de superioridade - “(Bolsonaro) Vai simular um golpe contra vcs (o povo)” e provocação, “Mas isso não vai colar (não vai convencer o eleitor)!!!” do internauta. É uma advertência de alguém que acredita ter a razão absoluta sobre o assunto. Observamos, ainda, que a ameaça à face (FTA) se manifesta no trecho “Mas isso não vai colar!!!”, ou seja, não haverá espaço para Bolsonaro, o povo não permitirá; podemos perceber um tom de ameaça imposta, caso Bolsonaro vença a eleição (fato considerado um golpe), insinuando uma possível manifestação popular contra tal situação; fica implícita a ameaça de uma manifestação violenta contra candidato, caso Bolsonaro seja eleito.

7) Postagem irônica



Análise da postagem: o post apresenta a desqualificação dos eleitores do PT; a mensagem traduz arrogância e ironia, fortalecida pelos emoticons (risos) e busca convencer o leitor com intenção de traduzir o nacionalismo e patriotismo (com a bandeira do Brasil). Esta mensagem é de apoio ao candidato Jair Bolsonaro, cujo discurso apresenta como um dos lemas o combate à corrupção. O *ethos* da potência está presente na mensagem que promove insultos ao adversário.

(1) R:

Imprestável.

Misógino

Machista

Racista

Homofóbico.

Ignorante

Despreparado

Vagabundo

Análise da postagem: observamos, claramente, a presença do discurso de ódio e de ofensa ao locutor da mensagem, é contrário ao candidato Bolsonaro e os adjetivos são atribuídos a ele. É claramente uma violência verbal, e o discurso é descortês pois, embora não apresente frases completas, trazem palavras ofensivas. Observa-se a presença de um discurso

prepotente e que intenciona a desqualificação do outro; o formato de apresentação da mensagem é, também, uma forma de evidenciar a violência na mensagem, em forma de verso, dando ênfase a cada vocábulo usado e a cada palavra há uma pausa para recomeçar o xingamento. O discurso de ódio fica bem explícito na mensagem, ameaçando a face do candidato; o internauta reivindica a posse da palavra para si de forma impositiva identificando a face negativa do outro.

(1) A maioria recebe do pt. Entao claro q eles nao tem coragem de falar sobre qualquer coisa em que se sintam prejudicados. Gato escaldado tem medo de agua quente. pt cambada de ladroes

(2) Claro que não vão colocar petista das duas uma ou estão levando vantagem ou sofreram lavagem cerebral, logo, como vão reclamar da bandalheira

Análise da postagem: as postagens (1) e (2) apresentam a informalidade da linguagem oral, embora seja expressa na forma escrita, com uso de abreviaturas que identificam a linguagem própria da internet; há termos que desqualificam o PT e seu candidato, com xingamentos - “pt cambada de ladroes”; o uso de adjetivos ofensivos ressalta que a descortesia na postagem é consciente. No trecho “A maioria recebe do pt” faz alusão à corrupção de pessoas ligadas ao Partido dos Trabalhadores (PT) que recebem dinheiro em troca de favores políticos e é uma resposta em reação à postagem anterior que desqualifica o candidato Bolsonaro; estas duas situações evidenciam a expressão consciente de descortesia.

8) Postagem notícia

DEFINIDO: Jair Bolsonaro (PSL) e Fernando Haddad (PT) são os candidatos que se enfrentarão no segundo turno das eleições de 2018, para ser o novo Presidente da República. O segundo turno acontece em 28 de outubro de 2018.



S. - Tchau boso Haddad segundo turno 😊

Análise da postagem: observamos, no enunciado, o registro de prepotência e superioridade, ridicularização e desqualificação do candidato. O termo “boso” é um trocadilho e refere-se ao “Bozo”, um personagem palhaço de programas infantis do Brasil. Há ironia e desqualificação do candidato Bolsonaro.

A. - Segundo turno é nós Haddad #13

Análise da postagem: Linguagem popular “é nós” identifica o candidato propositalmente com um personagem do povo, como representante do povo, criando a imagem (o *ethos*) do candidato perante a comunidade do Facebook. Neste caso, o internauta enfatiza que Haddad é do povo, representa o povo e a face positiva, neste caso, promove uma autoimagem que requer apoio e apreciação.

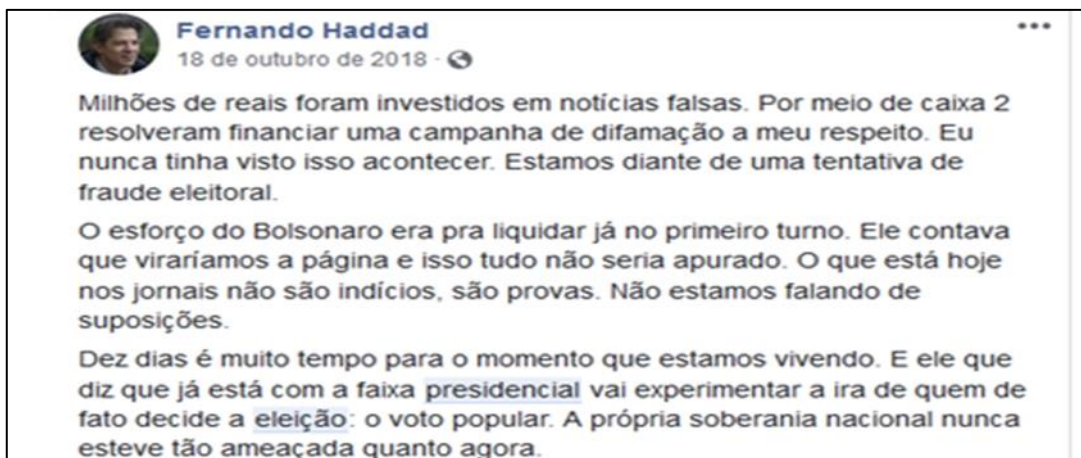
L. - Haddad tá na cadeia fazendo visita que vergonha ...

Análise da postagem: observamos a estratégia de desqualificação do candidato Haddad, apoiado pelo ex-presidente Lula (também presidente do Partido dos Trabalhadores); nesta fala, há a desqualificação de Haddad, por ser aliado de alguém que se encontra preso e em processo de investigação.

S. Conversando com o Lula. Pq daqui alguns dias ele vai estar solto 😊🍌🍌👍

Análise da postagem: os eleitores trocam mensagens de arrogância e superioridade, promovendo um discurso de contestação; há evidências de desqualificação da pessoa do Lula, que se encontrava preso e aguardando julgamento, fato motivador da desqualificação imposta pelo internauta.

9) Postagem de candidato



Análise da postagem: depoimento argumentativo, onde o emissor procura angariar a simpatia do eleitor, praticando um discurso subjetivo e em tom confessional. A cortesia é descortês, ou seja, no discurso polido e apresenta uma linguagem formal para dar credibilidade ao emissor (*ethos* da credibilidade), cujo objetivo é convencer o público. Também se observa o uso de um tom de superioridade quando traz afirmações sob o ponto de vista pessoal como se fosse uma verdade absoluta e incontestável e a desqualificação do adversário que é acusado de fraude eleitoral. Observamos, ainda, a ameaça e a violência verbal de Haddad ao declarar que o adversário irá experimentar “a ira de quem de fato decide a eleição: o voto popular”. O *ethos* da virtude é demonstrado através da convicção do candidato em defender a soberania nacional e a crença de que o voto popular será a resposta para seu oponente.

10) Postagem publicitária



Haddad Tranquilão (11 de setembro de 2018)

Análise da postagem: o enunciado apresenta a valorização do candidato como um sucessor do ex-presidente Lula. A imagem tem apelo emotivo e as legendas unificam o candidato Haddad ao Lula.

R. - Sério mesmo???? Povo é burro e merece o Brasil que tem. 14 anos de PT e mudou o que? Nada....

J. - Vem capitão o Brasil agradeçe #17.Deus cuida dele 🙏

R. C. - "O presidente que Lula escolheu" que merda ou o que Lula é pra escolher o presidente do país? Aqui não é monarquia é democracia!! #VotoLivre #LulaPreso #FichaLimpa #MudaBra

Análise da postagem: os internautas usam o discurso de indignação e se contrapõem à postagem, criticando a ideologia do PT e desqualificando o eleitor brasileiro por eleger por 14 anos candidatos do PT; critica a comparação Haddad x Lula, considerando que qualquer uma as escolhas reportam à imposição de poder (Monarquia); o internauta “RC” usa palavras violentas e descorteses que desqualificam Lula e qualquer ideologia advinda de seu partido; há raiva demonstrada na sua interação.

Evidenciamos, também, a mensagem de apoio ao candidato Bolsonaro (#17 - número que o identifica). O *ethos* de caráter está presente nestas postagens, onde a violência verbal insulta Lula e desqualifica Haddad. O internauta identificado como “J” promove o endeusamento do candidato Bolsonaro e atenua a agressividade da mensagem do internauta “R”, com um agradecimento a Deus de forma polida (FTA positiva).

A ocorrência da descortesia também fica evidenciada pelo uso de linguagem inadequada (palavrão em negrito) no trecho “que **merda** ou o que Lula é pra escolher o presidente do país” e pela renúncia das normas de cortesia, como no trecho “Povo é burro”.

11) Meme

Foto retirada do Facebook, grupo Eu apoio Bolsonaro II.



Análise da postagem: neste post, o humor e a ironia se aliam à crítica política. O emissor transmite e externaliza sua indignação e desprezo de forma irônica e pejorativa desqualificação do outro - Lula. O outro, alvo da crítica, é visto como um mal maior e absoluto. O ato de fala crítica é, na verdade, um meme, onde a foto se integra ao texto que marca a superioridade dos eleitores de Jair Bolsonaro em relação aos eleitores de Fernando Haddad, que tem como presidente do partido o ex-presidente Lula. A expressão é de total desprezo, superioridade em relação ao adversário.

12) Meme



L G - O homem tentou derrubar ele mas esqueceu que tem Deus ele levantou o capitão

A O - Com certeza para salvar nosso país só há uma escolha

L Martins - O Hadade falou na entrevista ao jn que não esta sendo investigado por corrupção o Boner dice Bolsonaro é o Mitoooooo!!!!!!

A S - #ELESIM Bolsonaro o fantasma que aterroriza a esquerda. Estamos juntos. Até a vitória

E R - Este homem vai tirar o Brasil do caus que está vivendo. O Brasil acima de tudo, e Deus acima de todos. Dia 7, vai ser 17 e ponto.

H A - Os eleitores do Bolsonaro só falam do Bolsonaro. E os eleitores dos outros também só falam do Bolsonaro.

O cara é o cara! 😊👉 17

S B - Essa pressão sobre o capitão é feita pela mídia para favorecer o Alckmin, tentando alavancar sua candidatura.

S A - #EleSim Quanto mais a esquerda se desespera, mais percebemos que a sujeira deve ser muito pior do que a gente sonha!

Análise da postagem: observamos a presença do *ethos* da inteligência – a imagem da fotografia retrata a pessoa de bem, positiva, popular e comprometida com o povo (gestual, sorriso). É o jogo do SER e do PARECER. A imagem pode provocar a admiração e o respeito dos internautas. Observamos, também o discurso de superioridade, como nos exemplos: “ O homem tentou derrubar ele mas esqueceu que tem Deus ele levantou o capitão” ; “- O Hadade falou na entrevista ao jn que não esta sendo investigado por corrupção (...) Bolsonaro é o Mitoooooo!!!!!!” (esclarecemos que “jn” é a sigla para um jornal diário televisivo – Jornal Nacional); desqualificação do adversário e prepotência, no exemplo “ Bolsonaro o fantasma que aterroriza a esquerda” (estratégia de superioridade); “O cara é o cara! 😊👉 17” (estratégia de superioridade e apoio à violência (a figura da mão simula uma arma, símbolo que identifica o candidato Bolsonaro, por ser militar reformado e defensor do armamento da população e da liberação do porte de arma); “O Brasil acima de tudo, e Deus acima de todos”, “Este homem vai tirar o Brasil do caus”. Nestas falas fica claro o endeusamento do candidato, é o discurso de manipulação, Bolsonaro se coloca na mesma posição de um deus.

13) Meme



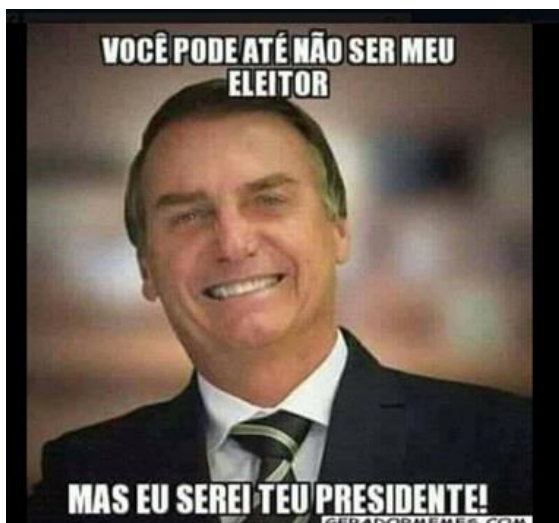
Análise da postagem (1): o meme traz uma mensagem irônica e de desqualificação aos representantes do Partido dos Trabalhadores, usando um trocadilho de palavras, uma composição feita com o nome dos candidatos, complementada pelas imagens engraçadas e debochadas, que desqualificam os adversários políticos de Jair Bolsonaro – Dilma e Lula (ex-presidentes) e Haddad (candidato em oposição ao Jair Bolsonaro).

(1) E. - Perfeito kkk

(2) N. - #B17

Análise das postagens (1) e (2): os internautas apelam para a ironia e a ridicularização dos integrantes do Partido dos Trabalhadores na figura dos seus principais líderes, concordando com o tom da postagem e corroborando com a opinião (risadas – kkk) debochando das figuras políticas ali retratadas. O apelo que traz este tipo de mensagem incentiva os internautas a expressarem-se da mesma forma desrespeitosa, como um chamamento ao tom de crítica irônica. B17 refere-se ao candidato Jair Bolsonaro, número 17 as eleições. A forma lacônica de expressão demonstra a certeza da internauta (N) da superioridade absoluta do candidato.

14) Meme



M. S. - Normal, pois só acredita em democracia quem quer, só acredita que um candidato se elege por votos quem quer.

Pois se pararmos para analisar eleições tão somente é uma forma das pessoas "inocentes" crer que pelo seu voto o fulano (a) foram eleitos.

Desculpa vou ali vomitar!

Análise da postagem: o internauta reage a postagem se contrapondo a mensagem, adotando uma postura de denunciador da falsa democracia, desqualificando e desacreditando no regime democrático e no sistema eleitoral. A sentença “Desculpa vou ali vomitar!” é descortês e agressiva.

J. C. - vão ter que engolir!

M. A. - Aceita que dói menos

Análise da postagem: o tom de superioridade dos eleitores está expresso na forma de comunicar (aceita que dói menos) ou (vão ter que engolir – ou sejam vão aceitar de qualquer forma, não tem outra saída ou escolha). A certeza da vitória do candidato se coloca no discurso assertivo, de um falante que não tem dúvidas do que pensa. Há desprezo dos internautas com todos aqueles que forem contrários ao candidato, observado na fala “Vão ter que engolir!” e “Aceita que dói menos”.

15) Postagem de candidato



Fernando Haddad em 16 de outubro de 2018 escreveu:

Meu adversário não descansa. Trabalha em ritmo industrial na sua fábrica de fake news. Enquanto isso sigo esperando ele dizer suas mentiras olhando no meu olho.

Análise da postagem: observamos que, na fala do próprio Haddad, há contestação da notícia, com polidez. O *ethos* de inteligência é percebido quando há o relato de que seu opositor não tem caráter ou escrúpulos pois publica notícias falsas a seu respeito. Há, também, a desqualificação do outro e o uso de habilidade e sutileza na estratégia do discurso da desqualificação.

Comentários dos internautas:

M. H. - Saiu resultado:

Pesquisa Datafolha - Haddad está disparado na frente, e a Polícia Federal atrás. 😂😂😂😂😂

A. T. - Kkkkkkkkkkkk

A. S. - kkkkkkkkkk

E. R. - Você está na página errada !! Porque aqui não é a página de bolmerda! Tu ta desesperado cara!!

F. M.- E.R. tem certeza que o desespero não e petista?? 🤔🤔🤔🤔

C. R. - Ridículo!

R. V. Bolsominios como sempre pagando mico .. .depois vai levar tapa na cara de (milico.. .. 😂😂😂😂😂😂

V. #haddad#Haddad#haddad#Haddad ❤️❤️❤️❤️❤️❤️❤️❤️❤️❤️❤️❤️

Análise das postagens: nas falas dos internautas, percebe-se uma discussão onde as estratégias de agressividade, arrogância e desqualificação do candidato estão presentes. O uso dos emoticons intensificam os tons de ironia e deboche, bem como as representações dos risos (kkkkkk) e reforça os sentimentos de desprezo por Bolsonaro e apoio a Haddad. Observamos, ainda, o uso de expressões ofensivas “Ridículo!” “bolmerda” (associação a Bolsonaro – merda”, com o objetivo consciente de ofender e depreciar a imagem dos seguidores de Bolsonaro. Na postagem “Haddad está disparado na frente, e a Polícia Federal atrás”, a intenção é de ofender o candidato Haddad e sugerir que seja corrupto, perseguido pela Polícia Federal (uma alusão às investigações relacionadas a vários políticos do Partido dos Trabalhadores envolvidos em supostos casos de corrupção e lavagem de dinheiro). As risadas representadas pelos elementos “Kkkkkkkkkkkk” e por vários emoticons indicam um alto nível de deboche, ironia e desrespeito, concretizando a violência verbal, ofensiva, consciente e deliberada entre os internautas. Nestas postagens, também podemos observar um certo grau de intolerância entre os internautas, que se digladiam mutuamente e sem limites. Mais uma vez, o distanciamento físico existente nas redes sociais alimenta a agressividade e a ofensividade nos diálogos.

16) Postagem de humor (quadrinhos)

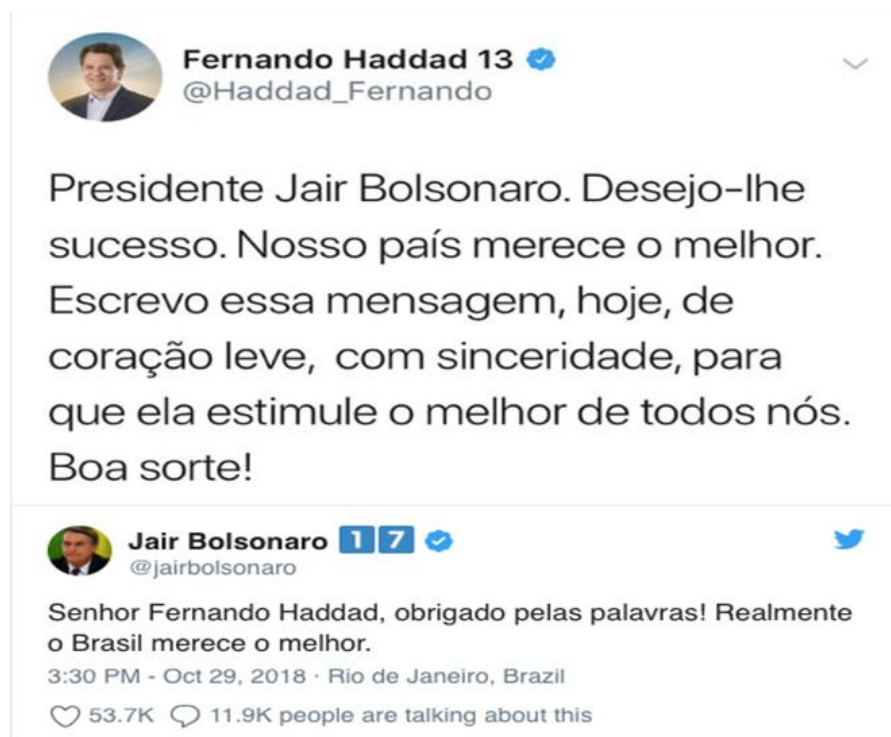


28 de out de 2018

Análise da postagem: em defesa do candidato, o uso de humor e de personagens de histórias em quadrinho buscam angariar a simpatia do internauta – *ethos* de caráter, superioridade que não se rebaixa ao nível do adversário. O candidato é representado por uma imagem ilibada, imaculada, se posicionando contra a corrupção que depôs a presidente Dilma. Este post tenta construir a imagem perfeita de Bolsonaro; o uso do personagem Charlie Brown no quadrinho é uma tentativa de atenuar a crítica, tornando-a divertida e agradável. A pergunta

“O que te faz pensar que Bolsonaro é o candidato certo?” é a mesma pela qual muitos eleitores indecisos buscam resposta, e a resposta de Charlie Brown tenta apresentar que a escolha pelo candidato Bolsonaro é a mais acertada para o eleitor, sem deixar dúvidas. É o *ethos* de superioridade que fortalece a imagem do candidato diante dos eleitores indecisos e que visa somente angariar votos para sua eleição.

17) Postagem de candidato



Análise da postagem:

(1) Sobre o enunciado do candidato, Fernando Haddad escreveu um comentário irônico, a crítica está nas entrelinhas da mensagem, deseja o melhor e que a mensagem desperte o melhor do candidato - boa sorte é mais uma forma de crítica velada (você vai precisar de sorte...); o *ethos* de caráter se apresenta no tom irônico e provocativo do enunciado. Os desejos de sucesso é demonstra cortesia negativa, é um atenuante para a ameaça implícita, mesclando o uso do FTA e FFA. O tratamento respeitoso usado na postagem assume um tom de ironia reforçado pela pontuação -“obrigado pelas palavras!”; seguido do autoelogio de Bolsonaro, que se posiciona em um patamar de superioridade; esta é uma forma de cortesia descortês, onde a aparente amabilidade vem disfarçada, mas tem o objetivo de ofender e debochar o outro.

(2) Sobre a fala do candidato Jair Bolsonaro, demonstra arrogância e superioridade (o Brasil merece o melhor – ele, candidato eleito – foi direto e sucinto – demonstrando desprezo e ironia, o *ethos* de caráter está presente no enunciado, demonstrando a reação de Bolsonaro à mensagem irônica de Haddad, de forma superior. O tom de superioridade revela a relação de poder do presidente eleito Jair Bolsonaro sobre seu adversário e constitui um ponto de conflito e provocação na interação e uma reação agressiva à mensagem recebida, ou seja, um FTA.

18) Meme



31 de agosto de 2018

- D: - Eu morro de rir é com esses memes que circulam cada dia mais engraçados kkkkk

Bolsonaro, faça tudo, menos merthiolate ardido... Por favor kkkkkkkkkk. As crianças de hj não aguentam um sopro, quanto mais isso. Muita judieira kkkkk.

- R: Santo Deus, tudo menos isso! kkkkl

- L: 😂😂😂😂😂

Análise da postagem: Este meme ironiza as atitudes e o discurso ameaçador do candidato Jair Bolsonaro, que tem posições conservadoras e opiniões polêmicas sobre os assuntos em geral. Merthiolate é um medicamento para machucados que ardia ao ser aplicado em lesões e a versão atual, muito diferente, tem efeito anestésico. As falas dos internautas demonstram despreocupação e descaso com a posição do candidato – “Muita judieira. (judiação, sofrimento). Risos – “kkkk” denotam que os internautas não acreditam nas palavras do candidato, considerando suas falas uma piada. A postagem também tem o objetivo de desqualificar o candidato que costuma utilizar expressões populares em seus discursos que se tornam alvo de piadas; há, portanto, uma ênfase à crítica e ao deboche que reforça a intenção da desqualificação e de que nada do que o candidato fala deve ser levado a sério.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

São infindáveis, na rede social Facebook, os posts, memes e comentários relacionados ao período das eleições presidenciais do Brasil ocorridas em 2018, os quais consideramos se merecedores de análises quantitativas e qualitativas mais detalhadas e aprofundadas.

Considerando esta variada oferta de mensagens disponibilizada na rede Facebook, foi necessário, para este trabalho, uma restrição do *corpus* a ser analisado; através de escolha aleatória de postagens, por palavras-chaves e com uso de buscadores dos navegadores de internet, procedemos a seleção dos enunciados para análises.

Os gêneros preferidos pelos sujeitos e que mais se destacaram com relação ao número de postagens foram os comentários dos internautas e respostas às postagens dos candidatos, seguido das memes; no entanto, analisamos, ainda, postagens de simpatizantes, divulgações, notícias e quadrinho de humor para aferir o nível de reação dos internautas.

Dentre as estratégias linguísticas observadas nas postagens e comentários, observamos a presença constante de criatividade e ironia, expressadas através de memes, mostrando uma face crítica e contestadora dos internautas brasileiros, também registradas pelos emoticons.

O *ethos* construído nos discursos e nas falas demonstrou que os candidatos almejavam, sempre, construir uma imagem de liderança e de poder, através do discurso.

A realizar as análises das mensagens, observamos, no entanto, que o *ethos* presente nos discursos dos dois candidatos eram diferentes, revelando suas respectivas personalidades. O candidato Jair Bolsonaro desenvolveu, em suas falas, predominantemente, o *ethos* da potência, arrogância e superioridade; no entanto, também observamos o *ethos* de caráter e o *ethos* do chefe e a imagem discursiva que predominou nas falas do candidato foi a de arrogância e autoritarismo. Assim sendo, o comportamento apresentado nas falas do candidato influenciou as falas e comentários dos internautas e seguidores, que apresentaram em suas mensagens o mesmo tom de arrogância e superioridade.

Em contrapartida, os discursos e mensagens de Fernando Haddad trouxeram, em seu corpus, o *ethos* da solidariedade, pois o candidato frequentemente declara seu apoio ao diálogo e o respeito às diferenças, gerando uma relação de cumplicidade com o eleitor. Neste

caso específico, observamos dois tipos de manifestações: aquelas que vem em sinal de apoio e acompanham o tom do candidato

O *ethos* ligado à pessoa real (no caso das postagens, o locutor) representa suas crenças e valores, influenciado na construção da imagem, segundo Charaudeau (2018, p. 114-115). Os candidatos buscavam, durante o período eleitoral, construir uma imagem de (*ethos*) de credibilidade. Os comentários de internautas apresentaram muitas estratégias discursivas de descortesia e violência verbal, através de manifestações explícitas de suas opiniões, sem uso de cortesia nas falas.

Os atos de fala são a forma de representação de opiniões dentro do contexto político e contribuem para a construção do *ethos* do sujeito - locutor – durante a produção do discurso. Considerando a categorização de Searle (2002, p. 18-26), onde conceitua a taxonomia dos atos ilocucionários, identificamos que, nas postagens, os atos são, predominantemente, assertivos, pois relacionam quem fala com o que está sendo dito com a finalidade de convencer o locutor; em diversos momentos, nas postagens, os candidatos tentam criar sua imagem através do discurso; nem sempre o objetivo é alcançado, e as críticas são resultados do fracasso, principalmente para o candidato Haddad. Os atos diretivos são frequentes nas postagens dos internautas, que buscam induzir os demais a responder sua mensagem inicial, produzindo uma série de interações contra ou a favor da postagem, de forma provocativa.

Recorremos aos conceitos de Haddad (2018, p. 145) acerca do *ethos* – prévio, cuja existência precede o discurso e o discursivo – que se mostra durante o discurso, pelo que é dito e pela forma como é dito, constrói o *ethos* discursivo, inspirador da confiança e que associa o orador ou locutário a uma identidade positiva. Este é, indubitavelmente, o efeito desejado pelos candidatos que se utilizam de estratégias discursivas para compor esta imagem perante o público.

Esta mudança de comportamento da sociedade brasileira nos impele a refletir sobre o poder que as redes sociais exercem sobre a sociedade e influência na formação de opiniões. As redes sociais constituem, portanto, uma rede de poder, onde o discurso tem o papel principal na formação de opiniões e mobilização das massas populares em prol de qualquer causa ou objetivo a que se proponha defender, convencer, fazer acontecer.

Quando um internauta está se manifestando em uma rede social, está formando uma rede de simpatizantes ou de adversários. Por ser on-line, o Facebook provoca reações instantâneas.

A violência verbal foi uma marca registrada no corpus das mensagens, e surgiu em várias interações analisadas, sob a forma de ironia, desqualificação do outro e agressividade e xingamentos; o anonimato propiciado pelo ambiente virtual e facilidade de acesso para registros das mensagens na rede gerou um empoderamento do internauta para práticas de violência verbal.

Desta forma, observamos a ocorrência constante de FTAs, conduzidos nas falas agressivas dos candidatos, fortalecido pelo distanciamento existente entre eles, assim como pelos internautas que conduziam o diálogo entre si de modo agressivo e depreciativo.

Nas pesquisas realizadas ao longo deste trabalho, quando da coleta de mensagens que compõem o foco da análise deste trabalho, observamos que as interações comunicativas mediadas pela internet têm apresentado um exacerbado índice de comentários e afirmações agressivas. Esta agressividade, observada na troca de mensagens com uso das redes sociais e mensagens instantâneas, também está presente em sites de notícias e tem afetado a linguagem usada nas interações enviadas pelas redes sociais e sites de comentários; é um ato comunicacional reflexivo das atitudes do mundo real de forma a materializar os discursos de descortesia em atos reais de agressividade.

Nas eleições presidenciais brasileiras de 2018, o Facebook foi um espaço bastante utilizado pelos candidatos e eleitores para discussões políticas; sendo um ambiente aberto e com baixo nível de censura, possibilitou a ocorrência de protestos, discursos de ódio e conflitos verbais, tornando a disputa presidencial bastante acirrada e agressiva.

Esperamos que este trabalho seja um contributo à análise do discurso do ponto de vista pragmático do estudo dos atos de fala, da análise do discurso, do *ethos* discursivo e principalmente das interações discursivas que geraram um ambiente de violência e agressividade verbais.

Considerando a grande quantidade de conteúdos disponíveis na rede Facebook relacionado ao tema das eleições presidenciais de 2018 no Brasil, bem como a relevância da análise do discurso para o desenvolvimento humano e da sociedade do ponto de vista linguístico, filosófico e cultural, acreditamos que esta pesquisa apresenta potencial para estudos futuros de forma mais aprofundada.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Amossy, R. (2008). *Argumentação e análise do discurso perspectivas teóricas e recortes disciplinares*. (Pires, E. L. e Ferreira, M. O., trads). In: EID & A Revista Eletrônica de Estudos Integrados em Discurso e Argumentação. Ilhéus, n. 1, p. 129-144, nov. 2011. Recuperado em 21/10/2019 de: <http://aad.revues.org/index200.html>
- Amossy, R. (2017) - *Apologia da polêmica*. Tradução de Mônica Cavalcante et alii. São Paulo: Contexto.
- Amossy, R. (2018). *Imagens de si no discurso: a construção do ethos*. 2. ed. São Paulo: Contexto.
- Aristóteles. (2005). *Obras Completas – Retórica – livro I*. (2a. ed., Trad. Alexandre Junior M., Alberto P. F., Pena, A. do N.) Lisboa : Centro de Filosofia da Universidade de Lisboa, Imprensa Nacional-Casa da Moeda.
- Austin, J. L. (1990). *Quando dizer é fazer: palavras e ação*. (Trad. Souza Filho, D. M.). Porto Alegre: Artes Médicas.
- Bakhtin, M. (2016). *Os gêneros do discurso*. (Org. e Trad. Bezerra, P., notas da edição russa de Serguei Botcharov). São Paulo: editora 34.
- Bechara, E. (2009). *Moderna gramática portuguesa*. (7ª. Edição. ver. ampliada e atualizada). Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2009.
- Berti-Pinto, S. S. Guaranha, M. F. (2017). *Debate eleitoral, um gênero polêmico: cortesia e descortesia como estratégias argumentativas*. In: SEARA, I. R., CABRAL, A. L. T., GUARANHA, M. F. (orgs.). *Descortesia e Cortesia: expressão de culturas*. São Paulo: Cortez Editora, p. 311-325.
- Cabral, A. L.T., Lima, N. V. de. (2018). *Conflitos de opinião no Facebook sobre o cenário político brasileiro: polêmica, emoções e agressividade*. In: VI Jornadas Internacionais de Análise do Discurso. São Paulo: Editora Paulistana p. 46-62.
- Cabral, A. L.T.; Albert, S. A. de B. (2017). *Quebra de polidez na interação das redes sociais para os ambientes virtuais de aprendizagem*. In: SEARA, I. R., CABRAL, A. L. T., GUARANHA, M. F. (orgs). - *Descortesia e Cortesia: expressão de culturas*. São Paulo: Cortez Editora, p. 267-294.
- Carneiro. J.de S. (2012). *A comunicação mediada por computador e a cultura do ciberespaço*. In: colóquio semiótica das mídias. UFPB, 19 de setembro de 2012, Centro

Internacional de Semiótica e Comunicação – CISECO. Recuperado em 20/08/2018 de : http://www.ciseco.org.br/anaisdocoloquio/images/csm1/CSM1_JessicaSouza.pdf.

Carreira, M. H. A. (2014). *Cortesia e proxêmica: abordagem semântico-Pragmática*. In: Seara I. S. (Coord.), *Cortesia: olhares e (re) invenções*. Lisboa: Chiado Editora, p. 27-46.

Carvalho, J. R.; Prior, H.; Morais, R. (2015). *Público, privado e representação online*. In: Carvalho, J. R. (Coord.) *A nova fluidez de uma velha dicotomia: Público e privado nas comunicações móveis*. p. 7 – 27. Covilhã: LabCom.

Carvalho, N., Kramer, R. (2013). *A linguagem no Facebook*. In: Shepherd, T.; Saliés, T. (Orgs). *Linguística da Internet*. São Paulo: Contexto, p. 77-92.

Castells, M. (2009). *A sociedade em rede - a era da informação: economia, sociedade e cultura*. v. 1. São Paulo: Paz e Terra, 1999. 12ª. Reimpressão.

Castells, M. (2017). *Redes de indignação e esperança: movimentos sociais na era da internet*. Rio de Janeiro: Zahar.

Cavalcante, M.; Pinto; R., Brito, M. (2018). *Polêmica e argumentação: Interfaces possíveis em textos midiáticos de natureza política*. In: Marques. M. A., Seara, I. S. (Eds). *Revista diacrítica- argumentação e discursos* n.º 32/1. Recuperado em 11/05/2019 de : <http://diacritica.ilch.uminho.pt/index.php/dia/issue/view/3>.

Charaudeau, P. (2005). *Uma análise semiolinguística do texto e do discurso*. In: Pauliukonis, M. A. L & Gavazzi G. (Orgs.). *Da língua ao discurso: reflexões para o ensino*. Rio de Janeiro: Lucerna, p. 11-27. Recuperado em 4/12/2018 de <https://pt.scribd.com/document/273422164/Uma-Analise-Semiolinguistica-Do-Texto-e-Do-Discurso>.

Charaudeau, P. (2009). *Le discours de manipulation entre persuasion et influence sociale*. Université de Paris 13. Centre d'Analyse du Discours. p.1-14. Recuperado em 25/12/2018 de https://www.patrick-charaudeau.com/IMG/pdf/Discours_Manipulation-Texte_Lyon_.pdf. [acesso em 15 de julho de 2018].

Charaudeau, P. (2010). *O discurso propagandista: uma tipologia*. In: Machado, I. L. & Mello, R. *Análises do Discurso Hoje*, vol. 3. Rio de Janeiro: Nova Fronteira (Lucerna), p.57-78. Recuperado em <http://www.patrick-charaudeau.com/O-discurso-propagandista-uma.html>.

Charaudeau, P. (2018). *Discurso Político*. São Paulo: Contexto.

Corrêa, C. H. W. *Comunidades virtuais gerando identidades na sociedade em rede*. C-Legenda - Revista do Programa de Pós-graduação em Cinema e Audiovisual, [S.l.], jan.

2011. ISSN 1519-0617. Disponível em:
<<https://periodicos.uff.br/ciberlegenda/article/view/36730>.

Crystal, D. (2005). *A revolução da linguagem*. Rio de Janeiro: Zahar.

Cunha, C.F. da; Cintra, L. F. L. (2016). *Nova gramática do português contemporâneo*. (7ª. Ed.), Rio de Janeiro: Lexicon.

Cunha, D. de A. C. (2013). *Violência verbal nos comentários de leitores publicados em sites de notícia*. In: Calidoscópico, vol. 11, n. 3, p. 241-249, set/dez 2013. Recuperado em 12/5/2019 de:
<http://www.revistas.unisinos.br/index.php/calidoscopio/article/viewFile/cld.2013.113.02/3761>.

Dascal, M. (2018). *O ethos na argumentação: uma abordagem pragma-retórica*. In: Amossy, R. (org). *Imagens de si e do discurso: a construção do ethos*. (2ª. Ed., 3ª. Reimp.). São Paulo: Contexto, p. 57-68.

Delgado, M. Estatísticas do Facebook para empresas. Recuperado em 10/03/2019 de <http://agenciafante.com.br/blog/2018/estatisticas-do-facebook-para-empresas/>.

Demolin, D.; Storto L. (2017). *A origem e a evolução da Linguagem*. In: Fiorin, J. L. (Org). *Novos caminhos da linguística*. São Paulo: Contexto, p. 215-229.

Dicionário Infopédia da Língua Portuguesa [em linha]. Porto: Porto Editora, 2003-2019. Disponível em: <https://www.infopedia.pt/dicionarios/lingua-portuguesa/post>. [acesso em 18/05/2019].

Discini, N. (2015) – *Ethos e estilo*. In: Dans A. M. & Salgado L. (Org). *Ethos discursivo*. São Paulo: Contexto, p. 33-54.

Eggs, E. (2018). *Ethos aristotélico, convicção e pragmática moderna*. (2018). In: Amossy, R. (Org.) *Imagens de si e do discurso a construção do ethos*. (2ª. Ed., 3ª. Reimp.). São Paulo: Contexto, p. 29-56.

Fávero, L. (2014). *Cortesia e descortesia em diálogos cotidianos*. In: I.R.SEARA, (ed.), *Cortesia: olhares e (re) invenções*. Lisboa. Chiado Editora, p. 365-380.

Ferreira, C. D. (2018) Facebook chega a 127 milhões de usuários mensais no Brasil. Recuperado em 10/05/2019 de <https://canaltech.com.br/redes-sociais/facebook-chega-a-127-milhoes-de-usuarios-mensais-no-brasil-118358/>

Freixo, M. J. V. (2009). *Metodologia científica: fundamentos, métodos e técnicas*. Lisboa: Instituto Piaget.

Furtado, K. A.; Jomar, M. C. S. (2011) *Persuasão à violência através da linguagem nos sites e redes sociais da internet*. Recuperado em 20/05/2019 de <https://www.recantodasletras.com.br/artigos-de-educacao/3012477>.

Gohn, M. da G. (2011). *Movimentos sociais na contemporaneidade*. Revista Brasileira de Educação, 16(47), 333-361. Recuperado em 12/03/2020 de <https://doi.org/10.1590/S1413-24782011000200005>

Gomes, A. A.; Raddatz, V. L. S.; Lima, L. de A. (2015). *Sociedade da informação: os movimentos sociais em rede como instrumentos para a democracia no Brasil*. Revista Eletrônica do Curso de Direito da UFSM, 10(1), 25-43. Recuperado em 12/03/2020 de <http://dx.doi.org/10.5902/1981369417897>.

Gouveia, C. A. M. (1996) - *Pragmática*. In: Organização de Faria, I. H., Pedro, E. R., Duarte, I. & Gouveia C. A. M. Introdução à Linguística Geral e Portuguesa. Ed. Caminho. Lisboa, p. 383-419.

Haddad, G. (2018). *Ethos prévio e ethos discursivo: o exemplo de Romain Rolland*. In: Amossy, R. (Org). *Imagens de si no discurso, a construção do ethos*. São Paulo: Contexto.

Kemp, S. The global state of digital in october 2019. Recuperado em 10/10/2019 de <https://wearesocial.com/blog/2019/10/the-global-state-of-digital-in-october-2019>.

Kerbrat-Orecchioni, C. (2017) - *Abordagem Intercultural da polidez linguística: problemas teóricos e estudo de caso*. IN: Cabral, A.L.T.; Seara, I. R.; Guaranha, M. F. (org.). *Descortesia e Cortesia: expressão de culturas*. São Paulo: Cortez, p. 17-55.

Komesu, F. Tenani, L. (2009a). *Considerações sobre o conceito de “internetês” nos estudos da linguagem*. Linguagem em (Dis) curso, Palhoça, SC, v. 9, n. 3, p. 621-643, set./dez. 2009. Recuperado em 14/08/2018 de : http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1518-76322009000300010.

Komesu, F. (2007). *Visões da língua(gem) em comentários sobre internetês não é língua portuguesa*. Filol. lingüíst. port., n. 8, p. 425-437, 23/07/2007. Recuperado em 14/08/2018 de <http://www.revistas.usp.br/flp/article/view/59764/62873>.

Komesu, F. Tenani, L. (2009b). *A relação fala/escrita em dados produzidos em contexto digital*. Scripta. V. 13, N. 24, p. 211-225 (2009). Recuperado em 11/09/2018 de : <file:///D:/disserta%C3%A7%C3%A3o/sele%C3%A7%C3%A3o/Dialnet-ARelacaoFalaescritaEmDadosProduzidosEmContextoDigi-6160287.pdf>.

Lagorgette, D. (dir.), (2009). *Les insultes en français: de la recherche fondamentale à ses applications (linguistique, littérature, histoire, droit)*, Chambéry, Université de Savoie.

Lima, F. (2013). *Formas da persuasão e manifestação das ideologias no noticiário da mídia impressa paulista sobre as eleições*. *Filologia e Linguística Portuguesa*, 15(1), 127-153. Recuperado em 25/03/2019 de <https://doi.org/10.11606/issn.2176-9419.v15i1p127-153>

Maingueneau, D. (2015b). *Discurso e Análise do Discurso*. (S. Possenti, Trad., 2ª. Reimp.). São Paulo: Parábola Editorial.

Maingueneau, D. (2002) – “Problème d’*ethos*. Pratiques, L’*ethos*, de la rhétorique à l’analyse du discours”, p 113-114 [versão electrónica] Recuperado em 12/10/2018 de: http://pagespersorange.fr/dominique.maignueneau/intro_company.html.

Maingueneau, D. (2015a). *A propósito do ethos*. In: Motta, D. A. & Salgado L. (orgs.) *Ethos discursivo*. São Paulo: Contexto, p. 11-32.

Maingueneau, D. (2018). *Ethos, cenografia, incorporação*. In: Amossy, R. (org.). (2ª. Edição, 3ª. Reimp.). *Imagens de si e do discurso: a construção do ethos*. São Paulo: Contexto, p. 69-91.

Marlangeon, S. K. de. (2017). *Contribuições para o estudo da descortesia verbal*. In: SEARA, I. R., CABRAL, A. L. T. & GUARANHA, M. F. (Orgs). *Descortesia e Cortesia: expressão de culturas*. São Paulo: Cortez Editora, p. 95-108.

Marques, M. A. (2009) - *Quando a cortesia é agressiva. Expressão de cortesia e imagem do outro*. In: Oliveira, F. & Duarte, I. M. (Orgs.). *O Fascínio da Linguagem, Colóquio de Homenagem à Professora Doutora Fernanda Irene Fonseca*. Porto. Centro de Linguística da Universidade do Porto. Faculdade de Letras da Universidade do Porto, p. 277-296.

Marques, M. A. (2014) - *Cortesia, formas de tratamento e géneros discursivos - condições de ocorrência e de uso*. In Seara, I. (org), *Cortesia: Olhares e reinvenções*. Lisboa: Chiado Editora, p.145-172.

Mendes, R. B. (2017) *A terceira onda da sociolinguística*. In: Fiorin, J. L. (Org). *Novos caminhos da linguística*. São Paulo: Contexto, p. 103-123.

O Estadão. *Política. Eleições 2018*. Recuperado em 5/9/2019 de <https://politica.estadao.com.br/eleicoes/2018/cobertura-votacao-apuracao/segundo-turno/presidente>.

Oliveira, H. G. (2018). *Fazer falar e fazer calar: relações de poder em uma construção histórica do discurso de liberdade de expressão*. In AQUINO, Z. G. O.; Gonçalves-Segundo P. R. & PINTO, M. A. G. (Orgs). O poder do discurso e o discurso do poder - v. 1. São Paulo: Editora Paulistana, 353p. Recuperado em 25/12/2018 de <http://cied.fflch.usp.br/>.

Pedroso de Campos, J. *Quem são os treze candidatos à Presidência da República em 2018*. Recuperado em 10, março, 2019 de <https://veja.abril.com.br/politica/quem-sao-os-13-candidatos-a-presidencia-da-republica-em-2018/>.

Pimentel, A. (2014). *Pesquisa exploratória da violência psicológica por meio da linguagem*. Filologia e Linguística Portuguesa, 15(1), p. 7-26. Recuperado em 15/11/2018 de <https://doi.org/10.11606/issn.2176-9419.v15i1p7-26>

Ribas. E.; Ribas. A.; Pinho. D. da S.; lahm. R. A. (2007). *A influência da linguagem virtual na linguagem formal de adolescentes*. IX Ciclo de Palestras: Novas Tecnologias na Educação. *RENOTE*. Recuperado em 15/05/2018 de <http://www.cinted.ufrgs.br/ciclo9/artigos/8dElisangela.pdf>.

Ribeiro, Laura. Redes sociais: 176 termos de social media que você precisa conhecer. Disponível em <https://rockcontent.com/blog/glossario-de-redes-sociais/#p> [Publ em 21/09/2016; atualizado em 21/07/2020].

Richter, F. (2019) *Facebook Inc. Dominates the Social Media Landscape*. Recuperado em 10/10/2019 de <https://www.statista.com/chart/5194/active-users-of-social-networks-and-messaging-services/> SOCIAL MEDIA. Oct 2, 2019

Saldanha, I. C. D.; Tscherne, M. (2017). *Linguagem, Nova Retórica e Violência Verbal nas redes sociais*. In: Travessias Interativas.13. Recuperado em 4/12/2018 de https://www.researchgate.net/publication/318532059_linguagem_nova_retorica_e_violencia_verbal_nas_redes_sociais_language_new_rhetoric_and_verbal_aggressiveness_in_social_network.

Seara I. R. (coord.). (2014) *Cortesia: olhares e (re) invenções*. Lisboa: Chiado Editora. Prólogo p. 11-25.

Seara, I. R. (2007). *Mekie? É d+ pa mim qd as xs tcl cm o ppl! Para o estudo das interações eletrônicas síncronas: uma tensão entre omnipresença e abandono*. Lobo, M. Coutinho M. A. Orgs. In: XXII Encontro Nacional da Associação Portuguesa de Linguística – Textos selecionados. Coimbra: Associação portuguesa de linguística, p. 593-609.

Seara, I. R. Albuquerque, R.; Cabral, A.L.T. (2019). *Cadernos de Linguagem e Sociedade: (Im)polidez em diferentes contextos sócio-interculturais - Editorial*. v.

20 n. especial (2019): Dossiê Estudos sobre polidez. Brasília, Universidade de Brasília, Programa de Pós-graduação em Linguística. Recuperado em 23/08/2020 de <https://periodicos.unb.br/index.php/les/article/view/29579/25203>.

Seara, I. R. Cabral. A. L. T. (2017) *O comentário elogiativo nas redes sociais: estratégias de cortesia valorizadora*. In: Revista da Associação Portuguesa de Linguística. Nº 3 – 09/ 2017. P.311-332 Recuperado em 17/02/2020 de <https://doi.org/10.26334/2183-9077/rapln3ano2017a17>.

Seara, I.R. (2017) *Contributo para o estudo da (des)cortesia verbal: estratégias de atenuação e de intensificação nas interações*. IN: Cabral, A. L. T.; Seara. I. R.; Guaranha, M. F. Descortesia e Cortesia: expressão de culturas. São Paulo: Cortez Editora, p. 233-265. ISBN 978-85-249-2568-9

Seara, I.R. e Werneck, L. (2019). Linguagem e poder nas mídias brasileira e portuguesa: o caso Marielle Franco. IN *Diacrítica, Revista do Centro de Estudos Humanísticos da Universidade do Minho*. Vol. 33, n. ° 3, 2019, pp. X–XX. DOI: 10.18651/0000018651065 (no prelo).

Searle, J. R. (2002). *Expressão e significado: estudos da teoria dos atos de fala*. (Trad. Camargo, A. C. G. G.; Garcia, A. L. M.) 2ª. Ed., São Paulo: Martins Fontes.

Stroppa, T. Rothenburg, W. C. (2015). *Liberdade de expressão e discurso do ódio: o conflito discursivo nas redes sociais*. In: Revista Eletrônica do Curso de Direito da UFSM v. 10, n. 2 / 2015.

Tracto. *Quantas pessoas têm acesso à internet no mundo?* Atualizado em 26/12/2017. Disponível em <https://www.tracto.com.br/quantas-pessoas-tem-acesso-a-internet-no-mundo/>.

Ulloa, L. C. Montecinos, F. N. (2008). *La generación messenger: Relevancia de la mensajería instantânea en la adolescencia chilena*. In: *Última década n°28*, CIDPA Valparaíso, julho 2008, p. 35-49.

Valente, J. (2018). *Saiba quais são os temas mais debatidos pelos brasileiros no Facebook*. Recuperado em 20/11/2019 de <http://agenciabrasil.etc.com.br/geral/noticia/2018-07/saiba-quais-sao-os-temas-mais-debatidos-pelos-brasileiros-no-facebook>.

Van Dijk. T. A. (2017a) – *Discurso e contexto: uma abordagem sociocognitiva*. Tradução Rodolfo Ilari. São Paulo: Contexto.

Van Dijk. T. A. (2017b) – *Discurso e Poder*. Hoffnagel, J.& Falcone, K. (orgs). (2ª. Ed.), São Paulo: Contexto.