

CHIARI, Geovana. O discurso político eleitoral na campanha de 2014: a disputa dos sentidos de franqueza, agressividade e verdade no facebook. Cadernos Discursivos, Catalão-GO, v. 1 n 1, p.158-176, 2017. (ISSN: 2317-1006 - online).

O DISCURSO POLÍTICO ELEITORAL NA CAMPANHA DE 2014: A DISPUTA DOS SENTIDOS DE FRANQUEZA, AGRESSIVIDADE E VERDADE NO FACEBOOK

THE ELECTORAL POLITICAL DISCOURSE IN THE 2014 CAMPAIGN: THE DISPUTE OF THE MEANINGS OF FRANKNESS, AGGRESSIVITY AND TRUTH ON FACEBOOK

Geovana Chiari¹

RESUMO: Neste artigo, trataremos da produção dos efeitos de agressividade na campanha eleitoral de 2014, buscando compreender suas condições de emergência nas redes sociais, de modo a evidenciar os elementos que propiciariam determinados níveis e formas do dizer agressivo, analisando, assim, as condições de produção que nos permitem observar uma mudança do que se compreendeu como insulto, agressão na referida campanha.

PALAVRAS-CHAVE: Agressividade; Redes Sociais; Campanha eleitoral.

ABSTRACT: In this article, we will discuss the production of the aggression effects in the 2014 electoral campaign, trying to understand its emergency conditions in social networks, in order to highlight the elements that would provide certain levels and forms of aggressive discourse, thus analyzing the conditions of production that allow us to observe a change of what was understood as insult, aggression in this campaign.

KEYWORDS: Aggressiveness; Social networks; Election campaign.

Introdução

Sobre a injúria, haverá uma única lei para todos os casos. Ei-la: que ninguém, independentemente de quem quer que seja, cometa injúria. [...] Que ninguém, portanto, jamais pronuncie uma palavra dessa ordem num lugar consagrado aos concursos, na praça pública, no tribunal, enfim, em nenhum lugar de reunião.²

A agressividade que permeia a fala pública, assim como suas interdições, é conhecida desde longa data na história humana. No excerto supracitado, o filósofo Platão apresenta categoricamente o que almejava encontrar numa arena pública no século XI: um espaço purificado de todo e qualquer insulto ou zombaria.

Apesar de os tempos serem outros, os insultos, obviamente, continuam a se perpetuar, e com eles os rituais e interdições que transformaram e transformarão os

¹ Doutoranda do Programa de Pós-graduação em Linguística pela Universidade Federal de São Carlos. E-mail: geovanachiari@gmail.com

² Lois, XI, p. 934e-935b apud MONTIGLIO, 2015, p. 30.

dizeres. Na era da internet, das redes sociais, da televisão, vive-se um paradoxo, ao mesmo tempo em que somos constantemente interpelados a nos expressar, estamos sujeitos a regras, a leis construídas pelos discursos do *politicamente correto*, aos rituais que modificam os gestos, as expressões, a fala, práticas estas que nos fazem compreender o que já disse Foucault: “Sabe-se bem que não se tem o direito de dizer tudo, que não se pode falar de tudo em qualquer circunstância, que qualquer um, enfim, não pode falar de qualquer coisa” (1996, p. 21). Com base nos princípios discutidos por Pêcheux (1990, 1988), vê-se também que não se pode falar de qualquer modo, afinal, a agressão não se manifesta apenas no que é dito, mas também no modo como se agencia o dizer.

A política, em relação a outros campos e cenários de interlocução, é caracterizada como arte da disputa, como prática agonística, a qual propicia o embate. A agressividade parece ocupar um lugar de destaque quando se trata do debate de ideias políticas, sobretudo em períodos de campanha eleitoral. Os programas de televisão, as mídias digitais tornam-se verdadeiras arenas, onde os gladiadores são os candidatos a algum cargo político, e a armadura, bem como as armas de ataque, materializam-se nas expressões faciais, no corpo e nas palavras.

A violência existe no discurso político justamente pela presença do confronto de opiniões, projetos com objetivos variados, a luta pelo poder e a conquista de novas posições ou manutenção delas. Esse confronto pode ser mais ou menos agressivo dependendo do que concebemos como ‘agressividade’ de uma cultura a outra, ou mesmo de um tempo ao outro.

Neste artigo, trataremos da produção dos efeitos de agressividade na campanha eleitoral de 2014, buscando compreender suas condições de emergência nas redes sociais, de modo a evidenciar os elementos que propiciariam determinados níveis e formas do dizer agressivo, analisando, assim, as condições de produção que nos permitem observar uma mudança do que se compreendeu como insulto, agressão na referida campanha.

Para tanto, apresentaremos algumas considerações da dissertação de mestrado intitulada “Entre insultos e falsas harmonias: a construção dos efeitos de agressividade no discurso político eleitoral na campanha de 2014”, trabalho que desenvolvemos no

CHIARI, Geovana. O discurso político eleitoral na campanha de 2014: a disputa dos sentidos de franqueza, agressividade e verdade no facebook. Cadernos Discursivos, Catalão-GO, v. 1 n 1, p.158-176, 2017. (ISSN: 2317-1006 - online).

período de 2015 a 2016. Tal estudo constatou que a distribuição do discurso político agressivo relaciona-se de forma direta com as formas e a intensidade da agressividade.

Procuraremos pensar o dito agressivo sob uma perspectiva discursiva, amparando-nos na teoria da Análise do Discurso, particularmente nos estudos de Michel Foucault, o qual nos oferecerá ferramentas que nos auxiliarão na compreensão da constituição dos discursos, bem como das suas emergências, tendo em vista os rituais e coerções envolvidos na produção de seus efeitos.

Esta campanha foi caracterizada como sendo extremamente agressiva por vários jornalistas e pesquisas realizadas ao longo do período pré-eleitoral. O *site* do jornal Folha de São Paulo³, por exemplo, veiculou, no dia 22 de outubro de 2014, uma notícia intitulada “71 % criticam agressividade na eleição”, referindo-se a uma pesquisa feita pelo Datafolha, a qual constatou que 71 % dos eleitores entrevistados criticavam o conflito agressivo entre os candidatos na campanha política de 2014.

O *site* do jornal Estadão⁴ veiculou no dia 26 de outubro de 2014 a notícia intitulada “Dilma e Aécio votam e trocam críticas sobre agressões na campanha”, na seção Política Eleições, mostrando que o PT atribuía a agressividade ao PSDB, e esse atribuía as agressões à campanha Petista. Nessa reportagem, Dilma critica a campanha de Aécio dizendo que a mesma valeu-se de “tratamentos indevidos”, e o tucano, por sua vez, qualifica a campanha do PT como ‘terrorista’.

Tal disputa foi considerada em várias notícias como sendo uma campanha calcada na intolerância de gênero, intolerância política, intolerância racial, recorrendo a discursos ditos corrosivos e preconceituosos contra a mulher, o nordestino, os pobres, os ricos, dentre outros.

É importante ressaltar que estas notícias, também entendidas como construções discursivas, apresentam uma leitura, uma impressão sobre o que seria agressivo. O que existe são vontades de verdade (Foucault, 1996) de que o discurso é agressivo, mesmo porque o que é compreendido como ‘agressividade’ em uma época ou em uma dada cultura pode não o ser em outra.

³ <http://www1.folha.uol.com.br/poder/2014/10/1536236-71-criticam-agressividade-na-eleicao.shtml>

⁴ <http://politica.estadao.com.br/noticias/eleicoes,dilma-e-aecio-votam-e-trocam-criticas-sobreagressoes-na-campanha,1583067>

Entretanto, a constante reprodução de discursos que caracterizariam a campanha de 2014 como agressiva, já constitui um indício pertinente para análise do que se compreendeu como insulto, agressão. Outra importante questão que nos impulsiona a olhar para a campanha de 2014 é a intensificação do uso das redes sociais que favoreceria um possível aumento da agressividade ou a produção de uma maior visibilidade do dito agressivo, em relação a outras campanhas.

Podemos observar que, ao longo dos anos, o debate de propostas foi dando lugar a discussões que priorizam questões pessoais, as relações intersubjetivas. Na medida em que se foi polarizando a política, tem-se a impressão de que as propostas, os partidos, foram perdendo suas especificidades, possibilitando a produção de uma agressividade cada vez mais acentuada, uma vez que se perde de vista o debate de propostas e prioriza-se o personalismo.

Tendo em vista as mutações sofridas pelo discurso político ao longo das décadas, e as metamorfoses inevitáveis dos efeitos de agressividade que também o constituem, temos o objetivo de analisar as condições de emergência dos ditos agressivos, em conformidade aos *médiuns* (Redes sociais), na campanha presidencial de 2014, para melhor compreender como se produz e circula o que, no Brasil, se denomina “agressivo” no discurso político na atualidade.

Redes sociais como confessionário virtual e/ou arena de lutas

É indubitável a crescente importância dada às redes sociais como ferramenta do *marketing* político eleitoral. Os candidatos, partidários, militantes, simpatizantes, lançam mão desses recursos para disseminar suas propostas, ideais e também para divulgar informações contra seus opositores.

No trabalho desenvolvido durante o mestrado, constatamos que a agressividade produzida nesses meios é extremamente maior e mais intensa se comparada aos discursos construídos em outros *médiuns*, como os debates e os *sites* oficiais. Por que então uma “agressividade descontrolada” parece ocupar com maior expressividade as redes sociais? Quais são os mecanismos que permitem a produção dos efeitos de agressividade sem limites e intolerante?

Na tentativa de responder a tais indagações, faremos a seguir algumas descrições e considerações acerca do funcionamento da rede social “Facebook” em relação às campanhas eleitorais.

Um dos motivos para a emergência de discursos cada vez mais agressivos nesse espaço é a utilização de robôs que disseminam mensagens “com maior velocidade e precisão do que a mão de obra humana” (FILHO & GALHARDO, 2015), executando múltiplas tarefas na internet, dentre elas, a de replicar mensagens. Alguns desses robôs teriam a capacidade de enviar até duas mensagens por segundo no Facebook, por exemplo. Esses robôs seriam programas, usuários falsos, que teriam a função de aumentar o número de seguidores das páginas, das visualizações, do alcance de publicações, replicar comentários. O texto interno da Secretaria de Comunicação Social da Presidência afirmou que, tanto a campanha de Aécio, como a campanha de Dilma utilizaram robôs durante as eleições. O documento ainda atestou que

Cerca de 50 robôs usados na campanha de Aécio continuaram a operar mesmo depois da derrota em outubro. Isso significou um fluxo contínuo de material anti-Dilma, alimentando os acistas e insistindo na tese do maior escândalo de corrupção da história (revelado pela Operação Lava Jato), do envolvimento pessoal de Dilma e Lula com a corrupção na Petrobrás e na tese de estelionato eleitoral" (FILHO & GALHARDO, 2015)

As mensagens ditas agressivas, como as acusações pessoais, por exemplo, por serem replicadas em grande escala e intensidade, tanto pelos internautas como pelos “robôs”, tornam-se mais visíveis nesse *médium*. O aumento da visibilidade dos dizeres agressivos e a possibilidade de replicar informações com maior velocidade constroem efeitos de que a campanha foi, de fato, extremamente agressiva.

As próprias ferramentas disponibilizadas pelo Facebook possibilitam a emergência de discursos mais agressivos, uma vez que os internautas podem postar qualquer conteúdo, sem punição ou censura imediata, ou mesmo serem isentos de retaliações futuras, afinal, podem se esconder por meio dos perfis fictícios acima elencados, dificultando possíveis sanções, dado também ao efeito “manada” das publicações.

Na página inicial de cada internauta inscrito nesta rede, apresenta-se a seguinte questão: “No que você está pensando?”. Tal pergunta já se constitui como um convite

CHIARI, Geovana. O discurso político eleitoral na campanha de 2014: a disputa dos sentidos de franqueza, agressividade e verdade no facebook. Cadernos Discursivos, Catalão-GO, v. 1 n 1, p.158-176, 2017. (ISSN: 2317-1006 - online).

para expor os pensamentos, numa espécie de confessionário. As respostas a essa pergunta podem estar relacionadas a pensamentos xenófobos, preconceituosos, intolerantes e, portanto, agressivos.

Além de poder expressar o que está pensando, pode-se evidenciar o que está sentindo, por meio de *emoticons*.

O convite para exprimir os pensamentos e as emoções incita a confissão e produz efeitos de uma liberdade de expressão que, muitas vezes, ultrapassa os limites da lei, do ‘politicamente correto’, do respeito, etc.

O ato de exercer a liberdade de expressão é potencializado nas redes sociais, pois interpelam os indivíduos a assumirem uma posição ativa, de produtoras de conteúdos, os quais podem ser compartilhados instantaneamente, com alta velocidade de propagação.

Diante dessa potencialidade da rede em construir um confessionário virtual, faremos a seguir uma reflexão acerca das categorias propostas por Foucault, a saber: a confissão e a disciplina, embasando-nos no artigo “Foucault aurait-il été membre de Facebook?”⁵, escrito pelos autores Léa Derome e Laurance Perras (2012). Tal abordagem ajudar-nos-á na compreensão da emergência de discursos cada vez mais agressivos nesse *médium*.

No primeiro volume da História da Sexualidade, Michel Foucault defende que a sociedade ocidental apresenta uma longa tradição de confissão. Segundo o filósofo,

Desde então nos tornamos uma sociedade singularmente confessanda. A confissão difundiu amplamente seus efeitos: na justiça, na medicina, na pedagogia, nas relações familiares, nas relações amorosas, na esfera mais cotidiana e nos ritos mais solenes; confessam-se os crimes, os pecados, os pensamentos e os desejos [...] O homem, no Ocidente, tornou-se um animal confidente. (FOUCAULT, 1980, p.59).

Foucault ainda acrescenta que foi criada uma necessidade de que os sujeitos precisariam de um outro indivíduo, para aceder as verdades sobre si, seja por meio do padre, na confissão religiosa, do psicanalista, na psicanálise, do juiz, no judiciário, dentre outras autoridades. De acordo com o filósofo, a confissão “tornou-se, no

⁵ Foucault teria sido membro do Facebook?

CHIARI, Geovana. O discurso político eleitoral na campanha de 2014: a disputa dos sentidos de franqueza, agressividade e verdade no facebook. Cadernos Discursivos, Catalão-GO, v. 1 n 1, p.158-176, 2017. (ISSN: 2317-1006 - online).

ocidente, uma das técnicas mais altamente valorizadas para produzir a verdade” (FOUCAULT, 1980, p.79).

No Facebook, diferentemente da confissão religiosa ou da confissão psicanalítica, não há uma única autoridade, como a do clérigo, médico ou psicólogo, mas sim um conjunto de pessoas que supervisionam as confissões, que podem ser divulgadas cotidianamente, várias vezes ao dia. Segundo Derrome e Perras (2012), nós assistimos a uma proliferação de diretores e diretoras de consciência.

Além da observação e leitura, a rede social oferece ferramentas para que os membros comentem, “curtam”, compartilhem, expressem amor, alegria, espanto, tristeza, raiva ou ódio, como se pode verificar na imagem abaixo, que mostra as possibilidades do botão “curtir”:

Imagem 1



As redes sociais tornaram-se tão incorporadas à vida de modo que não percebemos o efeito de um poder que subjuga e controla os corpos.

Os autores Derrome e Perras (2012) comparam o Facebook à arquitetura arquetípica da sociedade disciplinar, a saber: o panóptico, estudado por Foucault. O Facebook e o panóptico apresentam algumas semelhanças: os dois apresentam arquiteturas complexas e em grande parte automatizadas e propõem modos de conhecer os sujeitos. A diferença é que no panóptico há uma vontade explícita de dominação dos prisioneiros, enquanto isso não é evidente na rede social.

De acordo com os estudos de Michel Foucault (1975), o processo de construção e propagação dos dispositivos disciplinares inicia-se no século XVIII. Um exemplo de dispositivo disciplinar foi o panóptico, termo que designa um presídio ideal, modelo concebido pelo jurista e filósofo Jeremy Bentham, que permite a um único vigia a observação de todos os prisioneiros, sem que estes saibam se estão sendo observados.

Com relação à arquitetura do panóptico, Foucault o descreve:

Na periferia uma construção de anel; no centro, uma torre; esta é vazada de largas janelas que se abrem sobre a face interna do anel; a construção periférica é dividida em três em celas, cada uma atravessando toda a espessura da construção; elas têm duas janelas, uma para o interior, correspondendo às janelas da torre; outra, que dá para o exterior, permite que a luz atravesse a cela de lado a lado. Basta então colocar um vigia na torre central, e em cada cela trancar um louco, um doente, um condenado, um operário ou um escolar. Pelo efeito da contraluz, pode-se perceber da torre, recortando-se extremamente sobre a claridade, as pequenas silhuetas cativas nas celas da periferia. Tantas jaulas, tantos pequenos teatros, em que cada ator está sozinho, perfeitamente individualizado e constantemente visível. O dispositivo panóptico organiza unidades espaciais que permitem ver sem parar e recolher imediatamente (FOUCAULT, 1975, p.165).

Assim como nesse dispositivo, no Facebook produz-se a sensação de observação constante das postagens feitas pelos usuários, de modo que os discursos ali disseminados sofrerão também coerções, dado ao possível caráter “público” das informações.

Os pesquisadores Derrome e Perras (2012) defendem que a rede social pode documentar quase a totalidade das informações disponibilizadas pelos membros e que o perfil dos usuários pode ser consultado continuamente por “quase qualquer um” e em qualquer momento. Entretanto, os autores não explicam o funcionamento das ferramentas que permitem ao usuário filtrar as pessoas que podem ver ou não suas postagens ou comentá-las.

Ao lado do botão publicar e logo abaixo da caixa de mensagem, há uma seção que permite aos internautas a escolha de quem terá acesso às postagens, podendo ser: público (todos podem ter acesso à postagem), amigos, amigos de amigos, “somente eu” (as informações são vistas apenas pelo internauta que criou o perfil) e personalizado (o internauta escolhe com quem quer dividir o conteúdo). Os membros também têm a possibilidade de criar grupos específicos para compartilhar suas informações.

Derrome e Perras (2012) defendem que os adeptos à rede tornam-se vigias de si, praticando ativamente formas de autocensura. Sejam as postagens públicas ou privadas, não se sabe quem, de fato, terá acesso a elas, a menos que ocorra o compartilhamento, a ação de “curtir” ou comentar. Não saber quem, especificamente, lerá as publicações, produz efeitos de constante vigilância.

Enquanto no panóptico a comunicação entre as celas era proibida, nas redes sociais há insistentes encorajamentos a delatar, criticar, exhibir, comentar, posicionando-se.

Tais ações permitem aos internautas a adesão a diferentes grupos de interesse, formando, assim, microcomunidades para aqueles que compartilham dos mesmos gostos musicais, políticos, alimentares, dentre outros.

É justamente no interior desses grupos e entre eles que a agressividade ganha força, pois seus membros tem a possibilidade de discutir assuntos diversos, procurando adeptos e assumindo posições distintas que propiciam o embate, a polêmica e, muitas vezes, discursos agressivos.

Assim como no panóptico, a rede social é um mecanismo que possibilita a divisão entre os indivíduos, o estabelecimento de hierarquias, a localização dos internautas, organizando de modo profícuo o núcleo central e as redes de poder.

Se, por um lado, a confissão instigada na rede, assim como a ambição pela visibilidade e popularidade a qualquer custo, propicia a emergência de discursos mais agressivos, entendendo-os como um ato libertário, marcados pela franqueza - geralmente acompanhados de frases como “#prontofalei” - por outro, há coerções, sobretudo nos perfis “verdadeiros”, afinal, assumem uma posição “oficial” e a sensação de estarem sendo constantemente observados, como no panóptico, impede-os de dizer “qualquer coisa”, tornando-se vigias de si e dos outros.

A dualidade “ser franco” e “ser agressivo” é constante no Facebook, sendo que a primeira torna-se uma possível justificativa para o dizer “qualquer coisa”, e, muitas vezes, ser agressivo e intolerante. Apresenta-se a prerrogativa de que estão sendo sinceros, francos e que se valem dos direitos da “liberdade de expressão”. Desse modo, ora se constroem efeitos de verdade, coragem - constituindo-se como um ato libertário do dizer, franqueza, ora como agressividade, dependendo também da posição ocupada pelos sujeitos.

Outro elemento que favorece a presença de discursos marcados pela agressividade (verbal ou imagética) é a própria virtualidade da rede social que impossibilita a agressão física, face a face - apesar de poder incitá-la - dada a distância real entre os internautas, proporcionando os vários tipos de violência simbólica. A barreira da interação, ao mesmo tempo em que oferece um distanciamento geográfico,

facilita a propagação dos discursos agressivos, encurtando as distâncias e aumentando o alcance e a dimensão do insulto.

As páginas ou perfis *fakes* (falsos), assim como os robôs citados anteriormente, intensificam esses efeitos de agressividade, sobretudo porque dificultam possíveis retaliações ou sanções para o agressor. Há casos em que se cria um perfil fictício de pessoas famosas, como foi o caso de uma página que ganhou notoriedade durante as eleições de 2014, intitulada Dilma Bolada. O perfil *fake* da candidata Dilma Rousseff propiciou a emergência de uma agressividade mais associada ao humor e à derrisão, “quebrando protocolos” e apresentando dizeres que não seriam bem vistos ou permitidos numa página oficial, por exemplo. A ficcionalização e o humor, nesse caso, tornariam as críticas e ofensas mais leves e aceitáveis, em comparação aos mesmos enunciados ditos pelos próprios indivíduos em uma interação real, face a face, a qual apresentaria mais controle e coerções.

A busca pela exibição e popularidade também são características que incentivariam a produção dos discursos agressivos nesse *médium*, visto que os discursos de ódio seriam mais polêmicos.

Nesse mundo das redes sociais, os discursos ofensivos, caluniosos, intolerantes geralmente são propagados pelos chamados *haters* - palavra de origem inglesa que significa “aqueles que odeiam” ou “odiadores”. Por outro lado, aqueles que divulgam mensagens carinhosas, de amor, são denominados *lovers*. Há ainda outro termo que designa aqueles que desestabilizam as discussões por meio de tom provocativo, os chamados *trolls*.

A busca por “curtidas”, a banalização do exibicionismo dos membros da rede social, os quais muitas vezes expõem aspectos da vida privada de modo desmedido, colaboram para a emergência dos discursos ditos agressivos.

É importante salientar a constante incitação ao posicionamento, isto é, construção da necessidade de posicionar-se frente aos diversos assuntos da atualidade. Observa-se, com isso, práticas de objetivação e subjetivação dos sujeitos. De acordo com Foucault (2006), a subjetivação está relacionada ao modo como os sujeitos apropriam-se das tentativas de objetivação. A objetivação cria condições e possibilidades para que o sujeito se veja como tal e construa verdades sobre si e sobre os outros, subjetivando-se de formas distintas.

Inserem-se nas práticas de objetivação a própria inscrição ou cadastro disponibilizado pelo Facebook para que os internautas tenham acesso à rede. Nesse cadastro, há uma tentativa de individualização do sujeito, uma vez que são requeridos alguns dados como “nome”, “sobrenome”, “data de nascimento”. Uma vez inscrito, no perfil do usuário há enunciados que o incita a se expressar e se posicionar frente aos comentários e postagens. Todos esses mecanismos que individualizam o sujeito constroem efeitos de que ele é, de fato, o dono do próprio dizer, subjetivando-se, assim, como um sujeito autorizado a expressar-se de modo “livre”.

Na obra “Hermenêutica do sujeito”, Foucault (2006) ressalta a constituição de algumas técnicas de subjetivação, como a leitura, a escrita, a fala, as quais também estão presentes no Facebook e fazem com que os indivíduos se constituam como um sujeito livre, dono do próprio dizer, que pode, deve e é incitado a falar a verdade, mesmo que esta produza efeitos de agressividade ou intolerância. É justamente essa construção de um sujeito que pode dizer tudo, que “autoriza”, possibilita discursos cada vez mais agressivos.

A constante interação propiciada pela rede, assim como a presença frequente do outro, e o acesso contínuo a diferentes opiniões e mensagens que nem sempre são as mesmas de quem está lendo, incitam também o comentário que ultrapassa o que seria polêmico, deslizando assim para a agressividade descontrolada.

Outro fator preponderante é a insistência e permanência das mensagens ali divulgadas.

Apesar de poderem ser apagadas pelo autor das postagens, uma vez compartilhada, perde-se o controle do que pode ser feito, pois as informações podem ser copiadas e replicadas, tendo um alcance irreversível e permanente na rede.

Seja para conseguir adeptos de suas opiniões, confessar-se, seja para desconstruir o outro ou mesmo para promover-se no palco do exibicionismo, o fato é que, feitas as publicações, o conteúdo divulgado fica no *ciberespaço*, sendo facilmente encontrado graças às ferramentas de busca e de replicabilidade.

As leis referentes a possíveis punições dos usuários que divulgam conteúdo preconceituoso, odioso, intolerante, são formas de coerção e controle.

Os conteúdos considerados agressivos, se denunciados, podem ser retirados do Facebook, no entanto, a rede não garante a remoção da postagem.

A precariedade das leis que envolvem crimes cibernéticos e, sobretudo, as sanções judiciais que penalizam tais atos na atualidade podem favorecer a presença de discursos mais agressivos. Apesar da existência das leis, há casos em que os juízes entendem a agressão verbal no Facebook como “não intencional”, sem dolo, provocado por discussões acaloradas que levam o indivíduo a extrapolar os limites do respeito, muitas vezes sem ter a intenção de fazê-lo.

Sanções como esta, associada a leis brandas no tocante aos crimes cibernéticos, favorecem a replicação das correntes de boatos, mentiras e, conseqüentemente, da agressividade.

Todas essas condições acima discutidas permitem também a emergência da *parresia*, o que possibilita considerarmos o Facebook como um dispositivo de coragem de verdade e de governamentalidade, uma vez que oferece ferramentas para a construção de verdades sobre si e a reorganização do outro em torno dessa verdade.

A noção de *parresia* é estruturada por Foucault em seus últimos cursos (1983 e 1984), a saber: “O Governo de Si e dos Outros” e “A Coragem da Verdade”. Em “A hermenêutica do Sujeito” (1982), há também discussões em torno desta temática. Resumidamente, a *parresia* é:

[...] uma maneira de dizer a verdade tal que abrimos para nós mesmos um risco pelo próprio fato de dizer a verdade. [...] é uma maneira de abrir esse risco vinculado ao dizer-a-verdade constituindo-nos de certo modo como parceiro de nós mesmos quando falamos, vinculando-nos ao enunciado da verdade e vinculando-nos à enunciação da verdade. Enfim, a *parresia* é uma maneira de se vincular a si mesmo no enunciado da verdade, de vincular livremente a si mesmo e na forma de um ato corajoso. A *parresia* é a livre coragem pela qual você se vincula a si mesmo no ato de dizer a verdade. Ou ainda, a *parresia* é a ética de dizer-a-verdade em seu ato arriscado e livre (FOUCAULT, 2010a, p. 63-64).

A *parresia*, enquanto exercício “pleno” de liberdade, assim como a confissão, encontra terreno fértil no Facebook, que propicia uma maior visibilidade desses dizeres.

A confissão, frequente no Facebook, pode ser um enunciado parrisiástico – confissão em que o sujeito está dizendo uma verdade sobre si e que esta verdade não está somente como uma forma de governar a si mesmo, podendo também governar o outro.

Uma das condições para sabermos se estamos diante de um enunciado parresiástico é reconhecer o sujeito como qualificado para dizer a verdade. Quem seriam esses internautas? Qual o lugar que ocupam no mundo e que estatuto eles ocupam? Podem ser ativistas políticos, celebridades, advogados, dentre outros. Por meio das práticas de objetivação e subjetivação, vimos que há uma interpelação para que o indivíduo se individualize como sujeito, supostamente dono do seu próprio dizer.

Ao subjetivar-se como tal, o sujeito se vê livre e autorizado para expressar-se como quiser. São justamente esses discursos que se constroem em torno das mídias sociais e dos internautas, membros dessas redes, - “as redes sociais são espaços democráticos”, “tudo pode ser dito no Facebook”, “O internauta pode dizer o que pensa” – “Facebook é a terra de ninguém” – que possibilitam, “autorizam”, discursos cada vez mais agressivos e intolerantes, ainda que haja tentativas de controle. Tais práticas constroem imagens de um sujeito que pode, deve, e é incitado a falar sua ‘verdade’, mesmo que corra riscos.

No passado, mais especificamente no período medieval, o sujeito que tinha a “coragem” de dizer a “verdade” corria o risco de morte. No Facebook, alguns dos riscos são: exclusão da rede, morte virtual, punição (prisão), censura, perder amizades, risco de violência física ou verbal, dentre outros. Ao dizer a ‘verdade’, o parresiasta coloca em risco o vínculo que estabelece com a pessoa a quem se está se endereçando.

O “dizer-verdadeiro” sobre si, as confissões, a exibição de posicionamentos tornam-se uma urgência também na *idade média*⁶, afinal tais práticas possibilitam que os indivíduos agrupem-se, pertençam a determinadas comunidades, distanciando-se de outras.

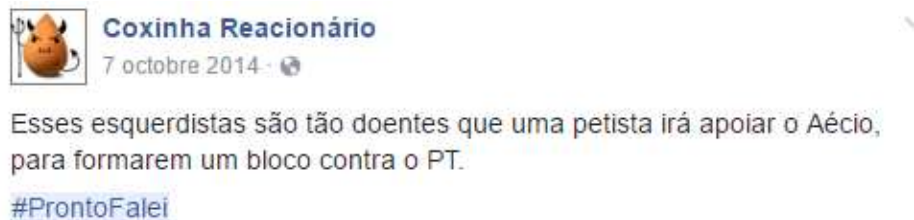
Na campanha de 2014, as diferentes opiniões e o acesso às verdades sobre quem deveria ser o presidente eleito também passaram por atos de confissão pública, produzindo efeitos de agressividade. Alguns desses dizeres também poderiam ser classificados como enunciados parresiásticos, pois tinham como característica a persuasão, não se evidenciando como uma verdade tirânica, podendo ter como resultado o governo de si e do outro.

⁶ Expressão empregada pelo pesquisador Rubim (2000).

CHIARI, Geovana. O discurso político eleitoral na campanha de 2014: a disputa dos sentidos de franqueza, agressividade e verdade no facebook. Cadernos Discursivos, Catalão-GO, v. 1 n 1, p.158-176, 2017. (ISSN: 2317-1006 - online).

Vejamos um exemplo que demonstra a subjetivação do sujeito enquanto “dono do próprio dizer”, “autorizado” a posicionar-se sob o pseudônimo “Coxinha reacionário”:

Imagem 2



Nessa postagem, o sujeito vale-se da liberdade para dizer o que “deve ser dito”, qualificando os “esquerdistas” como “doentes”, seguido da expressão “#ProntoFalei”, o que constrói efeitos de agressividade e ratificam essa necessidade de expor posicionamentos, desqualificando o oponente.

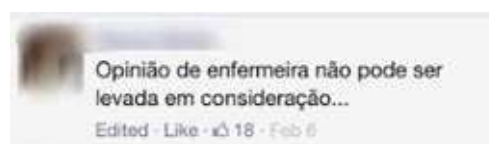
Evidenciaremos, em sequência, uma agressividade que parece não ter limites, nem mesmo argumentação, tornando-se mais direta, ofensiva e intolerante.

Para tanto, extraímos quatro imagens⁷ do grupo intitulado “Dignidade médica” no Facebook. A escolha de tais imagens justifica-se pela repercussão e polêmica que alcançaram. A rede social recebeu várias denúncias a respeito da incitação ao ódio e preconceito, sobretudo contra os nordestinos. Após algumas denúncias, a Procuradoria-Geral da República recomendou que integrantes do Ministério Público Federal fizessem um levantamento das denúncias em todos os Estados, a fim de instaurar processos criminais contra os autores das postagens preconceituosas. Vejamos algumas delas:

Imagem 3



Imagem 4



⁷ As imagens podem ser encontradas no seguinte endereço eletrônico: <<http://ultimosegundo.ig.com.br/politica/2014-10-17/pt-pede-que-justica-tire-grupo-dignidade-medica-do-ar-apos-postagens-racistas.html>>. Acesso em 11.01.2017.

Imagem 5



Imagem 6



Na imagem 3, instaura-se o preconceito contra o pobre, associando sua carência de recursos ao baixo nível de compreensão e entendimento. Embora o termo “conversa” apareça, para que o diálogo ocorra, nessa perspectiva, é necessário que os indivíduos estejam em níveis equivalentes de compreensão. Desse modo, o sujeito enunciador insere-se na posição “Rico”, justificando sua agressividade verbal pelo fato de ter que se colocar no nível de conversa do menos desfavorecido. Com isso, o excerto em questão dialoga com discursos de que é o pobre que é agressivo, profere palavras de baixo calão, dentre outros imaginários. Tenta-se, portanto, eximir-se da culpa: “Insulto porque o outro só compreende por meio da agressividade”; “Sou agressivo, porque me coloco na posição do meu interlocutor”. Nesse caso, o outro é desqualificado e censurado pela sua situação socioeconômica.

Na imagem 4, por sua vez, o preconceito se dá contra uma classe profissional (enfermeiros), dialogando com discursos que circulam na sociedade acerca da superioridade dos médicos em relação aos enfermeiros. Nesse excerto, a censura e a intolerância parecem ser predominantes, uma vez que o pertencimento de um indivíduo a uma determinada profissão tornaria sua opinião inválida.

Na imagem 5, vemos novamente a expressão da vontade de censura do outro – “Sem diálogo!”-, não por pertencer a determinado nível econômico ou profissão, mas por estar diante de opiniões contrárias às suas. O sujeito deseja a morte simbólica de um

partido – “Figuradamente” – e o bloqueio de todos aqueles que apresentarem mensagens contrárias ao que defende.

O nível da agressividade e intolerância simbólicas parece adquirir graus tão elevados que atingem o limiar entre a violência verbal e física. Vejamos o último exemplo que ratifica tal afirmação. Na imagem 6, menciona-se o desejo de matar “fisicamente” os nordestinos, pelo fato de a candidata Dilma ter tido o maior número de votos nessa região. Há uma convocação para que os médicos “causem um holocausto” nessa região. Nesse caso, o discurso do ódio ganha força recebendo a aprovação de 696 perfis, como mostra o número de “curtidas”.

A partir das análises, observamos que se procura atingir o adversário desqualificando-o por meio de comentários acerca de sua situação socioeconômica, de suas aptidões intelectuais, de sua vinculação geográfica, de sua orientação moral, de sua profissão, dentre outros aspectos que fazem com que a agressividade deixe de ser apenas ofensiva, em diferentes formas e graus, e se torne também intolerante.

Muitas vezes, tal agressividade é compreendida como “franqueza”, afinal o indivíduo demonstraria coragem ao dizer uma verdade publicamente. Essa dualidade entre “ser franco” e “ser agressivo” é constante no Facebook, sendo que a primeira torna-se uma possível justificativa para o dizer “qualquer coisa”, e, muitas vezes, ser agressivo e intolerante. Apresenta-se a prerrogativa de que estão sendo sinceros, francos e que se valem dos direitos da “liberdade de expressão”. Desse modo, ora se constroem efeitos de verdade, coragem – constituindo-se como um ato libertário do dizer, franqueza, ora como agressividade, dependendo também da posição ocupada pelos sujeitos.

Considerações finais

O uso intensivo das redes sociais foi um dos fatores que colaboraram para uma maior visibilidade do dizer agressivo na campanha de 2014, proporcionando ferramentas diversificadas para “agredir” o oponente.

Os insultos verbais e imagéticos, nas redes sociais, possibilitam a identificação de determinados grupos que se definem pela oposição de outros, pelos recursos do compartilhamento, das curtidas, dos comentários. Tal funcionamento aumenta a chance

CHIARI, Geovana. O discurso político eleitoral na campanha de 2014: a disputa dos sentidos de franqueza, agressividade e verdade no facebook. *Cadernos Discursivos*, Catalão-GO, v. 1 n 1, p.158-176, 2017. (ISSN: 2317-1006 - online).

de efeitos ainda mais agressivos, afinal os internautas podem se esconder sob pseudônimos de perfis fictícios, afastar a punição individual, visto que há um agrupamento de insultantes, os quais replicam em grande escala o dito agressivo, dificultando atribuir a um ou a outro a ‘autoria’ do material veiculado.

Por meio das práticas de objetividade, os internautas subjetivam-se como donos do próprio dizer e se veem autorizados a dizerem tudo o que quiserem no espaço aparentemente democrático das redes sociais. Segundo Haroche (2008), a liberdade e a igualdade fazem com que se abandonem as formas tradicionais de dependência, de polidez, perde-se, paulatinamente, o costume de se inclinar diante da opinião dos poderosos. O que se observa na sociedade midiática é a incitação a se ter opiniões por si só, de modo que cada um busque se bastar. Ainda segundo esta autora, as instituições democráticas parecem encorajar certos traços de comportamento, dentre eles, a austeridade, a agressividade, a indiferença e a inércia.

Concluimos que os efeitos de agressividade produzidos nas redes sociais apresentam especificidades em suas formas e graus, em decorrência desse modo de circulação, institucionalização, objetivos envolvidos, dos rituais e coerções que as permeiam e as constituem.

Referências

AUTHIER-REVUZ, J. **Heterogenité montréalaise et heterogenité constitutive**: elements pour une approche de l'autre dans Le discours. In: *DRLAV – Revue de Linguistique*, 26, 1982.

CHIARI, G. **Entre insultos e falsas harmonias**: a construção dos efeitos de agressividade no discurso político eleitoral na campanha de 2014. 2017. 131 f. Dissertação (Mestrado em Linguística). Universidade Federal de São Carlos, São Carlos. 2017.

COURTINE, J.-J. **Corps et Discours**: Eléments d'histoire des pratiques langagières et expressives. 1989. 102 f. Thèse d'État – Université de Paris X-Nanterre, Paris.

COURTINE, J. J. Os deslizamentos do espetáculo político. In: GREGOLIN, Maria do Rosário (Org.). **Discurso e mídia**: a cultura do espetáculo. São Carlos: Claraluz, 2003. p. 21-34.

CHIARI, Geovana. O discurso político eleitoral na campanha de 2014: a disputa dos sentidos de franqueza, agressividade e verdade no facebook. Cadernos Discursivos, Catalão-GO, v. 1 n 1, p.158-176, 2017. (ISSN: 2317-1006 - online).

COURTINE, J.J. **Metamorfoses do discurso político: derivas da fala pública.**

Tradutores. Nilton Milanez e Carlos Piovezani. São Carlos: Claraluz, 2006.

DEROME, L. PERRAS, L. **Foucault aurait-il été membre de Facebook ?** Disponível em : <http://libertaire.free.fr/Foucaultfacebook.html>. Acesso em: 27.03.2017.

FILHO, V. H. GALHARDO, R. Governo cita uso de robôs nas redes sociais em campanha eleitoral. **O Estado de S. Paulo**, São Paulo, 17 de Março de 2015, Política. Disponível em: <<http://politica.estadao.com.br/noticias/geral,governo-cita-uso-de-robos-nas-redes-sociais-em-campanha-eleitoral,1652771>>. Acesso em 10.11.2016.

FOUCAULT, M. **História da sexualidade.** I: a vontade de saber, 3. ed. Rio de Janeiro: Graal, 1980.

FOUCAULT, M. **A ordem do Discurso.** São Paulo, SP: Loyola, 1996.

FOUCAULT, M. **A arqueologia do saber.** Trad. Luiz Felipe Baeta Neves. 7. ed. Rio de Janeiro: Forense-Universitária, 2004.

FOUCAULT, M. (1975) **Vigiar e punir.** 29ª edição. Tradução de Raquel Ramallete. Petrópolis: Editora Vozes, 2004.

FOUCAULT, M. **A hermenêutica do sujeito:** curso dado no Collège de France (1981-1982). Tradução de Márcio Alves da Fonseca e Salma Tannus Muchail. São Paulo: Martins Fontes, 2006.

HAROCHE, Claudine. **A condição sensível:** formas e maneiras de sentir no Ocidente. Rio de Janeiro: Contracampo, 2008.

MANZANO, L. C. G. O discurso político e o corpo na televisão: debate/combate. **Ilha Desterro**, Florianópolis , v. 68, n. 3, p. 75-82, Dec. 2015 . Disponível em : <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2175-80262015000300075&lng=en&nrm=iso>. Acesso em 20.04.2016.

PÊCHEUX, M. **Semântica e discurso: uma crítica à afirmação do óbvio.** Tradução Eni Orlandi. Campinas, SP: Editora da UNICAMP, 1988.

PÊCHEUX, M. Análise automática do discurso (AAD 69). In: GADET, F. e HAK, T.(org.) **Por uma análise automática do discurso.** Uma Introdução à obra de Michel Pêcheux. Campinas: Editora da Unicamp, 1990.

PIRES, L. M. F. **Na arena discursiva: Uma análise dos debates eleitorais presidenciais brasileiros.** 2016. Relatório de qualificação (Doutorado em Linguística) – Universidade Federal de São Carlos, São Carlos, 2016.

CHIARI, Geovana. O discurso político eleitoral na campanha de 2014: a disputa dos sentidos de franqueza, agressividade e verdade no facebook. Cadernos Discursivos, Catalão-GO, v. 1 n 1, p.158-176, 2017. (ISSN: 2317-1006 - online).

Recebido em junho de 2017.

Aceito em setembro de 2017.