

**DISCURSO POLÍTICO E ARGUMENTAÇÃO
NAS REDES SOCIAIS:
UM JOGO DE REPRESENTAÇÕES**

Zilda Gaspar Oliveira de Aquino (FMU)

ziaquino@usp.br

Renata Palumbo (FMU)

renata.palumbo@fmu.br

RESUMO

Neste artigo, busca-se compreender o processo de construção de identidade no discurso político em época eleitoral. Observamos o discurso de candidatos às eleições presidenciais, a fim de identificar as estratégias argumentativas utilizadas e que contribuíram para a construção de suas identidades, visando à consecução da vitória no pleito que estão disputando. O *corpus* constitui-se de discursos de Dilma Rousseff e de José Serra, candidatos à Presidência da República do Brasil, publicados em suas páginas no *Twitter*, durante o mês de maio de 2010. A discussão teórica fundamenta-se nos preceitos de Chilton (2004) sobre discurso político, de Charaudeau (2006), quanto às questões voltadas à identidade e à legitimidade, aliando-se aos de Perelman & Olbrechts-Tyteca (1996 [1958]), referentes à Nova Retórica. Os resultados da pesquisa apontam para a existência de um jogo de identidades discursivas na disputa eleitoral.

Palavras-chave: Discurso político. Identidade. Redes sociais. Argumentação.

1. Introdução

O advento das tecnologias, como o rádio, a televisão e, mais recentemente, a internet, trouxe mudanças significativas às relações humanas, principalmente, no que se refere aos espaços de interação, isto é, a sociedade midiaticizada avançou e alcançou espaços privados, expondo situações – antes reservadas a alguns lugares – ao olhar público. A prática discursiva, ao se fazer presente nessas inter-relações, ajusta-se a elas e cumpre o papel fundamental de transmitir informações a diversos públicos, de modo a encaminhar olhares, orientar sentidos múltiplos a respeito de acontecimentos, de pessoas, de lugares etc. A informação passa pelo olhar daqueles que a enuncia, é selecionada e organizada, de maneira a ser capaz não só de informar, mas também de formar opinião e persuadir milhões de pessoas. O discurso que se dissemina via tecnologia corresponde, pois, à ação modificadora de meios com particularidades que merecem ser desvendadas, tendo em vista o número de interlocutores que mobiliza.

No meio digital, ressalta-se que uma peculiaridade da internet é o fato de ela ter modificado alguns papéis sociais dos sujeitos do discurso. Assim, se transmitir informação para milhares de pessoas e formar opinião consistia, anteriormente, de práticas reservadas aos profissionais da televisão ou do rádio, hoje, a mídia digital permite a inúmeros cidadãos de várias camadas da sociedade expor, multiplicar e formar opinião.

Pelo fato de essas opiniões poderem alcançar outros espaços e pessoas de maneira a se difundirem e se revestirem de efeitos de verdade, a internet surge também como um meio promissor do discurso persuasivo, pelo qual se age na tentativa de controlar olhares, posicionamentos. No caso do político, que visa ao reconhecimento do eleitor para que este o legitime, torna-se imprescindível criar mecanismos pelos quais se alcancem reconhecimento e aceitação da maioria. Para tanto, um candidato pode utilizar esse meio digital como espaço de contato rápido e direto com os eleitores e selecionar estratégias discursivas que serão mantidas ou alteradas de acordo com a reação de seus interlocutores que aceitam ou rejeitam determinada posição. A seleção do que será informado, em *blogs* e outras redes sociais *online*, por exemplo, já revela uma tentativa de orientação argumentativa, de encaminhamento do internauta a que veja tal candidato como este se apresenta e, assim, dê-lhe “credibilidade e legitimidade” (CHARAUDEAU, 2006, p. 64), multiplicando essa opinião.

Por essa razão, pode-se dizer que o dinamismo que hoje se estabelece na sociedade da informação, após o surgimento da internet, traz condições peculiares ao político para que este aja pelo discurso, a fim de fortalecer sua autoimagem pública e de controlar o poder de decisão de seus eleitores. Trata-se, pois, como no caso das redes sociais *online*, do discurso do controle revestido da imagem do cotidiano, em que as informações selecionadas, bem como as silenciadas, a respeito da vida de um político, podem criar efeitos de verdade em razão do ambiente no qual elas são divulgadas.

A partir desses pressupostos, propomos, neste trabalho, observar os mecanismos acionados pelos candidatos às eleições presidenciais para a construção de suas identidades em busca de legitimação, ou seja, para a consecução do reconhecimento de seus eleitores, visando à vitória no pleito que estão disputando. Além disso, temos por objetivo identificar a orientação argumentativa que se inscreve nos valores ativados por esses políticos a partir dos quais constroem suas identidades. Trata-se de um recorte de nossa pesquisa em que buscamos evidenciar marcas linguísti-

co-discursivas constitutivas do discurso político no Brasil, com especial destaque aos ocupantes ou que buscam ocupar o cargo mais elevado de nossa nação. Como *corpus* deste trabalho selecionamos discursos de Dilma Rousseff (PT) e de José Serra (PSDB), então candidatos à Presidência da República Federativa do Brasil, publicados em suas páginas no *Twitter*, durante o mês de maio de 2010.

O tratamento dispensado ao corpus prevê a identificação do tópico discursivo de cada *tweet* analisado, tendo em vista o valor argumentativo da seleção efetuada. Buscamos ainda destacar que as estratégias argumentativas utilizadas por esses então candidatos denotam encaminhamento para a construção de suas identidades. Está prevista a correlação dos tópicos a acordos, presunções, valores e lugares a partir do que dispõem Perelman & Olbrechts-Tyteca (1996).

2. *O jogo online no discurso político*

Agir por mecanismos discursivos corresponde a uma atividade de coprodução de sentidos, cujas possíveis interpretações resultam do encontro entre o sujeito que enuncia e, pelo menos, mais outro com quem ele dialoga e a quem interpreta. Desde Aristóteles, concepções dessa ordem já eram consideradas e ressurgem em trabalhos de grande importância, como o de Bakhtin/Médvedev (1985) em que se assinala estarem as atividades linguísticas diretamente ligadas às características históricas e sociais do momento da enunciação.

Nessas práticas do discurso, em condições específicas da vida pública na política, cada qual age e reage discursivamente para fins definidos e determinados a partir daquilo que imagina do outro. Essa percepção está atrelada às configurações de épocas distintas e é efetivada por sujeitos sociais, os quais defendem e falam em nome de valores e, assim, assumem identidades não de modo estável e limitado, mas sim adaptável e múltiplo, sobretudo, por conta tanto dos vários papéis assumidos por eles na sociedade quanto dos lugares em que seus discursos são produzidos.

Em relação a esses lugares, as características específicas das situações sociais nas quais circulam os discursos políticos propiciam um jogo de imagem acentuado. Isto porque, nesses espaços de prática política, atuam tanto os agentes que procuram manter seu poder, no caso brasileiro o PT (Partido dos Trabalhadores), quanto os que buscam resistir a ele ou mesmo tomá-lo, como o quer o PSDB. Esta é a posição teórica de

Chilton (2004) a respeito do conceito macro de política. Também Charaudeau (2006, p. 46) assinala que “a política é um campo de batalha em que se trava uma guerra simbólica para estabelecer relações de dominação ou pactos de convenção. Consequentemente, o discurso das ideias se constrói mediante o discurso do poder [...]”.

Além disso, outra característica específica do sistema democrático diz respeito à necessidade de os políticos terem de conseguir adesão da instância cidadã para alcançarem ou manterem o poder fazer de um Estado. Assim, por conta de uma tradição institucional, a legitimidade será conferida a ele caso um sujeito coletivo o aceite, autorize-o a assumir dada função. Torna-se, pois, necessário levar em conta as características contextuais imbricadas nessas práticas discursivas – os lugares em que elas são produzidas, os vários papéis sociais postos em cena pelos participantes e os textos previstos –, para que se possa analisar, pelo dito e pelo não dito, a configuração do jogo de imagens constitutivo de cada político. A respeito desse jogo, Charaudeau (2006, p. 8) assim se pronuncia:

O discurso político é, por excelência, o lugar de um jogo de máscaras. Toda palavra pronunciada no campo político deve ser tomada ao mesmo tempo pelo que ela diz e não diz. Jamais deve ser tomada ao pé da letra, numa transparência ingênua, mas como resultado de uma estratégia cujo enunciador nem sempre é soberano.

De fato, a prática política – em seu sentido macro – move o discurso dos sujeitos de forma a fazê-los selecionar determinadas informações e ocultar outras, uma vez que, nesses contextos situacionais, o dizer é ação direcionada, ora para grupos específicos, ora para outros, na tentativa de alcançar e agradar (objetivo retórico) a maioria. Tais procedimentos consistem de estratégias de busca de legitimidade, pois possibilitam aproximação ou distanciamento com o povo, de tal modo que este possa reconhecer um dos candidatos como o mais adequado para representar seus interesses. Tal resultado é extremamente necessário para o político, já que ele está engajado em uma luta, em que pleiteia, como exposto, um poder que é concedido pelo cidadão, por meio do voto.

A não neutralidade do discurso, já sobejamente discutida por Benveniste (1960), parece não se ter disseminado no meio político que ainda se pretende ingênuo ou que prevê que seu interlocutor o seja. Nessa direção, ressaltamos que todo discurso, mesmo que queira se apresentar como neutro ou inocente, pode carregar em si um sentido político, caso a situação o autorize. Do mesmo modo, há a possibilidade de um enunciado aparentemente político ser organizado como pretexto para enunciar

algo que não seja necessariamente da política. Não é, portanto, o discurso que se determina político, mas sim a situação que o torna, ou seja, o contexto (em seu sentido amplo) que politiza a prática discursiva (Charaudeau, 2006). Esta politização de discursos, aparentemente do cotidiano, ocorre nos enunciados selecionados das páginas do *Twitter* dos então candidatos à presidência da República Federativa do Brasil, conforme buscamos apresentar em nossas análises.

Levando-se em conta os estudos do Círculo de Bakhtin (1952-1953), torna-se possível também afirmar que aqueles para quem os discursos são direcionados no *Twitter* exercem papel significativo, à medida que o político procede a “uma ativa compreensão responsiva” (BAKHTIN, 2003, p. 301) desde o início de sua elaboração discursiva. Assim, trata-se de considerar que as especificidades do gênero discursivo estão relacionadas às práticas inerentes à esfera de comunicação política e é nesse viés que as formulações dos candidatos à presidência da República dialogam com os discursos do cotidiano e, mais do que isto, revestem-se de sua imagem, para que alcancem efeito de credibilidade em termos de simular a apresentação de atividades da vida diária.

Ainda quanto às singularidades do gênero discursivo em questão, tem-se que os sentidos dos enunciados são constituídos não só a partir do que se apresenta textualmente, mas também por meio de material semiótico peculiar dos espaços virtuais de circulação dos discursos (dimensão verbal, não-verbal, sincrética), e pela situação interacional (dimensão social), em que estão incluídas as características históricas e sociais do momento político de sua produção.

Em razão de a leitura na internet não se processar linearmente (SNYDER, 1996), os leitores podem acompanhar o que é publicado no momento de seu acesso ou anteriormente. Por isso, as estratégias argumentativas utilizadas pelos políticos em discursos que circulam nesse meio precisam ser cuidadosamente selecionadas, pois os internautas poderão confrontar imediatamente os discursos, as informações que circulam na rede. De fato, é preciso lembrar que o leitor virtual possui acesso ilimitado a outros enunciados e pode fazer escolhas locais e sucessivas ao mesmo tempo em que entra em contato com um *site* específico (KOCH, 2007), o que lhe permite a atualização de dados e de informações e, conseqüentemente, a aceitação ou não do que é exposto.

Tais especificidades implementadas em especial pelo uso das redes sociais levam-nos a atentar para a possibilidade de existência de uma

construção contínua de sentido nos enunciados dos políticos. Ações e reações podem ser selecionadas conforme o candidato entenda a opinião pública em dado momento social e isto pode ser um indício de que se localize uma argumentação peculiar, quando atentamos à ordenação dos mecanismos linguísticos presentes nas páginas do *Twitter*, por exemplo. A este respeito, Charaudeau (2009, p. 279) ressalta:

Para poder decir el porqué y el cómo de los fenómenos del mundo, el sujeto que argumenta también tiene la limitación de cierto ordenamiento de las operaciones. Diremos que debe consagrarse a una actividad cognitiva cuádruple: problematizar, tomar posición, elucidar y probar.

Se problematizar constitui ponto-chave nessa interação, a tomada de posição marca-se como prática importante para a argumentação no *Twitter*, já que o relato, no *tweet*, quanto ao que se faz, direciona os papéis sociais assumidos e, assim, dá a entender as representações sociais privilegiadas. Nessas ocasiões, como em outras, ao relatar, o político cumpre o papel de portador de valores, ou seja, uma voz que enuncia um ideal social revestido de crenças oriundas de tradições sociais, as quais implicam a necessidade da existência de um provedor capaz de realizar (saber fazer) um sonho coletivo.

Com efeito, os discursos dos políticos são marcados por seleções linguísticas que orientam o eleitor a vê-los com credibilidade, isto é, as informações são organizadas de modo a dar evidência de competências e habilidades – aquelas que um representante de uma sociedade deve possuir a partir do que foi consagrado pelas regras sociais – vistas como essenciais para o representante do povo ser capaz de colocar em prática as propostas por ele apresentadas. A este respeito, Charaudeau (2006, p. 80-81) assinala: “É preciso, portanto, que o político saiba inspirar confiança, admiração, isto é, que saiba *aderir* à imagem ideal do chefe que se encontra no imaginário coletivo dos sentimentos e das emoções”.

Mostrar-se crível é, então, uma maneira de o político tentar alcançar o direito do fazer e, assim, pode-se dizer que a confiança constitui fator importante, pois leva o cidadão a dar ou não legitimidade ao candidato para assumir um cargo institucional e poder decidir em nome da população. A busca por legitimidade, objetivo principal dos sujeitos políticos inseridos no sistema democrático, remonta novamente à questão do jogo de imagens instaurado entre os que concorrem em um pleito, uma vez que há inúmeras tentativas de construção de imagens de si sob determinado ângulo, a fim de, pelo menos, criar nos eleitores uma disposição para a ação, a qual poderá se realizar em um momento oportuno, com o vo-

to. Acreditamos que esse resultado primeiro da argumentação, a conquista da adesão do público, esteja relacionado estreitamente com as identidades assumidas pelos sujeitos políticos, ou seja, com as representações sociais constituídas e constituintes de seus discursos, conforme apresentamos a seguir.

3. Construção de identidades como estratégia de busca por legitimidade

Individualidade e coletividade são constitutivas dos sujeitos sociais, isto é, ao mesmo tempo em que podemos fazer escolhas discursivas e comportamentais que nos caracterizam, que nos individualizam, a socialização é inerente à construção do EU, pois só é possível conceber um EU na relação estabelecida entre este e os outros, conforme a análise do discurso já discutiu sobejamente a partir dos estudos de Authier-Revuz (1982). Neste sentido, somos seres, ao mesmo tempo, coletivos e individuais, portanto, procedemos ao uso singular e ao coletivo do discurso e, assim, partilhamos identidades uns com os outros.

Por tal razão, é possível dizer que há, no mínimo, uma dupla identidade, produto da imagem criada de si e do outro, que pode ser localizada nos discursos dos sujeitos no momento em que eles ativam vozes pertencentes a grupos específicos e assumem, a partir disto, determinada hierarquização de valores típica de uma entidade social já legitimada. Criar identidades, pois, implica falar em nome de alguém e, consecutivamente, trazer para si certos valores que determinarão os efeitos que dizem respeito à imagem pública do sujeito enunciador, a qual garantirá ou não a ele um lugar em certo espaço social.

Além disso, importa salientar que nossas ações languageiras são perpassadas pelas normas e pelas convenções sociais instauradas historicamente e em situações discursivas específicas. Isto quer dizer que não somos totalmente livres, uma vez que há certa expectativa em relação aos nossos discursos e convenções sociais nas quais estes estão inseridos, portanto, pode-se afirmar que os participantes são cúmplices das regras que permeiam os atos linguísticos e agem dinamicamente, assumindo, por decorrência dessa configuração, diversas identidades constituídas no diálogo entre o Eu e o outro, conforme também os propósitos enunciativos.

A partir desses fatores, nos discursos políticos, embora devamos levar em conta sua estabilidade relativa e, assim, suas especificidades,

precisamos também observar a individualidade do sujeito político e o campo de enunciação, ou seja, quais identidades ele assume em seu “contrato de comunicação” (CHARAUDEAU, 2006), já que é por meio dessas identidades sociais que o político projeta sua legitimidade.

Logo, entende-se que a identidade pode ser constituída de diversas maneiras, conforme, principalmente, as normas institucionais que regem cada prática social numa determinada época. Isto quer dizer que o político pode falar em nome de um grupo específico, conforme a situação assim o permitir e requisitar, e assumir características similares que lhe conferem identidades psicológicas e sociais, gerando, provavelmente, um sentimento de pertencimento e de identificação. A junção do EU e do outro (dupla identidade) pode, desse modo, ocorrer inúmeras vezes em uma mesma interação por meio dos valores assumidos no discurso em determinados momentos.

Ainda, ressalta-se que, conforme Charaudeau (2006), a legitimidade pode-se dar de dois modos. Por *filiação*, advinda de: a) herança (o sujeito recebe o poder de seu ascendente, independente da vontade popular); b) pertencimento a um grupo social (o herdeiro recebe a herança dos membros de seu grupo que já exerceram cargos importantes); c) ordem biológica (não está vinculado a heranças, consiste no ser notável). Como também a legitimidade pode ocorrer por *formação*, em que se supõe ter o político passado por instituições de prestígio de maneira destacada, e por *mandato*, em que o povo é quem tem o direito de governar. Neste caso, pode-se pensar na tomada do poder pelo povo ou na eleição de alguém que o represente, como se verifica nas condições de produção de nosso *corpus*.

De modo geral, em todas essas possibilidades de alcançar legitimidade, estão imbricados papéis sociais e identidades os quais passam pelo crivo de uma sociedade convencionalizada a aceitar ou a rejeitar determinadas categorias de grupo. Isto revela que um político joga com diversas identidades, incluindo-se como membro de determinados grupos, ou mesmo, como admirador de outros, tornando essa questão sobre o grupo e seus membros significativa para a argumentação do discurso político.

4. O grupo e seus membros como estratégia argumentativa no discurso político

De acordo com Perelman & Olbrechts-Tyteca (1996, p. 366) “Os indivíduos influem sobre a imagem que temos dos grupos aos quais pertencem e, inversamente, o que achamos do grupo nos predispõem a certa imagem daqueles que dele fazem parte”. Esta posição permite refletir sobre o fato de que as atitudes dos membros de um grupo são significativas para a construção da imagem que fazemos do coletivo, como ocorre entre os partidos políticos e as pessoas que deles tomam parte. Assim, o prestígio de um político pode estar associado à imagem constituída a respeito de sua filiação partidária, ou vice-versa, a partir do que se entende como postura prevista e aceita no cenário da política.

Essa questão parece-nos complexa se levarmos em conta que um sujeito pode fazer parte de diversos grupos. No campo da política, a própria constituição de identidade de um partido implica a propagação de ideais, de costumes e de valores os quais estão engajados em imaginários coletivos pertencentes a diversos agrupamentos que constituem uma sociedade como tal. Essa complexidade refere-se também à noção de grupo, como postulam Perelman & Olbrechts-Tyteca (1996, p. 366), já que esta é, por vezes, confusa, uma vez que a delimitação de fronteiras é prática nem sempre consensual. Alguns grupos, como familiares, religiosos, profissionais, tendem a ser mais reconhecidos pela maioria em razão de serem legitimados por certas instituições. Por outro lado, alguns nascem de comportamentos isolados, ou mesmo, destacam-se por agirem de modo diferente da maioria e é nesta relação entre o tradicional e o novo que se formam grupos múltiplos no interior de uma sociedade, os quais serão categorizados, julgados e aceitos ou não por uma maioria. Assinala-se que tal condição não se caracteriza por ser fixa, imutável, pois a imagem de um grupo pode-se alterar conforme as mudanças sociais e, em específico, dos valores reconhecidos como unânimes.

Tem-se observado, no percurso da política brasileira, a criação de identidades partidárias, nas quais alguns grupos sociais são privilegiados por apresentarem posicionamentos e ideias que buscam garantir alguns direitos e ressaltar determinados valores, a fim de conseguirem identificação e, assim, legitimidade; entretanto, recentemente, examina-se a difusão dessas identidades por parte de alguns políticos, uma vez que o fato de precisarem alcançar a maioria leva-os a buscar aceitação de grupos antes não inclusos de modo evidenciado em seus discursos. Trata-se, pois, de se considerar que as mudanças de uma sociedade estão imbrica-

das na constituição dos grupos partidários em que, no jogo do parecer, marcam-se estratégias discursivas de correlação de imagens, de modo amplo agora, como mecanismo de justificar comportamentos e de promover um candidato para torná-lo solidário com a maioria. Tal procedimento pode ser observado como tentativa de controle, cujos efeitos revelam múltiplas identidades na situação política de disputa as quais promovem a razão da soberania popular.

Nessa relação análoga entre membros e grupo, ou mesmo, entre grupos, recorre-se a valores no intuito de motivar o público a fazer determinadas escolhas e, acima disto, de justificar, como exposto, atitudes para que estas se tornem aceitáveis, aprovadas e vistas com prestígio. Torna-se, logo, a seleção direcionada de valores um objeto de acordo e um elemento de comunhão que pode fortalecer a argumentação. A respeito disto, Perelman & Olbrechts-Tyteca (1996, p. 84) ressaltam:

Estar de acordo acerca de um valor é admitir que um objeto, um ser ou um ideal deva exercer sobre a ação e as disposições à ação uma influência determinada, que se pode alegar em uma argumentação, sem se considerar, porém, que esse ponto de vista se impõe a todos. A existência dos valores, como objetos de acordo que possibilitam uma comunhão sobre modos particulares de agir, é vinculada à ideia de multiplicidade dos grupos.

Ainda a respeito dos valores, destacamos de Charaudeau (2006) o fato de que um político necessita de um consenso majoritário junto aos seus eleitores e, para tanto, agregam-se valores, aparentemente, correspondentes à maioria da opinião pública. Por outro lado, o estudioso também assinala que o sujeito político não deve abandonar ou enfraquecer os valores que a ele foram associados, sendo preciso, pois, agir sem se contradizer para que a imagem não seja enfraquecida ou fragmentada.

De modo geral, além de a escolha dos valores ser significativa para alcançar a adesão pretendida pelo político, é preciso organizá-los no discurso de modo a que fiquem claros para os eleitores. Dar evidência a alguns políticos que são muito aceitos pela maioria pode ser imprescindível para alcançar a massa e vencer o pleito; entretanto, em alguns momentos, as condições específicas de produção fornecerão as evidências necessárias ao enunciador de modo a que este se posicione a partir de valores específicos.

5. *Análise das identidades discursivas dos presidencialistas*

Procedemos à análise do discurso dos candidatos veiculado pelo *Twitter* no mês de maio de 2010 – cinco meses antes do pleito, para serem detectadas as estratégias argumentativas utilizadas tendo em vista a construção de determinada identidade que lhes assegurassem um lugar no espaço da política brasileira quanto ao mais alto cargo de representação a ser ocupado. As análises apresentam-se em dois blocos; o Bloco I corresponde ao discurso da candidata do Partido dos Trabalhadores (PT), Dilma Vana Rousseff e o Bloco II diz respeito ao discurso do candidato do Partido da Social Democracia Brasileira (PSDB), José Serra.

Reunimos os discursos postados de acordo com o tópico que estava sendo desenvolvido pelo candidato, por entendermos que tal procedimento permitiria a observação dos tópicos eleitos para a interação com os seguidores e, ainda, na reincidência/ na repetição deles, em discursos postados em datas ou horários diversificados, das marcas que poderiam ser tomadas como estratégicas no discurso político (no caso, com vistas à presidência), para que se construísse uma identidade passível de ser legitimada pelos eleitores.

5.1. Bloco I –

Nos *tweets* reunidos neste Bloco (I), e presentes na página da candidata Dilma Rousseff, observa-se a centração, a concernência do tópico em torno da mulher (segmentos de “a” a “h”). O tópico repete-se em dez dos vinte e dois *tweets* selecionados e, a cada um deles, caracteriza-se positivamente a figura feminina. Observemos os enunciados de “a” a “c”.

- a- Falei p/ a Vitória, a menininha q encontrei no aeroporto c/a família: quem sabe um dia você não vira presidente da República? Mulher pode, sim. about 17 hours ago via web
- b- É muito gratificante ver que as mulheres das novas gerações estão crescendo c/a confiança de que podem ocupar os mesmos espaços q os homens. about 17 hours ago via web
- c- Embarcando, em SP, encontro muito legal c/um casal jovem com crianças. A mãe fez questão de me mostrar p/a menina, dizendo: “mulher também pode”. about 17 hours ago via web

Neles, busca-se a adesão pela compatibilidade de imagens, da candidata e da mulher (a- mulher pode virar presidente da República); (b- mulheres podem ocupar os mesmos espaços que os homens); (c- mulher também pode). Nos segmentos de a- a c-, temos Dilma, criando a identi-

dade de uma mulher forte, poderosa, empreendedora, incentivadora e confiante na mulher brasileira.

Observemos os segmentos “d” e “e”:

- d- Obrigada, companheira Beatriz, pelas palavras carinhosas e pelo conselho "segue teu coração e tua consciência". <http://migre.me/Egok> 12:59 PM May 12th via web
- e- Das mulheres, ouvi palavras de força e agradecimento pelas obras e programas do governo federal nos últimos anos: saneamento, obra na BR 262. 3:28 PM [May 3rd](#) via web
- f- No encontro c/ Associação de Mulheres Rurais e c/mulheres empreendedoras de Uberaba, lembrei a importância do olhar feminino sobre o Brasil. 3:21 PM [May 3rd](#) via web

A imagem é a de mulher afetiva e conselheira, capaz de aconselhar (até a candidata à presidência (como em d-), incentivadora (como em “e”) e participativa (como em “f”).

Já nos segmentos de “g” e “h”:

- g- Por um olhar feminino para o Brasil. O artigo da Rosiska Darcy de Oliveira, no Globo, toca o coração e a razão de todas nós, mulheres. Bravo! 5:45 PM [May 2nd](#) via web
- h- É, amigas, nós, mulheres, ocupando espaços importantes na sociedade! RT: @Elianisales @dilmabr Nós mulheres estamos com TUDO!!! 9:04 AM [May 1st](#) via web

Temos que o eleitorado feminino citado, constituindo apoio, pois é aliado, está junto, é afetivo (g- toca o coração e a razão de todas nós; h- nós mulheres estamos com tudo!!!). A identidade que Dilma busca criar é de uma mulher, ao mesmo tempo, afetiva e racional. Ela promove a mulher brasileira, caracterizando-a de modo extremamente positivo, criando uma identidade de protetora, incentivadora e atenta em relação à mulher, para poder ser aceita e, assim, eleita e legitimada pelas mulheres brasileiras.

Nos *tweets* de i- e j-, o tópico centra-se ainda na mulher, mas agora revestido pela figura materna, como se pode observar:

- i- Hoje é o nosso dia. Parabéns a todas as mães. E um carinho especial para D. Dilma, minha mãe, e p/a Paula, que me fez mãe e em breve também será. 8:43 AM [May 9th](#) via mobile [web](#)
- j- A Paula será mãe do Gabriel, que nasce em setembro e que eu já conheci numa ecografia. Serei avó, e D. Dilma, a bisã, 8:52 AM [May 9th](#) via mobile [web](#)

Caracterizam-se por trazer à lembrança dos interlocutores a imagem da família, assim, valorizando-a, de geração a geração (filha, mãe, avó, bisavó). A identidade que se constrói é de alguém ajustado e inserido numa família, a partir da mulher, da mãe, dada como peça central.

Nos *tweets* subsequentes (de “k” a “o”), o tópico diversifica-se:

- k- Hoje é Dia do Assistente Social. Quero dar parabéns a essa importante categoria, fundamental na execução de programas como o bolsa família. 10:40 AM [May 15th](#) via [mobile web](#)
- l- O encontro de ontem à noite c/o coletivo de combate ao racismo do PT foi uma animação só. Música, candomblé, mães de santo. E muita mobilização. 8:06 AM [May 15th](#) via [mobile web](#)
- m- Estive na Missa c/o amigo Gilberto Carvalho. Emocionante estar c/gente de todo o país, representantes da população de rua, catadores de papel. [12:37 PM May 14th](#) via [web](#) @alexandre_ptes @silaslima_61 @LuciaMaRoP @SergioVilares
- n- boa tarde, pessoal... Hoje está sendo um dia cheio. De manhã, Missa dos Excluídos. [12:24 PM May 14th](#) via [web](#) [in reply to alexandre_ptes](#)
- o- Bom dia! Ainda há muito a avançar, mas neste 13 de maio há razões p/ comemorar. Na FSP hoje: renda de negros e pardos aumentou 222% em 8 anos. 4:54 AM [May 13th](#) via [web](#)

A candidata trata, como tópico, de cumprimentar uma categoria (assistente social), mas seu enunciado direciona-se ao papel desempenhado por esse profissional quanto a uma ação do governo Lula (k- o bolsa família), trunfo de quem defende a família desfavorecida economicamente. Mostra-se, assim, atenta aos necessitados e orienta seu discurso no sentido de que dará continuidade ao que o presidente Lula promoveu e, por isso, conseguiu credibilidade. Dilma, busca alcançar a credibilidade, para legitimar-se, a partir do que faz o representante máximo de seu grupo (PT). Além disso, o tópico a que se refere o segmento posterior (l-), trata do combate ao racismo e, assim, continua a buscar o apoio das minorias, estrategicamente, como o faz em m-, n-, o-, p-, q-, em que se refere a representantes da população de rua, excluídos, negros, empregadas domésticas com que se encontra em missas e comemorações. Busca, desse modo, construir a identidade de quem é popular e se preocupa também com os desfavorecidos, numa retomada do que fez Lula em sua campanha à presidência. Ouvir, ver ou ler o discurso de Dilma é atrelar sua identidade à do presidente em exercício, tanto mais que apareciam juntos em peças publicitárias em imagens veiculadas pelos jornais, revistas e pelas redes sociais.

Dilma retoma a imagem da mulher. Neles, destaca o papel da mulher trabalhadora que avança graças ao governo, como se observa nos segmentos de “p” e “q”:

- p- A história da Josenilda é a de muitos trabalhadores da região, q ganharam empregos e qualificação c/o desenvolvimento da nova industria naval
11:35 AM [May 8th](#) via [mobile web](#)
- q- E mais impressionante ainda, ontem, foi conhecer a história da Josenilda, que foi a madrinha do navio. Ex empregada doméstica, hj ela é soldadora.
11:27 AM [May 8th](#) via [mobile web](#)

Nos segmentos de r- a v-, reforça-se a identidade de Dilma Rousseff como propagadora da ação governamental da qual participa diretamente.

- r- Como falei agora há pouco na CBN, o acordo no Irã foi um gol de placa de nossa diplomacia... [6:09 AM May 17th](#) via [mobile web](#)
- s- Territórios de paz tem sido um importante programa do governo para redução da violência urbana. Reportagem no <http://www.dilmanaweb.com.br> [12:50 PM May 16th](#) via [web](#)
- t- A emoção tomou conta do ato da CUT. Presidente Lula se comoveu c/seus companheiros trabalhadores, q mostraram grande orgulho do nosso governo. [4:20 PM May 1st](#) via [web](#)
- u- Foi empolgante a participação no ato da CTB, UGT e NCST. Milhares de pessoas celebrando o crescimento do país c/distribuição de renda. [3:36 PM May 1st](#) via [web](#)
- v- Os trabalhadores e trabalhadoras brasileiros estão de parabéns pelo seu dia. Temos, de fato, o que comemorar. [3: 42 PM May 1st](#) via [web](#)

Os tópicos dizem respeito aos feitos governamentais (r- o acordo... foi gol de placa de nossa diplomacia; s- importante programa do governo; t- o programa (Bolsa Família) está construindo o futuro; u- CUT... grande orgulho de nosso governo; v- milhares de pessoas celebrando o crescimento do país; w- trabalhadores e trabalhadoras têm o que comemorar).

5.2. Bloco II –

O Bloco II, refere-se aos *tweets* localizados nas páginas do candidato José Serra, em que se examinaram os tópicos abordados e a correspondência com a construção de sua identidade. Nos segmentos a- e b-, o tópico discursivo refere-se a medicamentos, em especial aos genéricos.

Serra traz à lembrança dos eleitores o papel de onde fala, tendo em vista que é médico, implantou a lei do genérico no Senado e preocupa-se, assim, com a saúde pública, colocando-se como defensor da população brasileira nesse sentido.

- a- Nos EUA, os genéricos são mais de 40% do mercado; em países europeus, chegam a 50%. No Brasil, @efata67, podem aumentar muito mais. about 9 hours ago via web
- b- 20 de maio, Dia Nacional do Medicamento Genérico. Você tem razão, @tiba_cps, a população economizou R\$ 13,7 bilhões. about 9 hours ago via web

Os resultados das pesquisas de voto começaram a apontar para a ascensão de Dilma como favorita – conforme pesquisa DataFolha efetuada em maio de 2010. Serra muda seus tópicos, nesse momento, e busca, por exemplo, tratar de mostrar-se afeito ao Nordeste, atento à cultura Nordestina, tendo em vista que esse eleitorado, até então estava propenso a escolher Dilma como continuadora do modelo governamental do PT. Assim, a mudança de tópicos fez-se relevante para o candidato, naquele momento, em razão, inclusive, de o discurso circular por meio de uma rede social que tem por característica a rapidez na divulgação de informações e que poderia, assim, agilizar a formação de opiniões no sentido de lhe beneficiar. Desse modo ocorre nos segmentos de “a” a “d”:

- a- Dois dias de maratona no Ceará com minha fábrica de adrenalina **fazendo hora extra...** Hoje, em Fortaleza, **o dia começou cedo e animado**. 11:06 PM May 18th via web
- b- A liga dos indormíveis sentiu minha falta, na madrugada passada? Dormi mais cedo, @jorgeleonardo1! **Tinha compromissos desde as 7 da manhã**. about 9 hours ago via web
- c- Vim para Fortaleza e **dei três entrevistas até duas da manhã**, @Diegodhb. Passo o dia aqui. **E acordo daqui a pouco, às sete e meia...** 11:42 PM May 17th via web
- d- Vou ao Ceará segunda-feira, @bloghenrique. Fico dois dias aí com **uma agenda bem movimentada**. 10:34 PM May 14th via

Nesses segmentos, o candidato passa a visitar e a referir-se ao Nordeste, apresenta-se como um trabalhador incansável.

Nos *tweets* em que os tópicos se direcionaram à cultura, segmentos de “e” a “k”, Serra marca sua oposição quanto às ações do governo da situação:

- e- Sério, recomendo. Muito bom! RT @swatbless: @joseserra esse vídeo me fez refletir <http://migre.me/GS0a> about 9 hours ago via web

- f- Eu tenho um blog de notas, @DanielSQGroth, com ideias, artigos, publicações etc. Aqui: <http://migre.me/GRZL> about 9 hours ago via web
- g- Tripliquei o orçamento da cultura no governo de São Paulo, @marciotsantos, de R\$ 300 milhões para R\$ 900 milhões. [11:59 PM May 15th](#) via web
- h- São uns 800 espetáculos e 5 mil artistas. Mas o espetáculo mais fascinante é o da multidão nas ruas, praças e centros culturais. [11:42 PM May 15th](#) via web
- i- Chegando da @virada cultural. Meu primeiro roteiro foi Pinacoteca, Estação da Luz, Sala São Paulo e SESC Consolação. [11:34 PM May 15th](#) via web
- j- Criei a Virada Cultural em 2005, quando era prefeito de SP. Nunca pensei q levaria 4 milhões de pessoas às ruas! Vídeo: <http://migre.me/F2ZH> [10:52 PM May 14th](#) via web
- k- Pra quem tem fôlego e está em SP: @virada cultural a partir das 18h de sábado até 18h de domingo. Programação: <http://migre.me/F2Yu> [10:49 PM May 14th](#) via web

Serra apresenta ações para marcar-se como intelectual, admirador e investidor das questões culturais, o que se contrapõe às ações do PT.

A referência a valores no que diz respeito ao NE mantém-se no discurso de Serra que se mostra político presente, como se observa nos segmentos l-, m-, n-, o-, p-, q- a seguir.

- l- Continuo cantarolando O Último Pau-de-Arara... Pra vocês, uma bela apresentação do Fagner: <http://migre.me/FSzS> Boa noite a todos. [11:43 PM May 17th](#) via web
- m- Mais do que contente, @Gustavodepaula1, feliz da vida ao ver tantos jovens cearenses movidos pela alma e não pela máquina. [11:25 PM May 18th](#) via web
- n- Só deixo o meu Cariri no último pau-de-arara... Cantei agora à noite, no Crato, @sumidamesmo. Eu e o @Tassojer, vejam: <http://migre.me/FSVx> [11:05 PM May 17th](#) via web
- o- No Ceará, sugestão irrecusável: ouvir o repentista Luizinho de Irauçuba. Aqui em duelo ótimo com Amazan: <http://migre.me/FA6F> [11:38 PM May 16th](#) via web
- p- Passo o dia no Cariri: Juazeiro do Norte, Crato e Barbalha. Em Fortaleza, 3ª feira, encontro com muitos de vocês aqui do *Twitter*. [11:31 PM May 16th](#) via web
- q- O Nordeste é a região que mais visitei até agora, @Medeiros_VP. Fui ao Rio G Norte, Bahia (2x), Pernambuco e Alagoas. Nesta 2ª feira: Ceará. [11:29 PM May 16th](#) via web

Entende-se que essa ação discursiva recorrente na página do *Twitter* do candidato possa ser analisada a partir dos preceitos de Perelman & Olbrechts-Tyteca (1996), quando dizem que a seleção direcionada de valores torna-se um objeto de acordo e um elemento de comunhão que direcionam argumentativamente o discurso. Além disso, esse procedimento contribui para a construção de uma identidade que se distancia daquela já constituída pelos discursos anteriores de José Serra e de seu grupo partidário. Tal fato vai ao encontro do que postula Charaudeau (2006), ao afirmar que o político deve agir discursivamente de modo que sua identidade tenha um alinhamento com as já constituídas no percurso de sua vida pública e, acrescentamos, assim, não se enfraqueça.

Para concluir as análises, retomamos o que propõe Charaudeau (2009) a respeito da organização das operações do sujeito que argumenta. Observamos um jogo político *online* em que os candidatos, por meio da ordenação de seus discursos nos *tweets*, tomaram posição, tentaram elucidá-la e prová-la, a partir da seleção e divulgação de algumas de suas atividades cotidianas.

6. Conclusão

Determinadas identidades construídas por Serra fazem-se a partir da relação com as já construídas pelo outro sujeito político (Lula). Há, portanto, um jogo entre as identidades de Serra e de Lula. Se antes dessa fase eleitoral, havia desprestígio quanto à figura de Lula, por parte do PSDB, nesse momento em que são postados os *tweets*, para Serra é conveniente aproximar-se de uma imagem que conquistou credibilidade e se legitimou por boa parcela do eleitorado brasileiro. Assim, o EU (Serra) junta-se ao EU (Lula) – o que remete a um NÓS (coletivo). Do mesmo modo, certas identidades construídas por Dilma constituem-se a partir da relação àquelas já construídas por outro sujeito político (Lula). Há, assim, um jogo entre as identidades de Dilma e de Lula.

A partir dessas observações, apresentamos as seguintes considerações: no caso de Dilma, a junção das identidades (sua e de Lula) remete ao mesmo partido, ou seja, ao dizer do governo, fala de si – a identidade da candidata é a própria identidade do PT (com acréscimos); no caso de Serra, trata-se de buscar na identidade de um membro ou do líder de outro partido valores que merecem ser agregados à imagem do candidato do PSDB, para conseguir credibilidade e ser legitimado pelos eleitores, para o cargo pleiteado.

Se por um lado, um político e seu grupo sabem jogar com as palavras, a fim de tentarem alcançar identificação e formar opinião em seu público de modo a persuadi-lo, por outro, seus adversários também o sabem. Instaura-se, logo, uma luta pelo poder, em que forças contrárias elaboram estratégias discursivas, por meio das quais se torna possível construir imagens diversas de si e do outro a partir do que se considera ser esperado e aceito pelo público em termos de posicionamentos ou de valores, isto é, das ideias defendidas nesses espaços de interação e da maneira como elas são transmitidas.

Na verdade, o jogo é muito mais complexo. A construção de identidades atua como estratégia de legitimidade, em que cada identidade pode direcionar-se à identificação de valores de um grupo específico (mulher, minorias, intelectuais etc.), ao mesmo tempo, a construção de identidade de grupo objetiva o reconhecimento de valores da população que aprova o governo. Com isso, observa-se um querer garantir a legitimidade e, assim, a persuasão de toda e qualquer parcela do eleitorado.

A recorrência a tópicos determinados e a retomada dos mesmos para, desse modo, ter-se a oportunidade de fazer lembrar, conforme destacamos com Perelman e Olbrechts-Tyteca (1996), ao eleitorado a postura, a posição do candidato frente a questões concernentes à população, faz-nos atentar para a importância de não só observarmos os processos de produção dos *tweets*, mas também a ordenação das postagens, tendo em vista que, por meio delas, chega-se à constituição de um texto maior, de um conjunto que permite observar como se dá a construção da identidade.

As análises efetuadas em relação ao discurso de Serra, quanto à mudança de tópicos e ao desenvolvimento destes, que se deu por meio da ativação de valores até então marcados no discurso de sua oponente, mostram que a estratégia utilizada não levou a que alcançasse o propósito de melhoria na preferência do eleitorado, possibilitando, inclusive, a desestabilização da imagem do candidato que acabou por ser derrotado nas eleições de 2010.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AUTHIER-REVUZ, J. Hétérogénéité montrée et hétérogénéité constitutive: éléments pour une approche de l'autre dans le discours. DRLAV. *Revue de linguistique*, n. 26, p. 91-151, 1982.

BAKHTIN, M. M/ MÉDEVEDV, P. N. *The formal method in literary*

scholarship. A critical introduction to sociological poetics. Cambridge: H. U. P, 1985.

BAKHTIN, M. M. Os gêneros do discurso (1952-1953). In: *Estética da criação verbal*. São Paulo: Martins Fontes, 2003, p. 261-306.

BENVENISTE, E. *Problemas de Linguística Geral I*. 4. ed. Trad. Maria Glória Novak; Maria Luisa Neri. Campinas: Pontes, 1995.

CHARAUDEAU, P. *Discurso político*. Trad. Fabiana Komesu e Dilson F. Cruz. São Paulo: Contexto, 2006.

_____. La argumentación persuasiva. El ejemplo del discurso político. In: SHIRO, M. et. al. *Haciendo discurso*. Homenaje a Adriana Bolívar. Caracas: Facultad de Humanidades y Educación, Universidad Central de Venezuela, 2009. Disponível em: <<http://www.patrick-charaudeau.com/La-argumentacion-persuasiva-El.html>>. Acesso em: 20 out. 2013.

CHILTON, P. A. *Analysing political discourse: Theory and practice*. London: Routledge, 2004.

KOCH, I. G. V. Hipertexto e construção do sentido. *Alfa*, vol. 51, n. 1, p. 23-38, 2007.

PERELMAN, C.; OLBRECHTS-TYTECA, L. *Tratado da Argumentação*. A Nova Retórica. 4. ed. Trad. Maria Ermentina Galvão. São Paulo: Martins Fontes, 1996.

SNYDER, I. *Hypertext: The electronic labyrinth*. Victoria: Melbourne University Press, 1996.