

Luis Henrique Boaventura

**ENCENAÇÃO E UBIQUIDADE EM DISCURSOS NO *TWITTER*:
PROCEDIMENTOS DE ANÁLISE**

Passo Fundo, outubro 2017

Luis Henrique Boaventura

**ENCENAÇÃO E UBIQUIDADE EM DISCURSOS NO *TWITTER*:
PROCEDIMENTOS DE ANÁLISE**

Tese de doutorado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Letras, do Instituto de Filosofia e Ciências Humanas da Universidade de Passo Fundo, como requisito para a obtenção do grau de Doutor em Letras, sob a orientação do Prof. Pós-Dr. Ernani Cesar de Freitas.

Passo Fundo

2017

CIP – Catalogação na Publicação

B662e Boaventura, Luis Henrique
Encenação e ubiquidade em discursos no *Twitter* :
procedimentos de análise / Luis Henrique Boaventura. – 2017.
135 f. : il. ; 30 cm.

Orientador: Prof. Dr. Ernani Cesar de Freitas.
Tese (Doutorado em Letras) – Universidade de Passo
Fundo, 2017.

1. Ato de linguagem. 2. Comunicação ubíqua. 3. Análise
do discurso. 4. Identidade. 5. Twitter (Rede social on-line).
I. Freitas, Ernani Cesar de, orientador. II. Título.

CDU: 801.73

Catalogação: Bibliotecária Jucelei Rodrigues Domingues - CRB 10/1569

RESUMO

Este trabalho trata da encenação do ato de linguagem em interações verbais na rede social *Twitter*. O objetivo geral é analisar e discutir o funcionamento do ato de linguagem na era da hipermobilidade. O marco teórico se situa sobre três bases: o ato ético e a valoração estética em Mikhail Bakhtin (1997, 2012), a comunicação ubíqua em Lucia Santaella (2010, 2013a) e a Teoria Semiolinguística em Patrick Charaudeau (2010a, 2010b). A tese formulada é de que a comunicação na RSI *Twitter*, quando negociada em torno de uma matéria altamente polarizante, como a política, tende a firmar contratos exclusivamente entre sujeitos que dividem o mesmo polo da argumentação, visando a uma mútua legitimação e mantendo a construção de sentido presa no interior de um circuito autofágico que gira sobre seu eixo sem sair do lugar. Essa comunicação é ubíqua e seus participantes estão situados de modo ambivalente sobre um espaço social físico e um espaço social virtual. Tal condição, de existência dupla, vem dar origem ao enunciador ubíquo (EUu), que encena o ato de linguagem através de uma articulação entre duas presenças sociais simultâneas: sua projeção virtual e seu correlativo físico. O estudo é pautado pela pesquisa exploratório-descritiva, bibliográfica e com abordagem qualitativa em relação à Teoria Semiolinguística, à filosofia do ato responsável e à comunicação ubíqua. O *corpus* é composto por dois *tweets* em reação ao anúncio do falecimento da ex-primeira-dama Dona Marisa Letícia, dia 3 de fevereiro de 2017. O trabalho revela que EUu antagoniza seu destinatário aparente, o enunciador OP (*original poster*), a quem oferece sua resposta, e encena o ato de linguagem para um TUu-*instituição destinatária* (destinatário real) composto por usuários, sujeitos ubíquos, que compartilham o seu lado do espectro polarizante, negociando com esse TUu a contrapartida de convivência que valida o seu discurso e reforça sua consciência identitária em um movimento duplo: quanto mais *semelhante* a TUu; quanto mais *diferente* de OP.

Palavras-chave: Ato de linguagem. Comunicação ubíqua. Ato ético. Identidade. *Twitter*.

ABSTRACT

This work deals with the staging of the language act in verbal interactions in the social network Twitter. The general objective is to analyze and discuss the functioning of the language act in the era of hypermobility. The theoretical framework is based on three bases: the ethical act and the aesthetic valuation in Mikhail Bakhtin (1997, 2012), the ubiquitous communication in Lucia Santaella (2010, 2013a) and the Semiolinguistic Theory in Patrick Charaudeau (2010a, 2010b). The thesis is that the communication in the RSI Twitter, when negotiated around a highly polarizing matter, such as politics, tends to sign contracts exclusively between individuals who share the same pole of argument, aiming at a mutual legitimation and maintaining the construction of meaning trapped inside an autophagic circuit that turns on its axis without leaving the place. This communication is ubiquitous and its participants are placed ambivalently about a physical social space and a virtual social space. This condition, of dual existence, gives rise to the ubiquitous enunciator (EUu), which enacts the language act through a link between two simultaneous social presences: its virtual projection and its physical correlative. The study is based on the exploratory-descriptive, bibliographical research with a qualitative approach in relation to the Semiolinguistic Theory, the philosophy of the responsible act and the ubiquitous communication. The *corpus* is composed of two tweets in reaction to the announcement of the death of former First Lady Dona Marisa Letícia, on February 3, 2017. The work reveals that US antagonizes its apparent recipient, the OP enunciator (original poster), whom offers its response, and enacts the act of language to a TUu-recipient institution (real recipient) composed of users, ubiquitous subjects, who share their side of the polarizing spectrum, negotiating with this TUu the counterpart of connivance that validates their speech and reinforces his consciousness identity in a double movement: how much more similar to TUu; the more different from OP.

Key words: Language act. Ubiquitous communication. Ethical act. Identity. Twitter.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1.....	31
Figura 2.....	37
Figura 3.....	38
Figura 4.....	47
Figura 5.....	48
Figura 6.....	53
Figura 7.....	55
Figura 8.....	66
Figura 9.....	68
Figura 10.....	70
Figura 11.....	72
Figura 12.....	77
Figura 13.....	91
Figura 14.....	93
Figura 15.....	100
Figura 16.....	101
Figura 17.....	103
Figura 18.....	106
Figura 19.....	107
Figura 20.....	111
Figura 21.....	113
Figura 22.....	114
Figura 23.....	114
Figura 24.....	115
Figura 25.....	118
Figura 26.....	119
Figura 27.....	120
Figura 28.....	121
Figura 29.....	122

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	8
2 O ATO ÉTICO E A VALORAÇÃO ESTÉTICA NA UBIQUIDADE	16
2.1 DIALOGISMO E ALTERIDADE: O PAPEL DO OUTRO NA UBIQUIDADE	16
2.2 O LUGAR DO <i>TWITTER</i> ENTRE OS GÊNEROS DO DISCURSO	20
2.3 ATO ÉTICO E VALORAÇÃO ESTÉTICA	27
2.4 O ATO ÉTICO NA COMUNICAÇÃO UBÍQUA	30
3 A COMUNICAÇÃO UBÍQUA E A HIPERMOBILIDADE	35
3.1 UMA REFLEXÃO SOBRE INTERNET DAS COISAS	35
3.2 A UBIQUIDADE, ERA DO ONIPRESENTE	41
3.3 O QUADRO DO ATO DE LINGUAGEM NA COMUNICAÇÃO UBÍQUA.....	45
4 A CONSCIÊNCIA IDENTITÁRIA E O ATO DE LINGUAGEM NA COMUNICAÇÃO UBÍQUA	50
4.1 CHARAUDEAU E O SOCIAL	50
4.2 DA ENCENAÇÃO DO ATO DE LINGUAGEM.....	61
4.3 O CONTRATO DE COMUNICAÇÃO E A SEMIOTIZAÇÃO DO MUNDO	69
5 METODOLOGIA	84
5.1 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	86
5.1.1 Esclarecimentos sobre a terminologia	87
5.1.2 O espectro polarizante	90
5.1.3 O ato ético e o tom emotivo-valorativo	92
5.1.4 O contrato, o destinatário verdadeiro e o aparente	95
5.1.5 O sujeito ubíquo e seus espaços.....	98
6 UMA ANÁLISE DO ÓDIO E DA INTOLERÂNCIA NAS REDES SOCIAIS	102
6.1 APRESENTAÇÃO DO CORPUS	102
6.1.1 Dona Marisa Letícia e a cultura do ódio	102
6.1.2 Dois <i>tweets</i> e suas respostas	109
6.2 ANÁLISE DO <i>CORPUS</i>	111
6.2.1 Resposta ao <i>tweet</i> de Leonardo Boff	111
6.2.2 Resposta ao <i>tweet</i> de Reinaldo Azevedo	118
7 CONSIDERAÇÕES FINAIS	125
REFERÊNCIAS	132

1 INTRODUÇÃO

É difícil apontar com certeza uma cronologia mais ou menos lógica de eventos que deram origem a esta pesquisa, embora as reações desumanas ao falecimento de Dona Marisa Letícia tenham sem dúvida nos dado a convicção de que o caminho escolhido *demandava* ser trilhado o mais rápido possível. Ninguém em tempos como este deveria se surpreender com os níveis de descaso, falta de empatia e puro ódio exibidos na internet, mas de alguma forma as pessoas encontram modos de ir mais e mais longe. Quando começamos, a análise se pretendia, de modo deliberadamente mais abrangente e superficial, sobre os problemas de comunicação expostos na web — as minúcias e detalhes incidentais de se comunicar através de uma rede social, em especial o *Twitter*. Escolhemos a plataforma por considerar que ela sumariza com mais exatidão a delicada projeção dos sujeitos do mundo físico para o mundo virtual, além de suscitar uma série de questões pertinentes. Seria este tempo de redes sociais recente demais, portador de revoluções velozes demais para adaptação dos usuários? Ou seria o caso de as redes exporem como nunca antes a intimidade da construção do pensamento, da opinião, e portanto das convicções e (quando for o caso) preconceitos antes ocultos sob uma noite de sono, sob uma revisão criteriosa? As redes sociais, em especial o *Twitter*, podem revelar quase que em tempo real a reação e o processo de raciocínio de um usuário ou de uma massa de usuários (através do acompanhamento dos *trending topics*), o que torna a rede um excelente termômetro social para apurar reações aos mais diferentes tópicos. Acompanhar essas reações, contudo, pode ser um severo teste de tolerância.

É notório que as redes sempre estiveram polarizadas o suficiente em torno de qualquer assunto, mas as transformações no cenário político nacional a partir de 2016 certamente contribuíram para aumentar o abismo entre as pessoas e torná-las mais suscetíveis a atos extremos na rede. À época em que o anúncio do AVC de Dona Marisa foi feito, no final de janeiro de 2017, a fornalha política no país já havia sido aquecida o bastante. O que se segue quando uma pessoa é posta à luz desse debate no Brasil é uma exposição do lado mais sombrio do ser humano, mesmo quando a pessoa em questão se encontra em uma situação em que não pode se defender e é tratada como para-raios do ódio dirigido a outrem.

Embora tenhamos delimitado nosso *corpus a tweets* trocados apenas na semana do anúncio do falecimento de Dona Marisa, é importante notar que a exploração e espetacularização de sua morte — tratada por alguns como evento catártico — não cessa, e sua fonte não é apenas o perfil comum e aparentemente anônimo no *Twitter*, replicado aos milhares (ainda que cada um tenha sua individualidade e a responsabilidade de responder por seus atos, como certamente concordaria

Bakhtin). Comentários de ódio disfarçados de especulação são nocivos o suficiente vindos de usuários comuns das redes sociais; contudo, quando a fonte é um semanário jornalístico de tiragem na casa das centenas de milhares de unidades, o que era nocivo torna-se tóxico e contagioso pois o discurso de ódio é tornado oficial: validado e legitimado. A capa da Revista Veja de 17 de maio de 2017 traz uma foto de Dona Marisa sobre o título “A Morte Dupla: em seu depoimento a Moro, Lula atribui as decisões sobre o tríplice no Guarujá à ex-primeira-dama, falecida há três meses”. A cobertura do AVC e subsequente falecimento de Dona Marisa foi, de fato, um circo de horrores. O jornalista Claudio Tognolli, por exemplo, divulgou uma tomografia de Dona Marisa exibindo-a em vídeo como um grande totem jornalístico. Dona Marisa Letícia teve o infortúnio de morrer na praça pública do jogo político nacional, objetificada por ambos os lados da polarização.

Não temos a pretensão de, com esta pesquisa, investigar as razões pelas quais alguém comemoraria a morte de outra pessoa. Temo que os medos e fantasmas do coração humano estejam do outro lado da fronteira entre a Linguística e a Literatura. Interessa-nos, contudo, entender por que razão alguém engajaria em uma conversa com alguém de quem discorda sem nenhuma intenção de compreender o lado alheio — tampouco de ser compreendido. O que se passa para que alguém responda a um *tweet* de alguém de um lado do debate político sem considerar sequer persuadi-lo? Por que realizar um ato de linguagem deliberadamente assimétrico, sem um projeto de fala que envolva estratégias discursivas de influência? Foram essas indagações iniciais que nos colocaram em frente às questões que, posteriormente às demonstrações de ódio dirigidas para Dona Marisa Letícia em dois momentos do início de 2017 (o anúncio de sua internação, no dia 24 de janeiro de 2017, e o anúncio de seu falecimento, no dia 3 de fevereiro do mesmo ano), organizamos e desenvolvemos na forma do seguinte problema de pesquisa e questões complementares.

Para elaborar a problematização deste estudo, entendemos que a encenação do discurso fica sempre à mercê da necessidade do sujeito de preservar e fortalecer sua consciência identitária. Como a encenação ocorre no *Twitter*, uma RSI¹, precisamos determinar primeiro como opera o contrato de comunicação firmado entre sujeitos ubíquos, presentes em múltiplos lugares simultaneamente. Sob esses aspectos, nosso problema de pesquisa é enunciado da seguinte forma: como ocorre a encenação do ato de linguagem à luz da comunicação ubíqua e do ato ético e o que motiva a encenação de discursos deliberadamente assimétricos reproduzidos no *Twitter*?

O problema de pesquisa, por sua vez, é ancorado em quatro questões complementares. (a) De que modo os interlocutores ubíquos validam mutuamente suas noções de identidade e reafirmam

¹ Rede social da internet (SANTAELLA; LEMOS, 2010).

suas posições sociais dentro do espectro polarizante?; (b) como localizar e delimitar o sujeito ubíquo no *Twitter*, presente simultaneamente em espaços múltiplos, de quem parte o ato de linguagem?; (c) Quais são as identidades e posições sociais das figuras envolvidas e implicadas discursivamente pelo ato de linguagem do enunciador? Essas duas últimas questões se coligam à noção de ato ético de Bakhtin, a partir do qual se entende que a posição do sujeito é singular; (d) Como ocorre o jogo de fortalecimento e enfraquecimento da identificação do enunciador com os diferentes destinatários envolvidos no ato?

A essas questões condensamos a hipótese de que o ato de linguagem no *Twitter* é encenado por uma articulação entre um ser físico social e um ser virtual social, projetado pelo primeiro; esta articulação forma o sujeito enunciador ubíquo (EUu), ocupante de múltiplos lugares sociais (físico e virtual) simultaneamente. O ato é ético e responsável porque o lugar social que o sujeito ocupa é único dentro do plano em que ele se encontra, seja físico, seja virtual. O ato de linguagem transcorre no que chamamos “espectro polarizante” (por exemplo, no caso do contexto político nacional, os polos são “esquerda” e “direita”), sobre o qual os sujeitos se organizam em grupos dos que compartilham de suas convicções e dos que não compartilham. Ao lançar seu olhar sobre o outro, o indivíduo constrói sua consciência identitária e se constitui como sujeito, colocando-se em um polo do espectro e posicionando o outro, quando identificado como seu “diferente”, no polo oposto. Estabelecer com este outro um contrato de comunicação significa expor sua consciência identitária ao desafio de entrar em contato com aquilo que lhe é diferente; ao invés disso, o sujeito encena com este outro, do lado oposto do espectro, um ato de comunicação deliberadamente assimétrico e busca validação do discurso junto ao seu grupo, no polo comum do espectro, pois quanto mais *diferente* do lado oposto e quanto mais *semelhante* ao lado comum, mais forte e legitimada se encontrará sua identidade.

O seguinte objetivo geral está vinculado ao problema de pesquisa: discutir o funcionamento do ato de linguagem na era da hiper mobilidade, *habitat* do sujeito ubíquo, de modo a representar os termos que compreende a situação de comunicação, local dos espaços sociais físico e virtual, circuito ubíquo onde se desenvolve o jogo de mútua legitimação entre EUu e TUu.

Já às questões complementares se vinculam os seguintes objetivos específicos: (a) descrever a encenação do ato de linguagem no *Twitter* em um contexto de polarização em que os sujeitos EUu e TUu atuam para preservar e legitimar sua consciência identitária, negociando a “contrapartida de convivência” como moeda de troca para validar e revalidar seus discursos; (b) demonstrar a articulação entre ser físico e social de onde é encenado o ato de linguagem como um ato ético responsável; (c) identificar os papéis languageiros dos sujeitos envolvidos na encenação discursiva:

o enunciador ubíquo, o destinatário aparente, transformado em antagonista da mise-en-scène de EUu, e o seu destinatário real; e (d) demonstrar o duplo movimento de acentuação de diferenças com o destinatário aparente e de acentuação de semelhanças com o destinatário real.

A tese formulada é de que a comunicação na RSI *Twitter*, quando negociada em torno de uma matéria altamente polarizante, como a política, tende a firmar contratos exclusivamente entre sujeitos que dividem o mesmo polo da argumentação, visando a uma mútua legitimação e mantendo a construção de sentido presa no interior de um circuito autofágico que gira sobre seu eixo sem sair do lugar. Essa comunicação é ubíqua e seus participantes estão situados de modo ambivalente sobre um espaço social físico e um espaço social virtual. Tal condição, de existência dupla, vem dar origem ao enunciador ubíquo (EUu), que encena o ato de linguagem através de uma articulação entre duas presenças sociais simultâneas: sua projeção virtual e seu correlativo físico. Nosso marco teórico divide-se sobre três bases: o ato ético e a valoração estética em Mikhail Bakhtin (1997, 2012), a comunicação ubíqua em Lucia Santaella (2010, 2013a) e a Teoria Semiolinguística em Patrick Charaudeau (2010a, 2010b). Faremos entre essas três bases teóricas uma articulação, situando a filosofia do ato responsável e a semiolinguística nesta emergente noção de ubiquidade em que Santaella posiciona os sujeitos e a comunicação entre eles nas redes sociais.

Em Bakhtin, começaremos procurando entender, a partir das noções de dialogismo e alteridade, caras ao círculo bakhtiniano, o papel do outro no contexto da comunicação ubíqua. Entendemos as trocas languageiras exercidas no *Twitter*, cujo local entre os gêneros discursivos levaremos em ponderação, como ilustrações exemplares do axioma bakhtiniano que é o dialogismo. Por sua vez, a alteridade, constituição do eu a partir do outro, impõe-nos a difícil tarefa de determinar como se define o sujeito a partir de um outro cuja localização física e social não é apenas incerta, mas ubíqua, ou seja: sua presença é marcada em múltiplos espaços sociais ao mesmo tempo. A questão da ubiquidade implica de imediato uma problematização com relação à filosofia do ato responsável, conceito que diz respeito à singularidade do sujeito e da posição a partir da qual ele enuncia, condição a partir da qual o sujeito se vê implicado a responder por seu ato, razão por que o ato é ético. Tal noção, bem como a questão da valoração estética e tom emotivo-valorativo carregados no ato, que dizem respeito a uma carga emotiva e estética aplicada pelo sujeito ao seu discurso que também o singulariza, pode ser conjugada no contexto da comunicação ubíqua por dois motivos: a presença múltipla do sujeito em vários espaços sociais está sempre amarrada a uma única presença em que as determinações física e social coincidem (não há clones nem *doppelgängers* do sujeito no mundo físico, embora ele possa se projetar virtualmente sobre muitos espaços ao mesmo tempo), e porque cada espaço social ocupado pelo sujeito virtual

vai constituir uma posição ímpar e singular nos limites daquele plano. Caso o sujeito seja projetado em um determinado ato de linguagem no *Twitter*, sua posição neste ato será única; não será a mesma, por exemplo, que a projeção do sujeito em um ato encenado no *Facebook*, ainda que ambas as projeções partam da mesma entidade física e coincidam no tempo.

Em Santaella, vamos investigar as noções de hipermobilidade e de ubiquidade que atravessam e conectam esta pesquisa. A ubiquidade diz respeito a algo que está presente em todos os lugares de modo simultâneo. Santaella (2013a) explorou o conceito ao notar que seus três tipos de leitor (o leitor contemplativo, do Renascimento; o leitor movente, pós-Revolução Industrial; e o leitor imersivo, que surgiu na comunicação digital) já não davam conta de abraçar um novo sujeito que passava a transitar pela rede em múltiplas plataformas e a partir de qualquer lugar. Santaella (2014a) define o leitor ubíquo como situado de modo contínuo entre duas presenças concomitantes, uma física e uma virtual. O leitor ubíquo é filho da hipermobilidade, praticante de um tipo de comunicação ubíqua, onipresente, pela qual o sujeito, ocupante de um espaço social físico, é capaz de projetar-se sobre espaços sociais virtuais e ocupá-los de modo plural e simultâneo. A hipermobilidade é o termo usado pela pesquisadora para definir a conjugação entre mobilidade física e aparatos móveis com conexão Wi-Fi embarcada. A hipermobilidade permite ao sujeito transitar por espaços multidimensionais, multifacetados (SANTAELLA, 2013a), próprios do que a pesquisadora chama de hipermídia, que surge de uma combinação entre hipertexto e multimídia. A capacidade de a hipermídia se transformar e abarcar todo tipo de conteúdo audiovisual, o que nos remete à multimodalidade, converte-a em um espaço que não pode ser ocupado e usufruído por um tipo de sujeito meditativo, passivo, espectador da realidade; para mover-se pelos múltiplos espaços da hipermídia, o sujeito deve ser necessariamente ubíquo e projetar-se sobre várias esferas ao mesmo tempo, marcando sua presença virtual de modo que não deixa de ser social, sem com isso perder vínculo com sua determinação física.

Já em Charaudeau, vamos nos debruçar sobre a noção de consciência identitária e sobre a Teoria Semiolinguística, sobretudo quanto ao contrato, ao ato de linguagem e aos papéis dos sujeitos envolvidos na encenação discursiva. Charaudeau toma a comunicação como uma encenação (*mise-en-scène*) promovida pelo enunciador, EUc, com objetivo de produzir efeitos de sentido e impor um comportamento ao destinatário, TUi. A encenação discursiva então é tida como um ato de linguagem, visto que pretende fazer agir através do discurso, isto é: estabelecer com o destinatário uma relação de influência. O ato é uma mescla entre os circuitos interno, espaço discursivo, e externo, espaço social, onde se estabelece o *contrato de comunicação*, marcado por coerções e com margens que capacitam o sujeito a elaborar estratégias de discurso para cumprir sua

finalidade e persuadir o destinatário, infligindo ou causando certo comportamento; o que Charaudeau chama de uma visada discursiva de “fazer-fazer”. De acordo com o quadro do ato de linguagem, EUc (ser real) projeta EUe (ser de discurso), imagem discursiva de si mesmo, e TUD (ser de discurso), imagem discursiva do destinatário; os seres de discurso ocultam parcialmente EUc e TUi (ser real), sujeitos determinados psicossocialmente. A encenação do ato de linguagem na ubiquidade, entretanto, requer a conjugação de múltiplos espaços e ocupação simultânea desses espaços pelos sujeitos, o que nos leva a dizer que o ato de linguagem, no contexto da hipermobilidade, possui dois circuitos externos, um físico e um virtual, ambos sociais — além do circuito interno, discursivo, que segue sendo singular. Daí, antecipando nossa contribuição, surgida da conjugação entre as teorias de Charaudeau, Bakhtin e Santaella, surgem EUu e TUu, não sujeitos independentes, mas resultados de uma articulação entre os sujeitos sociais físico e virtual, capazes de enunciar a partir de mais de um lugar ao mesmo tempo.

Estas bases estão distribuídas nos seguintes capítulos principais: 2 *O ato ético e a valoração estética na ubiquidade* (onde ponderamos a abordagem de Bakhtin sobre o papel do outro na comunicação, sobre a filosofia do ato responsável, sobre o lugar do Twitter como gênero do discurso e de que modo o ato ético se aplica no contexto da hipermobilidade), 3 *A comunicação ubíqua e a hipermobilidade* (onde fazemos um apanhado das reflexões de Santaella sobre as novas mídias e a comunicação nesta que a autora chama de “era dos fluxos”) e 4 *A consciência identitária e o ato de linguagem na comunicação ubíqua* (em que discorremos sobre a Teoria Semiolinguística de Charaudeau, as noções de ato de linguagem, contrato de comunicação e estratégias discursivas, além da questão da identidade do sujeito). Na sequência procedemos para 5 *Metodologia*, pormenorizado em 5.1 *Procedimentos metodológicos*, separado, por sua vez, em 5.1.1 *Esclarecimentos sobre a terminologia* e 5.1.2 *O espectro polarizante*. 5.1.3 *O ato ético e o tom emotivo-valorativo*, 5.1.4 *O contrato, o destinatário verdadeiro e o aparente* e 5.1.5 *O sujeito ubíquo e seus espaços*. Posteriormente, antes de fechar com as *Considerações finais*, faremos 6 *Uma análise do ódio e da intolerância nas redes sociais*, em que apresentamos o *corpus* (*tweets* em relação ao falecimento de Dona Marisa Letícia) e sua respectiva análise, tomando por amostra dois casos que consideramos relevantes.

Esta pesquisa está de acordo com o Programa de Pós-Graduação em Letras da Universidade de Passo Fundo, e vincula-se à linha de pesquisa “Constituição e Interpretação do Texto e do Discurso”. O estudo é pautado pela pesquisa exploratório-descritiva, bibliográfica e com abordagem qualitativa em relação à Teoria Semiolinguística, à filosofia do ato responsável e à comunicação ubíqua. O *corpus* da pesquisa é composto por diferentes *tweets* em reação ao anúncio de

falecimento da ex-primeira-dama Dona Marisa Letícia. Como tratamos anteriormente, os dias que se seguiram ao anúncio da internação de Dona Marisa, no dia 24 de janeiro, bem como ao anúncio de seu falecimento, no dia 3 de fevereiro, viram as redes sociais serem tomadas por uma exibição de ódio e falta de empatia baseada sobretudo em uma diferença de convicções políticas. Traremos alguns exemplos para ilustrar o clima vivido na época, mas nos concentraremos em dois *tweets* específicos: o *tweet* do usuário Renato Barbosa em resposta a um *tweet* do teólogo e professor universitário Leonardo Boff; e o *tweet* do usuário Ailton Lopes em resposta a um *tweet* do escritor e jornalista Reinaldo Azevedo. Procuramos selecionar um *tweet* de cada lado do espectro polarizante que é o cenário político nacional, sendo o primeiro posicionado no polo B do espectro, à “direita”, e o segundo posicionado no polo A, à “esquerda”. Ambos fazem do falecimento de Dona Marisa Letícia um acontecimento coadjuvante em suas narrativas particulares de ataque ao lado oposto e de fortalecimento da própria identidade. Selecionamos o *Twitter* como rede social analisada não apenas por ser também a RSI escolhida por Santaella em seu livro *Comunicação ubíqua* (2013a), mas por considerarmos que o ritmo veloz de comunicação que ocorre na rede, bem como a indexação de tópicos por meio de *hashtags*, fizeram do *Twitter*, ao longo dos anos, um fórum de debate a respeito dos assuntos discutidos no momento capaz de emoldurar com precisão a temperatura da opinião pública.

Em relação ao estado da arte, não encontramos nenhuma pesquisa no banco de teses da CAPES, até a data de sete de julho de 2017, que articule uma noção bastante recente como a Comunicação Ubíqua, de Lucia Santaella, com a Teoria Semiolinguística de Charaudeau. Mais do que isso, boa parte das pesquisas referentes à ubiquidade se situam no campo das ciências da computação. Ao refinarmos a busca para as áreas da Comunicação e de Letras, fica claro que ambos os autores são referências, embora suas teorias não costumem se complementar aos olhos dos pesquisadores. Os resultados se tornam ainda mais raros ao especificar os estudos sobre as redes sociais, que apesar de ter a preocupação dos pesquisadores, ainda são pouco investigadas sob a teoria de Charaudeau. Da mesma forma, apesar de Bakhtin ser um cânone e de sua presença em pesquisas sobre comunicação ser maciça, a articulação com os autores citados, sobretudo em relação à filosofia do ato responsável, também não foi encontrada.

Parece-nos muito simples atribuir os tempos de intolerância em que vivemos ao medo e intransigência naturais do ser humano, que sempre reagiu com violência ao diferente por mais insignificante que a diferença fosse. A transferência desse comportamento para as novas formas de comunicação que transitam na hipermídia é consequência natural. Contudo, intriga-nos os meandros dessa comunicação; intriga-nos a discórdia deliberada promovida nas redes, intriga-nos quando a

segregação parece ser o objetivo da comunicação e quando o isolamento em si mesmo é mais importante que o vínculo, paradoxalmente em uma era que devemos relutar em caracterizar com atributos como conexão e proximidade entre as pessoas. Vamos procurar, nesta pesquisa, investigar as questões aqui levantadas e entender em detalhes a comunicação polarizada que rege as redes sociais.

2 O ATO ÉTICO E A VALORAÇÃO ESTÉTICA NA UBIQUIDADE

O capítulo versa sobre as bases teóricas oferecidas por Bakhtin (1997, 2012), a questão do ato ético responsável e da valoração estética, articuladas com a comunicação ubíqua de Santaella (2013a), além de investigarmos o lugar do Twitter entre os gêneros discursivos e procurar entender como o ato ético, que trata da singularidade do sujeito, encaixa-se na ubiquidade. Destacamos de início que todo conceito ou citação trazida a partir de Bakhtin ou de Charaudeau deve ser lida tendo presente que nenhum dos autores elaborou suas teorias sob a realidade, hoje inescapável, de que a vida social se divide entre o plano físico e o virtual, por isso nos soa urgente a necessidade de trazer uma pesquisadora como Santaella para renovar perspectivas em torno das ideias elaboradas previamente em relação a esta era da comunicação ubíqua em que nos vemos mergulhados.

2.1 DIALOGISMO E ALTERIDADE: O PAPEL DO OUTRO NA UBIQUIDADE

Vivemos a era do ódio, muitas vezes retraído no convívio social e no cotidiano, mas liberado e dado à vazão nas “redes sociais da internet — RSIs” (SANTAELLA; LEMOS, 2010), em que o locutor não consegue reconhecer no seu alocutário um parceiro legítimo do ato de troca; ao invés disso, o locutor projeta no alocutário a figura de antifiador (antagonista; revisaremos a terminologia na sequência) para servir de oposição ao seu mundo ético, do qual ele pretende fazer participar o real alvo do seu ato de linguagem: o público participante do seu lado do espectro polarizante². Não há o reconhecimento ao outro, não importa de qual lado falamos (se esquerda ou direita, se Donald Trump ou Hillary Clinton — ou Bernie Sanders), como um ser humano capaz de ouvir, de entender e cujas motivações para pensar daquela forma venham de um lugar legítimo.

Esta situação impõe um desafio: como conceber o dialogismo bakhtiniano e o princípio da alteridade sobre um ato de linguagem cujos participantes não apenas relutam em aceitar a legitimidade das posições um do outro, mas também negam a si mesmos como seus interlocutores reais, projetando-se mutuamente como acessórios reflexivos que devem rebater seus discursos com o propósito de fortalecer suas posições iniciais, arraigar seus argumentos, às vistas de uma terceira parte (um público, uma entidade coletiva composta por seguidores e não-seguidores) para a qual o ato é encenado?

² Campo de argumentação na internet constituído de dois polos muito claros e opostos (esquerda contra direita, por exemplo). O termo será aprofundado na sequência deste trabalho.

Flores e Teixeira (2009) destacam que o axioma³ da teoria bakhtiniana é o dialogismo e que o estudo da língua em Bakhtin só pode ser concebido na enunciação, “operador que faz funcionar o axioma bakhtiniano” (FLORES; TEIXEIRA, 2009, p. 147). Relembrando que o *dialogismo* é um conceito do Círculo de Bakhtin aplicado em Análise do Discurso; refere-se às “relações que todo enunciado mantém com os enunciados produzidos anteriormente, bem como com os enunciados futuros que poderão os destinatários produzirem” (CHARAUDEAU; MAINGUENEAU, 2008, p. 160). A definição oferecida por uma renomada estudiosa de Bakhtin no Brasil, Beth Brait (1997), também nos parece relevante, sobretudo em sua conclusão.

Por um lado, o dialogismo diz respeito ao permanente diálogo, nem sempre simétrico e harmonioso, existente entre os diferentes discursos que configuram uma comunidade, uma cultura, uma sociedade. É nesse sentido que podemos interpretar o dialogismo como o elemento que instaura a constitutiva natureza interdiscursiva da linguagem (BRAIT, 1997, p. 98).

Ou seja, é pelo dialogismo que a linguagem se caracteriza como *interdiscursiva*. A noção dialógica atravessa a comunicação humana e é representada de modo cristalino nas páginas do *Twitter*⁴, onde habita os discursos que analisaremos nesta tese. A totalidade formada por respostas, curtidas e *retweets* (derivados de/ou que podem dar origem a *hashtags* e *trending topics*) surgidos de um único *tweet* contém em uma mesma página (acessada integralmente através do simples gesto de descer a barra de rolagem) enunciados e trocas languageiras que constituem evidência visual do dialogismo operando em tempo real. Uma resposta a um *retweet* contém, no mínimo, dois outros enunciados além daquele post no *tweet* de resposta. O processo não é diferente do que Bakhtin (1997) descreve nesta clássica passagem, ainda que o filósofo russo a tenha escrito muitas décadas antes do advento do *Twitter*:

O próprio locutor como tal é, em certo grau, um *respondente*, pois não é o primeiro locutor, que rompe pela primeira vez o eterno silêncio de um mundo mudo, e pressupõe não só a existência do sistema da língua que utiliza, mas também a existência dos enunciados anteriores — emanantes dele mesmo ou do outro — aos quais seu próprio enunciado está vinculado por algum tipo de relação (fundamenta-se neles, polemiza com eles), pura e simplesmente ele já os supõe conhecidos do ouvinte. *Cada enunciado é um elo da cadeia muito complexa de outros enunciados* (BAKHTIN, 1997, p. 291, grifo nosso).

O *Twitter* nada mais é, portanto, que a materialização desta complexa cadeia de múltiplos enunciados — uma rede social em que o dialogismo (o enunciado preenche de outros enunciados,

³ “Entendemos por axioma a(s) proposição(ões) de base que se refere(m) ao objeto e que não exige(m) demonstração: o axioma é um princípio de evidência da teoria” (FLORES; TEIXEIRA, 2009, p. 156).

⁴ Veremos uma definição para a nomenclatura utilizada no *Twitter*, e também para alguns termos que trouxemos, na parte dedicada aos procedimentos metodológicos.

tanto anteriores quanto subsequentes) toma forma explícita; sem desconsiderar todos os enunciados que não aparecem na superfície do processo de troca. O dialogismo, por sua vez, é abraçado pelo conceito antropológico de alteridade, a constituição do eu a partir do outro. De acordo com Pires (2002, p. 42), “o princípio dialógico funda a alteridade como constituinte do ser humano e de seus discursos. Reconhecer a dialogia é encarar a diferença, uma vez que é a palavra do outro que nos traz o mundo exterior”.

No caso do ato de linguagem na comunicação ubíqua, que pretendemos demonstrar em nosso *corpus*, o sujeito define a si mesmo perante esse público em relação à sua contraparte, seu oposto; quanto mais diferente deste, mais crível e legítimo para seus seguidores o sujeito se mostrará, o que garante o princípio da alteridade inviolado. Contudo, este oposto não constitui parceiro real de comunicação para o sujeito, pois a legitimidade de sua posição, de seus argumentos e das motivações por trás de suas ideias não é reconhecida. Este “encarar a diferença”, tão bem posto por Vera Lúcia Pires (2002) como consequência constituinte do próprio dialogismo, é severamente abreviado nos atos de linguagem que verificaremos nesta tese. O sujeito não encara o outro, o diferente, pelo contrário: ele o rejeita ao mesmo tempo em que o toma como ponto de apoio para fortalecer sua posição perante seu público.

Nossa fala, isto é, nossos enunciados [...] estão repletos de palavras *dos outros*, caracterizadas, também em graus variáveis, por um emprego consciência e decalcado. As palavras dos outros introduzem sua própria expressividade, seu tom valorativo, que assimilamos, reestruturamos, modificamos (BAKHTIN, 1997, p. 314, grifo do autor).

A palavra do outro, no caso dessa comunicação polarizada no *Twitter*, não é assimilada pelo locutor, tampouco introduz sua própria expressividade à fala deste. Sua utilização ocorre somente como instrumento para o fortalecimento do discurso do locutor (o antimodelo de que nos fala Maingueneau). Não ocorre este “nos traz o mundo exterior” de que fala Pires (2002, p. 42), analogia também utilizada tanto em Charaudeau (2010a) quanto em Maingueneau (2005) para descrever a necessária participação do outro no mundo/universo de pensamento do locutor para que a simetria do ato de linguagem seja possível. Neste caso o mundo/universo de pensamento do alocutário é, para o locutor, inacessível, inabitável; sua existência é concebida apenas como antimodelo, e o alocutário como antifiador (vamos usar “antagonista”, como detalhado mais tarde), para introduzir o público do locutor (seus seguidores no *Twitter* ou outras pessoas que testemunhem a discussão, seguidores em potencial) ao seu próprio mundo/universo de pensamento, valorizado na distinção em relação ao mundo do alocutário, feita aparente e evidenciada na encenação do ato do locutor.

Não há como deixar de considerar neste processo a noção bakhtiniana de compreensão responsiva, vital ao investigarmos o ato de linguagem no *Twitter*. No clássico texto “O enunciado, unidade da comunicação verbal”, Bakhtin (1997) afirma que os esquemas da linguística tradicional

(que divide o processo em “ativo” e “passivo”; “locutor” e “ouvinte”) representam somente “certos aspectos” da comunicação, e que qualquer tentativa de conceber a comunicação verbal sem que se inclua o enunciado no processo não passa de mera “ficção científica”. Bakhtin (1997) vem demonstrar que o ouvinte tal como era concebido por esta linguística fundante, dotado apenas de uma compreensão passiva do enunciado do outro, fica extremamente minimizado no processo de comunicação. Para opor essa corrente, Bakhtin (1997) ensaia o conceito de *compreensão responsiva ativa*.

Segundo o linguista russo, todo aquele que se vê envolto de alguma forma por um enunciado detém o que chama de uma “atitude responsiva”. A simples audição, mesmo que desprovida de qualquer gestual ou expressão facial perceptível, abriga uma resposta. “Toda compreensão é prehe de resposta e, de uma forma ou de outra, forçosamente a produz: o ouvinte torna-se locutor” (BAKHTIN, 1997, p. 290). Tal acepção serve de base para Bakhtin inscrever na própria imobilidade do interlocutor uma noção de atividade, um sopro de movimento, e a partir dele demover da engrenagem fria da língua qualquer espírito de sentido que a linguística tradicional poderia lhe conferir.

O que Mikhail Bakhtin (1997) opera em “O enunciado, unidade da comunicação verbal” é uma necessária sublimação do papel do *outro* na comunicação (ou tão somente uma reposição a seu lugar de direito). Bakhtin toma esta entidade da comunicação, o *outro*, e a partir dela ilumina o que vem a ser o caminho no desenvolvimento do seu raciocínio, que tem por objetivo promover uma escalada da importância do enunciado na mecânica da comunicação. É a partir de então que Bakhtin molda o que vem a ser o argumento de seu texto: o enunciado enquanto grão da comunicação verbal, refutando a ideia de um sentido inerente à língua, latente já em seu sistema. Todo sentido se constrói no e pelo enunciado.

Os fenômenos da ressonância dialógica, da alternância dos sujeitos, da influência da resposta presumida e do caráter de dirigir-se a alguém não existem na oração enquanto unidade da língua, apenas no todo do enunciado. Na justaposição desses conceitos delineia-se, ao longo do texto, uma elegante afirmação dessa ideia central, liga condutora de uma sentença proferida por Bakhtin (1997), uma prescrição: é “obrigatório” abordar a comunicação a partir de seu elemento seminal, ou seja, o enunciado. No *Twitter*, a compreensão responsiva pode ser encarnada de forma material, como no caso do *retweet* ou no ato de “marcar” um terceiro usuário. A tendência para uma discussão no *Twitter* servir de arena ou palco para o testemunho de outros usuários (com exceção de quando a discussão ocorre no privado, caso que não será contemplado nesta tese) também contribui para um aspecto elementar do dialogismo bakhtiniano: seu inacabamento. Enquanto “todo

enunciado [...] comporta um começo absoluto e um fim absoluto: antes de seu início, há os enunciados dos outros, depois de seu fim, há os enunciados-respostas dos outros” (BAKHTIN, 1997, p. 294), o dialogismo em si é perpétuo e inconcluso, pois segue mesmo após o fim do enunciado.

Segundo Machado (2010, p. 84), “inacabamento é assim o princípio estético a partir do qual é possível considerar a *poiesis* do dialogismo como campo conceitual da estética bakhtiniana e do modelo artístico do mundo”. O dialogismo bakhtiniano prevê que um discurso, mesmo que o sujeito tente empregar-lhe um ponto final, reverberará para muito além do seu controle. De acordo com Pierre Lèvy (1998)⁵, “enquanto redobramos o texto sobre ele mesmo, produzindo assim sua relação consigo mesmo, sua vida autônoma, sua aura semântica, nós o reportamos também a outros textos, a outros discursos [...]”. O inacabamento do discurso é uma característica tão própria do hipertexto e da comunicação através das RSIs de modo geral que é difícil imaginar como Bakhtin concebeu o dialogismo olhando para trás, em Dostoiévski, e não diretamente para a *web* 3.0. Santaella (2014) anota que, embora tenha sido elaborada com foco no romance, a relevância da teoria dialógica de Bakhtin é maior do que nunca no mundo hipermidiático de hoje e serve “à perfeição para a análise da interatividade nas redes sociais digitais” (SANTAELLA, 2014, p. 207).

Da mesma forma, A noção de hipertexto está intimamente atrelada à noção de inacabamento. A progressão hipertextual não possui fim, apenas pausa; definição primária do dialogismo bakhtiniano. . O dialogismo bakhtiniano é perpétuo, iniciado no verbo do Adão mítico e por natureza infundável. Todo diálogo sob esta perspectiva, para além de sua “conclusibilidade específica” (BAKHTIN, 1997, p. 275), é inacabado por natureza, pois, para o filósofo, todo falante é em algum nível um respondente, já que reside em sua voz, adormecida, a presença inaudível de todas as vozes já ouvidas.

Na sequência, ponderamos sobre o lugar do *Twitter* enquanto plataforma e arena discursiva entre os gêneros discursivos.

2.2 O LUGAR DO *TWITTER* ENTRE OS GÊNEROS DO DISCURSO

Apesar de ter nascido um século antes da proliferação do uso doméstico da internet, Mikhail Bakhtin (1997, 2002) segue sendo base para qualquer encaixe e definição de gênero dos novos suportes e ferramentas para a comunicação humana, embora hoje poderemos recorrer às

⁵ Citação de texto corrido retirada de página única disponível na internet.

contribuições de autores como Pierre Lévy, Roger Chartier e Stuart Hall, além de excepcionais pesquisadores nacionais como Santaella, Xavier e Marcuschi. Santaella e Lemos (2010) não especificam o *Twitter* como um gênero, mas se preocupam em defini-lo a partir do conceito de Lévy (1998) de que toda inteligência coletiva tem base social.

Nossa definição irá descrever o Twitter como uma mídia social que, unindo a mobilidade do acesso à temporalidade *always on* [ubiquidade] das RSIs 3.0, possibilita o entrelaçamento de fluxos informacionais e o design colaborativo de ideias em tempo real, modificando e acelerando os processos globais da mente coletiva. O que é o Twitter? Uma verdadeira ágora digital global: universidade, clube de entretenimento, “termômetro” social e político, instrumento de resistência civil, palco cultural, arena de conversações contínuas (SANTAELLA; LEMOS, 2010, p. 66, grifo das autoras).

Os gêneros do discurso não foram definidos uma única vez e deixados à mercê da história; como a língua, eles são vivos e altamente dinâmicos, alterando-se e se transformando conforme a evolução dos suportes. É o que defende Marcuschi (2002, p. 19) ao argumentar que

os gêneros não são instrumentos estanques e enrijecedores da ação criativa. Caracterizam-se como eventos textuais altamente maleáveis, dinâmicos e plásticos. Surgem emparelhados a necessidades e atividades sócio-culturais, bem como na relação com inovações tecnológicas, o que é facilmente perceptível ao se considerar a quantidade de gêneros textuais hoje existentes em relação a sociedades anteriores à comunicação escrita.

Não há como relevar a popularização massiva da internet e a constante evolução nas formas de comunicação ditadas pela praticidade e pela ubiquidade (chamadas de voz e de vídeo como atributos em aplicativos de troca de mensagens como o *WhatsApp*, por exemplo, promovem uma fusão de formas de comunicação diferentes dentro de uma única plataforma). Contudo, antes de olharmos mais atentamente para o lugar do *Twitter* entre os gêneros do discurso, convém voltarmos um pouco ao passado. Retornando à Grécia Antiga, reencontramos dois tipos de atividade de discurso desempenhados na época e que serviriam de base para a classificação dos gêneros em “primário” e “secundário” que veríamos também em Bakhtin (1997). Conforme Charaudeau e Maingueneau (2008), o primeiro, ofício dos poetas encarregados de celebrar deuses e heróis, surgiu na Grécia pré-arcaica; o segundo, dado a fins práticos para ditar o modo de gerir o comércio e demais atividades da cidade, surgiu na Grécia clássica e foi desenvolvido posteriormente na Roma de Cícero.

A evolução da noção de gênero passa necessariamente pela tradição literária, limitando a colocação dos textos nos dois grupos clássicos: prosa ou poesia. Jakobson (2005) vem propor uma classificação baseada em funções (segundo o estruturalista: função emotiva, conativa, fática, poética, referencial e metalinguística). Benveniste (1988), da perspectiva da enunciação, separa seminalmente *história* e *discurso*. No entanto, é Bakhtin (1997) quem liberta o estudo dos gêneros

das prisões formais forjadas ainda por Platão (lírico, épico e drama; as três formas da mimese) e Aristóteles (deliberativo, judiciário e epidítico; os três gêneros da retórica), direcionando o conceito para uma seara social e interacional.

A natureza da inclinação de Bakhtin (1997) (um filósofo da linguagem que privilegiou a comunicação, a interação, o diálogo) é preceptora de seus estudos referentes ao gênero. A definição clássica do linguista russo consta logo da primeira e segunda páginas do capítulo *Os gêneros do discurso* em *Estética da Criação Verbal*:

O emprego da língua efetua-se em forma de enunciados (orais e escritos) concretos e únicos, proferidos pelos integrantes desse ou daquele campo da atividade humana. Esses enunciados refletem as condições específicas e as finalidades de cada referido campo não só por seu conteúdo (temático) e pelo estilo da linguagem, ou seja, pela seleção dos recursos lexicais, fraseológicos e gramaticais da língua mas, acima de tudo, por sua construção composicional. Todos esses três elementos – o conteúdo temático, o estilo, a construção composicional – estão indissolivelmente ligados no todo do enunciado e são igualmente determinados pela especificidade de um determinado campo da comunicação. Evidentemente, cada enunciado particular é individual, mas cada campo de utilização da língua elabora seus *tipos relativamente estáveis* de enunciados, os quais denominamos *gêneros do discurso* (BAKHTIN, 1997, p. 261–262, grifo do autor).

A transição operada por Bakhtin (1997) movimenta os gêneros de estatutos formais para contextos sociointerativos. Afinal, “os gêneros não são entidades formais, mas sim entidades comunicativas a funções, propósitos, ações e conteúdos” (MARCUSCHI, 2008, p.159).

Bakhtin (1997) palia o dilema da vasta heterogeneidade dos gêneros discursivos orais e escritos ao separá-los em “primário (simples)” e “secundário (complexo)”, conforme antecipamos anteriormente. O gênero primário engloba todas as atividades próprias do cotidiano, e são predominantemente orais. Pertencem ao gênero primário trocas discursivas ocorridas com finalidade prática, como uma conversa informal qualquer, um diálogo no trabalho, uma saudação militar. Ao gênero secundário pertencem as peças elaboradas de natureza artística ou científica. São em geral escritos, ou previamente concebidos de modo escrito (teatro e cinema).

Os gêneros discursivos secundários [...] surgem nas condições de um convívio cultural mais complexo e relativamente muito desenvolvido e organizado (predominantemente o escrito). No processo de sua formação eles incorporam e reelaboram diversos gêneros primários (simples), que se formam nas condições da comunicação discursiva imediata. Esses gêneros primários, que integram os complexos, aí se transformam e adquirem um caráter especial: perdem o vínculo imediato com a realidade concreta e os enunciados reais alheios [...] (BAKHTIN, 1997, p. 263).

Resumidamente, portanto, os gêneros para Bakhtin (1997) são “os primeiros [primários] referem-se à comunicação cotidiana. Os segundos [secundários], à comunicação produzida por meio de códigos culturais elaborados, como a escrita” (SANTAELLA, 2014, p. 208). A parte majoritária da comunicação travada nas redes sociais é escrita, mas catalogá-la de imediato como forma secundária de gênero discursivo pode ser arbitrário. Mais do que simular a comunicação cotidiana

(como um diálogo escrito em um romance), a escrita nas redes sociais é, muitas vezes, uma incorporação quase exata do discurso falado, visto que a facilidade de acesso e a velocidade com que, dada a ocasião, é preciso externar o que se pensa, caracterizam esta modalidade de comunicação, ainda que sob forma escrita, como uma comunicação cotidiana. Muito do que é escrito no *Facebook* ou no *Twitter*, principalmente neste último, não compartilha com outras modalidades de escrita sua rigidez, o tempo com que se pesa o valor das palavras e demais características próprias da leitura daquilo que fora externado.

A escrita impõe mais filtros entre o pensamento, abstrato, e seu processamento até a produção efetiva da linguagem, sua conversão em signo (fala ou escrita). Acompanhar um assunto quente⁶ no *Twitter* (um *trending topic*, por exemplo) levará usuários a simplesmente lerem o que outros estiverem postando e escreverem a respeito tal como as palavras vieram à consciência, com critério e seleção vocabular semelhante ao usado caso estivessem falando, fazendo uso do gênero primário. Então talvez seja o caso de dizer que a escrita nas redes sociais muitas vezes fica em um meio de caminho entre os gêneros primário e secundário, visto que, embora o encapsulamento formal do pensamento linguístico seja a escrita, suas características são menos rígidas, tais como as da fala.

Santaella (2014), lembrando que Bakhtin já antecipara a complexidade da comunicação humana e portanto a impossibilidade de encaixar suas vertentes em dois tipos de gêneros bem definidos, batiza o gênero desempenhado nas redes sociais de “híbrido”. Segundo Bakhtin (1997), a maioria dos gêneros discursivos, com exceção exatamente dos artísticos-literários, não abre espaço para estilo e individualidade. Se o conhecimento humano for mesmo construído através de gêneros (MOTTA-ROTH, 2006), tende-se a aceitar que a força dos gêneros, em especial os artísticos de que fala Bakhtin (1997), é maior do que se pensava.

Motta-Roth (2006), em seu artigo *Questões de metodologia em análise de gêneros*, chega a argumentar que o gênero é um fenômeno estruturador da cultura. Segundo a linguista (2006, p. 150),

gêneros se constituem como artefatos culturais (Miller, 1984:164), formas recorrentes e significativas de agir em conjunto, que põem alguma ordem no contexto da vida em coletividade (nos termos de Clifford Geertz, 1983:21); como formas de vida que se manifestam em jogos de linguagem, de tal sorte que a linguagem é parte integral de uma

⁶ Uma das características que transformaram o Twitter, ao longo dos anos, em uma ferramenta para medir em tempo real a percepção do público em relação a algum tema em tempo real é a indexação de assuntos que estão sendo comentados no momento através da *hashtag* (#). Os temas mais comentados são exibidos em uma caixa à direita no site e são chamados de “*trending topics*”.

atividade (nos termos de Ludwig Wittgenstein ([1953] 1958:88, § 241) a ponto de o gênero tornar-se um fenômeno estruturador da cultura.

Santaella (2014a), ao tratar do advento da multimídia enquanto conceito, falou sobre como a multimídia nasce dessa hibridização de linguagens.

O ciberespaço se apropria e mistura, sem nenhum limite, todas as linguagens pré-existentes: a narrativa textual, a enciclopédia, os quadrinhos, os desenhos animados, o teatro, o filme, a dança, a arquitetura, o design urbano etc. Nessa malha híbrida de linguagens, nasce algo novo que, sem perder o vínculo com o passado, emerge com uma identidade própria: a multimídia [...] (SANTAELLA, 2014a, p. 212).

Como a pesquisadora pontua, as conexões feitas pelos diferentes “nós” que remetem a outros documentos e “lugares” dentro da rede não se limitam a uma linguagem verbal, pelo contrário. “Essa mistura densa e complexa de linguagens, feita de hipersintaxes multimídia — povoada de símbolos matemáticos, notações, diagramas, figuras, também povoada de vozes, música, sons e ruídos — inaugura um novo modo de formar e configurar informações” (SANTAELLA, 2014a, p. 213). É perigoso tentar encaixar as linguagens praticadas na hipermídia de acordo com um novo gênero já que a comunicação ubíqua se constrói a partir de linguagens que preexistem à rede. De modo semelhante, Maingueneau (2016), ao escrever sobre a questão dos gêneros na web, preferiu tomá-los como uma forma híbrida. O pesquisador francês lembra que, ao tratar dos chamados “cibergêneros”, costuma-se fazer uma distinção entre aqueles que retomam outras mídias e aqueles que emergem na web (como o fórum e o blog). O *Twitter*, como um serviço de *microblogging*, encaixa-se certamente na segunda categoria. Ainda assim, o linguista também realiza a pergunta que nos move nesta seção (sabidamente, porém, sem oferecer acabamento à questão ainda em curso):

A aparição da web modifica fundamentalmente o estado de coisas? Poderíamos considerar que ela oferece somente um novo espaço de apresentação e põe em circulação gêneros de textos tradicionais: conversações (fóruns, chats...), diários de informação, dicionários, cursos, romances etc. Mas me parece mais realista sustentar que a web transforma de fato as condições de comunicação, a maneira pela qual podemos considerar o gênero e a noção mesma de textualidade (MAINGUENEAU, 2016, p. 142–143).

Xavier (2005, p. 8), por sua vez, destaca que “é natural que os novos gêneros que emergem das tecnologias recém criadas misturem gêneros, façam uma composição de características de um certo gênero com a possibilidade técnica de efetivar uma determinada ação antes impossível”, e este nos parece o caminho mais sensato para se pensar os gêneros em seu invólucro digital. Pensar em ubiquidade é pensar no sujeito dividido, multiplicado em si mesmo; é pensar em um ser metamorfo que espalha seus tentáculos por diversos níveis de realidade. Os gêneros se estruturam a partir das transformações que o sujeito viu sendo operadas em sua identidade. De acordo com Hall (2006, p. 7), “as velhas identidades, que por tanto tempo estabilizaram o mundo social, estão em declínio,

fazendo surgir novas identidades e fragmentando o indivíduo moderno, até aqui visto como um sujeito unificado”. A própria cognição, forma de leitura e aquisição da linguagem é influenciada e depõe a favor desse poder transformador das mídias digitais sobre o comportamento do sujeito. Xavier (2005, p. 3) pondera que “essa geração tem adquirido o letramento digital antes mesmo de ter se apropriado completamente do letramento alfabético ensinado na escola”, e assim será de modo mais incisivo ano após ano. Se esta democratização total e escancarada das tecnologias digitais e da internet não é ainda uma realidade, está sem dúvida em vias de ser, e a realidade passará a ser apreendida como essa dualidade que fragmenta o sujeito em ambos os espaços: físico e virtual.

Antecipando Patrick Charaudeau (2010a, 2010b), teórico que terá grande presença nesta tese, são fundamentais à noção de gênero a questão das situações de comunicação e suas coerções, as visadas discursivas que as determinam e o contrato de comunicação. Segundo Charaudeau e Maingueneau (2008, p. 251), “as características dos discursos dependem essencialmente de suas condições de produção situacionais nas quais são definidas as coerções que determinam as características da organização discursiva e formal [...]”. Os gêneros discursivos são acima de tudo, para Charaudeau (2010a), “gêneros situacionais”.

Para tratarmos dessa perspectiva, de que a situação determina o gênero de discurso, é preciso primeiro definir a própria situação de comunicação. Há três elementos essenciais nesta composição (CHARAUDEAU, 2010c)⁷: “[...] a ‘finalidade’ do ato de fala, a ‘identidade’ dos parceiros e do lugar que eles ocupam na troca, [e] as ‘circunstâncias materiais’ nas quais a troca se realiza”. Charaudeau (2010c) complementa que

a situação de comunicação é, assim, o que determina, através das características de seus ‘componentes’, e das ‘instruções discursivas’, as condições de produção e de reconhecimento dos atos de comunicação. É por isso que podemos falar de ‘contrato de comunicação’: sem o seu reconhecimento não haveria possibilidade de intercompreensão.

Antecipando, a visada predominante verificada no *corpus* de pesquisa é a visada incitativa que, por “fazer crer”, leva a um “fazer fazer”. Charaudeau (2004)⁸ explica que

a visada de “incitação” : *eu* quer “mandar fazer” (*faire faire*), mas, não estando em posição de autoridade, não pode senão incitar a fazer ; ele deve, então “fazer acreditar” (por persuasão ou sedução) ao *tu* que ele será o beneficiário de seu próprio ato ; *tu* está, então, em posição de “dever acreditar” que se ele age, é para o seu bem.

⁷ Citação retirada de página única, artigo disponível no site de Patrick Charaudeau.

⁸ Citação retirada de artigo disponível no site de Patrick Charaudeau.

O discurso encenado no *Twitter* encontra-se em situação similar: o locutor OP (a terminologia será esclarecida na sequência) ocupa uma posição de superioridade em relação ao público (o que confere autoridade no *Twitter*: número de seguidores, selo de verificação, etc). Contudo, esta posição de superioridade pode ser estrategicamente disfarçada a fim de estabelecer uma relação empática com o público. Para antecipar, é com o objetivo exatamente de cumprir a visada de incitação do “fazer crer” que os participantes da encenação precisam se encontrar no mesmo nível e então levar a um “fazer fazer”, neste caso, o “fazer concordar” (como lembra Charaudeau (2010b, p. 69), os quatro tipos de visadas “podem combinar-se entre si”. Ou seja, o locutor (EUc) coloca-se em uma posição de “não autoridade” (ao projetar o EUe) para “impor um fazer” (citado anteriormente), buscando um modo (empregando-se aqui a questão do estilo) para “fazer crer”; assim como o público (TUi) ocupa uma posição de “dever crer” (TUd) no jogo interdiscursivo que se impõe entre este e o enunciador, que o conduz a “lugares” a partir de estratégias discursivas.

Tanto Bakhtin (1997) quanto Charaudeau (2010a) ligam a ideia de gênero a uma tríade conceitual. No caso do filósofo russo, como já vimos, gêneros são tipos relativamente estáveis de enunciados, e esses enunciados refletem as especificidades de um campo em função de seu *conteúdo temático*, seu *estilo de linguagem* e sua *construção composicional*. Silva (2013) levou em consideração os três elementos postulados por Bakhtin (1997) para definir o *Twitter* como um novo gênero digital cujo suporte é a internet.

Por sua vez, Charaudeau (2010c) pondera que a noção de gênero depende essencialmente, também, de três níveis:

- o nível do ‘contrato global’ de comunicação com suas variantes, os dados situacionais que dão instruções discursivas específicas ao sujeito falante;
- o nível ‘discursivo’ em seus distintos modos de organização, em função dos dados situacionais e de suas instruções;
- as ‘formas textuais’ com as marcas gramaticais e lexicais, cujas recorrências formais testemunham as regularidades da configuração textual que correspondem às instruções discursivas.

Como podemos ver, as definições de Bakhtin (1997) e de Charaudeau (2010c) são próximas. Os gêneros situacionais estariam ligados ao primeiro nível, do contrato global, marcado pelos dados situacionais que prescrevem instruções discursivas aos parceiros do discurso. No *Twitter*, leva-se em consideração as diferentes arenas em que esta comunicação ocorre. Mesmo assim, há alguns preceitos básicos que determinarão a função desse discurso polarizante não importando de que modo ele é reproduzido; o objetivo é levá-lo a “entrar no universo do pensamento que é o ato de

comunicação” (CHARAUDEAU; MAINGUENEAU, 2008, p. 93). É nessa questão que entra o estilo.

Em Bakhtin (1997, 2012), o estilo (ao lado do conteúdo e da composição) é constitutivo do gênero do discurso cujo entendimento procuramos refinar para a comunicação ubíqua no *Twitter*. De acordo com Brandão (2005, p. 3),

Definindo o gênero como “tipos de enunciados relativamente estáveis” quanto ao conteúdo, à construção composicional e ao estilo, para ele [Bakhtin], o conceito de estilo está ligado ao de gênero do discurso. Isto é, o estilo é um dos elementos constitutivos da genericidade o que o leva a afirmar: “Onde há estilo há gênero”.

É a qualidade singularizante do estilo, da valoração estética, o constituinte essencial do diálogo entre ambos. Não se pode sufocar o debate na linha de largada quando questões como as de suporte e de produção são tão potencialmente transponíveis. Como destaca Maingueneau (2012, p. 230), “o gênero não é exterior à obra, mas, em vez disso, uma de suas condições”. Ao mesmo tempo em que o sujeito escolhe o gênero de seu enunciado, este enunciado é condicionado pelo gênero escolhido, que por sua vez determina parte do estilo do sujeito, especificamente aquilo que é coletivo em suas escolhas, que obedece a determinações externas. Segundo Brandão (2005, p. 8),

O estilo é individual e coletivo ao mesmo tempo. É coletivo porque falamos sempre dentro de um gênero e o gênero se caracteriza pela sua tipicidade, por determinados elementos de base que se caracterizam pela permanência. Mas, ao mesmo tempo, os gêneros se concretizam em enunciados que, como unidades reais de comunicação, são assumidos por falantes, por indivíduos marcados por sua singularidade [...].

O estilo, tom emotivo-volitivo impresso no discurso, desfamiliariza o discurso comum para lhe conferir a qualidade de único. O estilo empregado pelo sujeito em seu ato ético o singulariza, transforma o ato em um evento ímpar no espaço-tempo do sujeito: apenas ele pode dizer o que diz, quando diz e do lugar em que diz, ou seja, o sujeito é convertido em indivíduo, em autor. De acordo com Bakhtin (2012, p. 60), “também para a contemplação estética resta inapreensível o existir-evento único em sua singularidade”. Para tratar da posição singular ocupada do sujeito e da questão do estilo aplicada ao seu discurso, veremos a noção de ato ético e de valoração estética.

2.3 ATO ÉTICO E VALORAÇÃO ESTÉTICA

Bakhtin (1997, 2012) entende o ato ético como a ocupação de um lugar ímpar (veremos a conjugação desta singularidade com a questão da ubiquidade em seguida), a partir do qual ele deve responder (“ato responsável”, como o chama Sobral (2008)) por este movimento que o individualiza no panorama universal dos sujeitos. De acordo com Bakhtin (2012), não existe álibi na vida.

[...] eu também sou participante no existir de modo singular e irrepitível, e eu ocupo no existir singular um lugar único, irrepitível, insubstituível e impenetrável da parte de um outro. [...] A singularidade do existir é irrevogavelmente obrigatória. Este fato do *meu não-álibi* no existir, que está na base do dever concreto e singular do ato, não é algo que eu aprendo e do qual tenho conhecimento, mas algo que eu *reconheço e afirmo de um modo singular e único* [...], cada existir é único (BAKHTIN, 2012, p. 96, grifo do autor).

Da mesma forma que ocorre no mundo físico, o sujeito não pode fugir à responsabilidade pelo que diz em sua conta no *Twitter* porque este é *seu* espaço virtual e social, onde ele se projeta para o mundo; espaço que o conecta inescapavelmente ao seu lugar único no mundo (lugar social, histórico e político) em qualquer lugar ocupado, seja físico, seja em múltiplas redes sociais; sua posição em cada um desses espaços é única, singular.

A obrigatória constatação dessa individualidade constitui também a identidade de autor do sujeito sobre seu discurso. De acordo com Charaudeau (2010b, p. 68, grifo do autor), “a identidade dos parceiros engajados na troca é a condição que requer que todo ato de linguagem dependa dos sujeitos que aí se acham inscritos” (ainda veremos a questão da consciência identitária em mais detalhes); ou seja, há sujeitos reais, determinados socialmente, por detrás das cortinas deste palco onde os atores do discurso representam seu jogo de cena, e a responsabilidade pelo que diz o ser projetado (EUe) recai irremediavelmente sobre o ser real (EUc). Importante notar que Charaudeau não construiu a teoria semiolinguística sob a sombra hoje onipotente das redes sociais (tampouco Bakhtin, embora sua atualidade resista) e que a contribuição que pretendemos trazer para sua teoria exige que se flexibilize a ideia de “real”, entendido nesta pesquisa como um termo que se aplica igualmente ao plano físico e ao plano virtual. Diferenciaremos o físico do virtual por residir na articulação desses dois planos a comunicação ubíqua de que trata Santaella; contudo, quando falarmos em “ser real” (que Charaudeau opõe a ser de discurso), compreendemos um ser presente simultaneamente nos planos físico e virtual, sem prejuízo para este último, já que ambos se tratam de espaços sociais (como será tratado em mais detalhes ao longo do trabalho). Esta noção de igualdade entre os planos é fundamental para a ponte indispensável que deve ser erguida com Bakhtin, pois são a necessidade de resposta e impossibilidade de fuga à responsabilidade por sua enunciação que implica a concepção bakhtiniana de ato ético e, conseqüentemente, a questão do estilo e da valoração estética do discurso.

O sujeito é dotado de singularidade: ele ocupa um lugar social e histórico que são intrinsecamente irrepitíveis, e essa qualidade lhe confere também a responsabilidade pelo que enuncia a partir deste lugar. Da mesma forma, embora a palavra “álibi” evoque a princípio um cenário adverso, este inescapável preceito bakhtiniano aponta para a constituição da própria identidade do sujeito, do seu posicionamento enquanto indivíduo; na arte e na literatura a

impossibilidade de fuga significa também a característica inviolável da integridade do artista, ou seja, de sua condição de autor. A partir do momento em que o sujeito aplica sobre o objeto de sua arte seu tom “emotivo-valorativo”⁹ (BAKHTIN, 1997), seu estilo, ele o *marca* como seu e se *demarca* no mundo.

A escrita (a relação do autor com a língua e a utilização da língua que ela implica) é o reflexo impresso no dado do material por seu estilo artístico (sua relação com a vida e com o mundo da vida e, condicionado por essa relação, sua elaboração do homem e do seu mundo); o estilo artístico não trabalha com as palavras, mas com os componentes do mundo, com os valores do mundo e da vida; podemos defini-lo como o conjunto dos procedimentos de formação e de acabamento do homem e do seu mundo, e esse estilo determina também a relação com o material, com a palavra, cuja natureza deve, naturalmente, ser conhecida para se compreender essa própria relação (BAKHTIN, 1997, p. 208).

Segundo Bakhtin (1997, p. 306), “a entonação expressiva [...] é um dos recursos para expressar a relação emotivo-valorativa do locutor com o objeto do seu discurso”. Conforme Brandão (2005, p. 6), “essa relação valorativa do locutor define o estilo individual”. Dotado deste estilo individual, o sujeito passa a ocupar um lugar singular no mundo, passa a enunciar de um ponto específico e irrepetível no tempo e no espaço, o que é chamado pelo Círculo de Bakhtin¹⁰ de “entoação avaliativa”.

“Entoação avaliativa” é a expressão do Círculo para designar o fato de que sempre se diz algo a alguém a partir de uma dada posição; o Círculo revoluciona com esse conceito as chamadas filosofias do processo (e da vida), ao propor a responsabilidade/responsividade situadas do sujeito, sua valoração/avaliação de seus próprios atos, como o elemento unificador de todo o seu agir. O ato avaliativo “responsável/responsivo” envolve o conteúdo do ato, seu processo, e, unindo-os, a entoação avaliativa como aspecto arquitetônico: o valor do ato é o valor que ele tem para o agente em suas interações, em vez de um valor absoluto que viesse impor-se a ele ou a seus interlocutores (SOBRAL, 2009, p. 124).

Sob a sombra da entoação avaliativa, não é permitido ao sujeito apresentar seu “álibi da existência”. O ato ético está posto, o sujeito *existe*, e deve responder por isto. Este “responder”, contudo, abre-se em dois sentidos interdependentes no que Sobral (2005, p. 229) traduz como “responsabilidade”:

O termo “responsabilidade” une o responder pelos próprios atos, o responder por, e a responsividade, o responder a alguém ou a alguma coisa, sendo fiel à palavra russa *otvetstvennost'*, que designa o aspecto responsivo e o da assunção de responsabilidade do agente pelo seu ato. O ato “responsável” envolve o conteúdo do ato, seu processo, e, unindo-os, a valoração/avaliação do agente com respeito a seu próprio ato.

⁹ Em *Para uma filosofia do ato responsável* (BAKHTIN, 2012), Valdemir Miotello e Carlos Alberto Faraco traduzem o termo como “tom emotivo-volitivo”, nomenclatura adotada neste trabalho.

¹⁰ Grupo de estudos de filósofos e estudiosos russos do qual Mikhail Bakhtin era o líder.

Esta individualidade transfere ao sujeito o ônus da responsabilidade. Sobral (2005, p. 233) lembra que “para a concepção do ato ético de Bakhtin, agir é sempre comprometer-se, agir é sempre ser interpelado pelo outro do ponto de vista ético, agir é sempre ser chamado à responsabilidade e à responsividade”. Neste panorama, o estilo é o ponto de convergência para o ato ético. Sobral (2005, p. 232) ainda destaca que

a valoração/avaliação ética que o agente tem de fazer de seus próprios atos é o elemento unificador de todos os atos de sua atividade. Trata-se de um ato de avaliação “responsível” em que se fazem presentes o processo do ato, ou sua singularidade, o conteúdo do ato, ou sua generalidade, e o agente como sujeito que avalia seus atos/ feitos singulares no âmbito da generalidade dos atos/atividades. O sujeito não está sozinho: o valor de seus atos, a avaliação/valoração que o sujeito faz deles é o valor que eles têm para o agente, em vez de um valor absoluto que se impusesse a ele, mas cabe insistir que essa valoração/avaliação ocorre numa situação de interação com outros sujeitos.

A partir deste lugar singular na realização do ato ético o sujeito irá interagir com outros. A questão a respeito de para quem se dirige o enunciado e de como o locutor percebe ou imagina o seu destinatário antecipa o ato de linguagem de Charaudeau quando Bakhtin (1997) afirma que é dessa composição e do estilo que depende o enunciado. Ou seja, o que Bakhtin (1997, 2012) nos diz é que o estilo do enunciado está ligado à encenação do ato de linguagem; como posto em Charaudeau (2010b) depende de EUc (sujeito comunicante, ser psicossocial) projetar um EUE (sujeito enunciadador, ser de fala) e um TUi (*ser psicossocial*) e pôr em funcionamento uma estratégia discursiva para trazer o TUD (*ser de fala*) para seu universo de pensamento, tendo por objetivo a *simetria* do ato de linguagem. Esta simetria, nos casos analisados, é possível apenas com o lado comum do espectro polarizante do enunciadador; com o outro lado, há uma *assimetria deliberada*. De modo específico em nosso *corpus*, ou de modo não específico nos discursos que correm nas redes sociais em torno da polarização política vivida no país, há uma seleção vocabular e uma impressão de estilo pertencente a cada polo do espectro, seja “petralhas” ou “vá para Cuba” por parte do polo B, “direita” (veremos o espectro em detalhes mais adiante), ou “bolsominions” (termo usado pelo lado oposto para definir apoiadores de Jair Bolsonaro) e “coxinhas” por parte do polo A, “esquerda”.

Na sequência veremos a aplicação deste ato ético sobre a comunicação ubíqua de Santaella, antecipando algumas noções sobre ubiquidade e hipermobilidade que terão papel central neste estudo.

2.4 O ATO ÉTICO NA COMUNICAÇÃO UBÍQUA

É notável o desafio de conceber a *filosofia do ato responsável* de Bakhtin (2012), fundada principalmente sobre uma noção de identidade e individualidade (ocupar um lugar singular no

mundo), dentro de uma conjectura como a atual, em que o indivíduo parece se desmaterializar e rarefazer sob a compressão do não-território, do não-espaço, “local” onde físico e virtual se amalgamam e onde pontos de referência são confusos ou mesmo irrastráveis, a comunicação torna-se ubíqua e o sujeito vive em hiper mobilidade. Santaella e Lemos (2010) chamaram a este contexto “era dos fluxos” (em oposição a “era da navegação”).

A mudança de paradigma entre a era da navegação e a dos fluxos é brutal. Ela significa a transição entre um mundo onde a informação pertencia a uma esfera separada do nosso cotidiano, a era onde falávamos em “virtual” como uma dimensão à parte da vida humana, bem no espírito dos anos 1990: “virtual” era tomado como paralelo e distinto de “real”. Na era dos fluxos, virtual e real são sentidos como se fossem uma só e mesma coisa — uma mesma rede integrada através de dispositivos híbridos. (SANTAELLA; LEMOS, 2010, p. 94).

Se real¹¹ e virtual se confundem, os pontos de referência passam de estáveis a voláteis e a constituição de identidades bem delimitadas fica comprometida, obscurecendo o quadro de encenação de um ato de linguagem praticado (de forma integral ou em parte) na rede. De acordo com Charaudeau (2010b, p. 68), “a identidade dos parceiros engajados na troca é a condição que requer que todo ato de linguagem dependa dos sujeitos que aí se acham inscritos”; apesar de elípticos, os sujeitos estão presentes e as palavras de Charaudeau (2010b) são válidas para qualquer plataforma, ainda que fluida e movediça, onde um ato de linguagem é suportado: há sujeitos reais, determinados socialmente, por detrás deste palco onde os atores do discurso representam seu jogo de cena, e a responsabilidade pelo que diz o ser virtual projetado recai irremediavelmente sobre o ser físico em razão da fragilidade dos limites que separam os espaços físico e virtual, ambos espaços sociais. Esta necessidade de resposta e impossibilidade de fuga à responsabilidade por sua enunciação implica a concepção bakhtiniana de ato ético e, conseqüentemente, o tom e a valoração estética do discurso.

Como vimos, Bakhtin (1997, 2012) entende o ato ético como a ocupação de um lugar ímpar no mundo, a partir do qual ele contrai a responsabilidade de responder por seus atos (*ato responsável*). Convém notar que a analogia da ocupação física de um espaço (assim como a participação em um outro mundo de pensamento, conforme vimos anteriormente em Pires (2002), em Charaudeau e em Maingueneau, 2008b) é importante também em Bakhtin.

Neste preciso ponto singular no qual agora me encontro, nenhuma outra pessoa jamais esteve no tempo singular e no espaço singular de um existir único. E é ao redor deste ponto singular

¹¹ Como previamente apontado, no decorrer desta pesquisa pretendemos usar “físico” em detrimento de “real” para opor “virtual”. Sendo o espaço virtual também um espaço social, não seria correto implicar que “virtual” é, em oposição ao espaço “real”, um espaço falso.

que se dispõe todo o existir singular de modo singular e irrepetível. Tudo o que pode ser feito por mim não poderá nunca ser feito por ninguém mais, nunca. (BAKHTIN, 2012, p. 96).

O sujeito, imbuído de sua individualidade e ocupante de um lugar único no mundo, possui a responsabilidade pelo que enuncia a partir deste lugar. Enquanto ser singular, não há fuga possível às consequências do seu ato, como esperam muitos dos envolvidos em casos que ficam notórios por trazer prejuízo à imagem dos envolvidos em alguma polêmica por um comentário no *Twitter*: proliferam-se declarações como “era apenas uma brincadeira”, “fui mal interpretado”, “fui hackeado”, “foi meu sobrinho de sete anos”. Este inescapável preceito bakhtiniano aponta para a constituição da própria identidade do sujeito, do seu posicionamento enquanto indivíduo; um posicionamento cada vez mais difícil de apontar na *era dos fluxos*¹².

A identidade conferida pela posição exata no mundo é fundamental, pois transfere ao sujeito o ônus da responsabilidade. Sobral (2008, p. 233) lembra que “para a concepção do ato ético de Bakhtin, agir é sempre comprometer-se, agir é sempre ser interpelado pelo outro do ponto de vista ético, agir é sempre ser chamado à responsabilidade e à responsividade”. Neste panorama, o estilo ou “tom” é o ponto de convergência para o ato ético. Sobral (2008, p. 232) ainda destaca que

a valoração/avaliação ética que o agente tem de fazer de seus próprios atos é o elemento unificador de todos os atos de sua atividade. Trata-se de um ato de avaliação “responsível” em que se fazem presentes o processo do ato, ou sua singularidade, o conteúdo do ato, ou sua generalidade, e o agente como sujeito que avalia seus atos/feitos singulares no âmbito da generalidade dos atos/atividades. O sujeito não está sozinho: o valor de seus atos, a avaliação/valoração que o sujeito faz deles é o valor que eles têm para o agente, em vez de um valor absoluto que se impusesse a ele, mas cabe insistir que essa valoração/avaliação ocorre numa situação de interação com outros sujeitos.

A partir deste espaço singular o sujeito poderá interagir com outros, de acordo com a conhecida perspectiva dialógica para a qual frequentemente convergem os textos bakhtinianos. O estilo, que pode diferenciar, por exemplo, um *tweet* franco de outro irônico, é concebido em função do destinatário, base sobre a qual Charaudeau (2001, 2010a, 2010b) postula sua semiolinguística. A esse respeito, Bakhtin (1997, p. 320) pergunta: “a quem se dirige o enunciado? Como o locutor (ou o escritor) percebe e imagina seu destinatário? É disso que depende a composição, e sobretudo o estilo, do enunciado”. É sobre este “imaginar”, esta projeção, que o locutor constrói/encena seu discurso e concebe este ato ético, conforme Bakhtin (2012), como um ato de linguagem, para Charaudeau (2010a), ou seja: a possibilidade de agir através da linguagem.

¹² Conceito de Santaella e Lemos (2010) para definir a era contemporânea da (*hiper*)mobilidade dos sujeitos na web; é oposto à “era da navegação”, conceito que define a era anterior à atual.

Cabe-nos agora verificar este agir de acordo com uma singularidade, no tempo e no espaço, em uma era (de ubiquidade e de multimodalidade) que desafia precisamente nossas noções de “singular”, de enunciação a partir de um lugar único. Afinal, como posto por Santaella (2013, p. 24-25),

Ao mesmo tempo em que está corporalmente presente, perambulando e circulando pelos ambientes físicos - casa, trabalho, ruas, parques, avenidas, estradas -, lendo os sinais e signos que esses ambientes emitem sem interrupção, esse leitor movente, sem necessidade de mudar de marcha ou de lugar, é também um leitor imersivo. Ao leve toque do seu dedo no celular, em quaisquer circunstâncias, ele pode penetrar no ciberespaço informacional, assim como pode conversar silenciosamente com alguém ou com um grupo de pessoas a vinte centímetros ou a continentes de distância.

Como sabemos, traçar a responsabilidade pela autoria do ato de linguagem pressupõe estabelecer, *a priori*, o posicionamento do sujeito, o lugar (físico/histórico/cultural) a partir do qual ele enuncia. Este lugar é relativamente claro no caso de análises como a do discurso de um grande ditador do séc. XX, por exemplo. A atual “era dos fluxos”, que Santaella e Lemos (2010) opõem à “era da navegação”, fragmenta o sujeito, agora capaz de projetar um dúplice virtual e enunciar a partir de múltiplos espaços. Santaella (2014, p. 10) chama este fenômeno de “hipermobilidade, ou seja, a mobilidade física fundida à mobilidade da informação nas redes”. A falsa noção de anonimato na internet ficou para trás em meados dos anos 2000, quando ainda era comum navegar sob nicknames (pseudônimos).

Com a evolução de redes sociais como o *LinkedIn* (uma rede para contatos profissionais), lançado em 2003, e o *Facebook*, lançado em 2004, a internet passou a não ser mais o lugar para o qual se ia com o intuito de fugir da realidade, pelo contrário: o espaço virtual estava se fundindo à realidade, o que significa que o próprio termo “realidade” para definir o mundo físico se tornou inexato. Não fazia mais sentido sustentar uma personalidade na rede e outra no mundo físico visto que a rede passou a espelhar, até certo ponto¹³, a sociedade vista fora dos limites da tela¹⁴. Sobretudo a partir da introdução do smartfone, do Wi-Fi e da popularização da internet das coisas, ponto a partir do qual a mobilidade física do usuário se uniu à sua mobilidade virtual e ele passou a poder transitar nas redes independentemente de sua posição no mundo físico, sem a necessidade de estar fixado em um ponto através de uma conexão discada ou via cabo. Logo, o ser físico passou a conjugar também um ser virtual e a se misturar a este. A questão do ato ético (BAKHTIN, 2012),

¹³ Não podemos nunca perder de vista que a internet não existe para todos e que muitos sem acesso estão invisíveis nas redes, sobretudo em países mais pobres, o que não significa que deixem de existir.

¹⁴ Tal noção nos leva ao *black mirror* (espelho negro) como conceito para definir o mundo visto pela tela do celular ou do computador. O termo foi inclusive tomado emprestado pelo britânico *Channel 4* para a produção de uma série de televisão que trata de temas distópicos acerca da relação entre o homem e a tecnologia.

portanto, aplica-se da mesma forma ao ser virtual visto que este é uma projeção do ser físico; não uma projeção discursiva, como o EUE de Charaudeau (2010a), mas uma projeção social em um espaço que, apesar de não ser físico, também é social. A “responsabilidade” (SOBRAL) não se altera.

O sujeito hoje ocupa múltiplos espaços em um só tempo: está presente fisicamente em um metrô de uma grande cidade enquanto que, simultaneamente, interage com outras pessoas em diferentes redes sociais. É um sujeito que pode ter uma identidade cuidadosamente construída no *Instagram*, e outras identidades, distintas, no *Twitter* e no *Facebook*. Trata-se de um sujeito difícil de apreender e cujo lugar social e histórico é igualmente volátil. Ainda assim, apesar de ele se projetar de múltiplas formas em espaços virtuais diferentes, todas essas projeções têm uma fonte comum, e é esta fonte, reveladora do seu lugar único, singular, que a era da ubiquidade nos desafia a encontrar. Para dar conta dessa imaterialidade do sujeito nos tempos atuais, Bakhtin precisa ser conjugado ao lado de Santaella, Charaudeau, Lévy e outros teóricos da comunicação desempenhada nas redes.

3 A COMUNICAÇÃO UBÍQUA E A HIPERMOBILIDADE

Neste capítulo, vamos introduzir a questão da comunicação ubíqua de Santaella (2010, 2013a), base teórica que funciona como liga, nesta pesquisa, entre o ato ético responsável, de Bakhtin (1997, 2012) e a Semiologia de Charaudeau (2010a, 2010b).

3.1 UMA REFLEXÃO SOBRE INTERNET DAS COISAS

É provável que em um futuro mais ou menos distante, no máximo até metade deste século, ao olharmos para trás nesta década efervescente em oportunidades para aqueles com um *business pitch* envolvendo qualquer objeto com conexão Wi-Fi, veremos um nicho muito específico de tempo em que a internet, apesar de já não ser mais novidade, está longe de chegar às pessoas como eletricidade e água corrente (ao menos não antes que de fato se abasteça a todos com eletricidade e água corrente). Vive-se na bolha. Porque você e todos os seus amigos têm no mínimo um smartphone e ao menos uma rede social, não significa que todo mundo têm. Na verdade, pelo contrário. De acordo com o Internet World Stats, Figura 1, 49,6% da população mundial têm acesso à internet.

Figura 1: “O uso da internet ao redor do mundo”

WORLD INTERNET USAGE AND POPULATION STATISTICS MARCH 25, 2017 - Update						
World Regions	Population (2017 Est.)	Population % of World	Internet Users 31 Mar 2017	Penetration Rate (% Pop.)	Growth 2000-2017	Users % Table
Africa	1,246,504,865	16.6 %	345,676,501	27.7 %	7,557.2%	9.3 %
Asia	4,148,177,672	55.2 %	1,873,856,654	45.2 %	1,539.4%	50.2 %
Europe	822,710,362	10.9 %	636,971,824	77.4 %	506.1%	17.1 %
Latin America / Caribbean	647,604,645	8.6 %	385,919,382	59.6 %	2,035.8%	10.3 %
Middle East	250,327,574	3.3 %	141,931,765	56.7 %	4,220.9%	3.8 %
North America	363,224,006	4.8 %	320,068,243	88.1 %	196.1%	8.6 %
Oceania / Australia	40,479,846	0.5 %	27,549,054	68.1 %	261.5%	0.7 %
WORLD TOTAL	7,519,028,970	100.0 %	3,731,973,423	49.6 %	933.8%	100.0 %

Fonte: Internet World Stats (2017)

Longe dos grandes centros econômicos europeus e principalmente dos EUA, ao comunicarmos algo exclusivamente na internet ou lançarmos produtos que se baseiam em acesso a uma rede Wi-Fi (*smarttv*, *smartwatch*, *smartphone*, *smartfridge*), estaremos fechando portas para basicamente metade da população do planeta. Estar online e simplesmente assumir que todo o resto das pessoas também esteja, e que todas as classes e camadas socioeconômicas e culturais estejam proporcionalmente representadas na *web*, é como ser sócio do Country Club e crer que o golfe é o esporte nacional.

A tecnologia móvel certamente encolheu o mundo e aproximou as fronteiras, mas não as apagou; com frequência parece tê-las salientado. Vivemos de fato tempos extraordinários (e que a palavra esteja devidamente despida de sua conotação positiva — é cedo para conclusões) para que ubiquidade, temporalidade “always on” e “internet das coisas” sejam termos compartilhados entre as ciências da linguagem e o Vale do Silício. Esta é a idade da comunicação (instantânea e onipresente; *ubíqua*). Estuda-se o que se vende, vende-se o que se estuda e tudo se conecta a tudo.

Essas redes pervasivas têm a característica de conectar não apenas humanos a humanos, mas também humanos a objetos e objetos a objetos. A Internet das Coisas corresponde à fase atual da internet em que os objetos se relacionam com objetos humanos e animais os quais passam a ser objetos portadores de dispositivos computacionais capazes de conexão e comunicação. Nesse sentido, os objetos tendem a assumir o controle de uma série de ações do dia a dia, sem necessidade de que as pessoas estejam atentas e no comando. (SANTAELLA et al., 2013)

De acordo com Santaella *et al* (2013), existem cinco eras e seus respectivos dispositivos de mediação: (1) a era dos meios de comunicação de massa eletromecânicos; (2) a era dos meios eletroeletrônicos; (3) a era dos aparelhos, dispositivos e processos de comunicação *narrowcasting* e pessoais; (4) a era dos computadores pessoais ligados a redes teleinformáticas; e (5) a era dos dispositivos de comunicação móveis, que é vigente. À comunicação nesta era Santaella deu um nome: *ubíqua*.

A ubiquidade se refere à noção de algo que está presente em todos os lugares e em todos os momentos, persistente, sempre disponível e atuante. Em muitos aspectos, supera as noções tradicionais de espaço e tempo físico, como no caso do espaço e tempo do digital em rede, em que muitos eventos ocorrem de modo simultâneo e em muitos lugares diferentes. (SANTAELLA et al, 2013)

A temporalidade “always on” da comunicação *ubíqua*, ao menos quando falamos em centros urbanos, é um caminho sem volta. Vamos cada vez mais estar em todos os lugares o tempo todo, controlando itens domésticos a partir do local trabalho, controlando o trabalho a partir de casa e levando coleções de filmes, livros e músicas em nossas viagens. A ubiquidade vê-se estendida dos *gadgets* às pessoas, eliminando a fixidez dos pontos físicos e conferindo hipermobilidade a seus usuários. Como esclarece Souza e Silva (2006, p. 179), “o conceito de ubiquidade sozinho não inclui mobilidade, mas os aparelhos móveis podem ser considerados *ubíquos* a partir do momento em que podem ser encontrados e usados em qualquer lugar”. A tecnologia aplicada à vida do homem sempre pareceu ter um norte claro: facilitar, tornar prático, tornar mais rápido e mais simples. Não é sempre o que acontece. A facilidade no acesso à comunicação pode semear ódio e desentendimento entre as pessoas ao invés de aproximá-las, ou então processos que antes eram simples o suficiente podem se tornar mais complexos. Dois projetos que se tornaram simbólicos da indústria da internet das coisas recentemente foram o Kuvée e o Juicero, ambos famosos por

dificultar processos que, sem auxílio tecnológico (beber vinho e fazer sucos), já eram fáceis e práticos o bastante.

O Kuvée é uma garrafa de vinho com conexão Wi-Fi e *touchscreen* que, de acordo com a *startup* radicada em Boston, EUA, promete revolucionar o modo como se consome vinho. A garrafa em si é na verdade um recipiente não-descartável e compatível com refis de 750ml fornecidos pela rede de distribuição da empresa; cada recarga contida nas embalagens de alumínio custa entre 15 e 50 dólares. O catálogo da empresa possui cerca de 50 tipos de vinho de vários lugares do mundo que o Kuvée é capaz de preservar por trinta dias mesmo depois de abertos. Na tela podem ser vistas informações a respeito do vinho que está sendo bebido, como ano, local do vinhedo e volume de álcool da bebida (informações presentes também em qualquer rótulo de garrafa comum). Porém, a principal funcionalidade da *touchscreen* e da conexão à internet é a possibilidade de encomendar mais garrafas de vinho para serem usadas no Kuvée. A “*smartbottle*” custa 199 dólares, precisa de seis horas para ter sua bateria recarregada por uma base que se conecta à energia elétrica, só aceita refis de vinho da empresa que detém a patente das embalagens e em nada melhora, simplifica ou facilita o que uma garrafa de vinho faz há séculos: preservar vinho e colocá-lo em um copo. O Kuvée pode ser visto na Figura 2:

Figura 2: “Kuvée Bottle”



Fonte: Divulgação Kuvée (2016)

A Juicero, por sua vez, fez mais barulho em 2017 por representar em definitivo a aplicação da noção de internet das coisas a tudo sem um minuto para reflexão. A máquina de fazer sucos

(*smartjuicer*) começou como startup em 2016 e arrecadou 125 milhões de dólares em investimentos. A ideia é semelhante: a Juicero é um dispositivo com conexão Wi-Fi que faz sucos através de uma alta carga de pressão sobre sachês que contém diferentes frutas ou verduras picadas e conservadas — os sachês são compatíveis apenas com a máquina Juicero e as reposições precisam ser feitas com a empresa que fabrica o dispositivo (cada sachê custa 7 dólares e faz apenas um copo). O produto, na Figura 3, começou custando 699 dólares; após reação adversa do público e de críticos de tecnologia, a empresa baixou o valor para ainda exorbitantes 399 dólares.

Figura 3: “Juicero”



Fonte: Divulgação Juicero (2017)

Mas o passo a passo para usar o Juicero é que faz dele uma caricatura da indústria da internet das coisas que tenta criar para seus clientes necessidades inexistentes e supri-las da maneira mais dispendiosa e obtusa possível. O usuário deve tirar o Juicero da caixa, colocá-lo na tomada e, antes de fazer seu suco, baixar o *app* da Juicero no seu celular e fazer o login em sua conta. Já logado, é preciso abrir a tampa da máquina e tocar na tela do celular para gerar um código QR (*Quick Response Code*). Em seguida, o usuário deve segurar o celular na frente de um scanner na máquina: a máquina vai se conectar à internet e o *app* irá fazer uma atualização. Finalmente é possível fazer o primeiro suco. Se o usuário não tiver Wi-Fi, contudo, não conseguirá usar sua máquina que requer conexão constante.

Todos esses passos extras não servem à comodidade do usuário como a empresa quer fazer acreditar, pelo contrário: o *app* serve basicamente para encomendar mais sachês Juicero. A razão pela qual a máquina precisa de conexão constante à internet para funcionar é para ler os códigos

impressos em cada sachê, verificar online se de fato é um sachê original fornecido pela Juicero, e liberar o funcionamento. Caso contrário, a máquina irá se recusar a funcionar. Como se tal conceito não fosse ultrajante o suficiente, o site Bloomberg publicou um vídeo no dia 19 de abril de 2017 em que demonstra que os sachês podem ser espremidos com as mãos e que o resultado é praticamente o mesmo (embora os sachês só possam ser adquiridos por quem está registrado como comprador de uma máquina Juicero, ou seja, de uma forma ou de outra é preciso gastar 399 dólares na máquina), o que torna a máquina de espremer sucos em si desnecessária para fazer os sucos que a empresa produz.

O Kuvée e o Juicero são apenas dois dentre numerosos exemplos de *gadgets* em que o conceito aplicado da internet das coisas complica ao invés de simplificar. O que ambas empresas procuram, na verdade, é vender um dispositivo que precisa de constantes recargas de um produto que só é compatível com esse mesmo dispositivo, “sequestrando” o consumidor em um esquema que o torna refém de sua compra inicial, semelhante a o que ocorria com a Nespresso (máquina de café *espresso*) antes da patente de suas cápsulas cair em 2013. A conexão Wi-Fi no Kuvée é desnecessária porque em nada aperfeiçoa o ato de estocar vinho ou de colocá-lo em um copo; a conexão Wi-Fi no Juicero é desnecessária por que em nada melhora o que já fazem espremedores de suco básicos, mesmo os que não requerem eletricidade: basta tirar o espremedor da caixa, ter uma fruta fresca à mão e seu *device* irá funcionar sem problemas.

Santaella et al (2013) afirmam que a conexão para todas as pessoas será, também, a conexão para todas as coisas, havendo a necessidade ou não. “Assim, a Internet das Coisas torna-se cada vez mais pervasiva, inteligente e interativa” (SANTAELLA et al, 2013). Não é nossa intenção fazer um alerta anti-tecnologia com flashes de um futuro distópico ao mesmo tempo em que se promove uma nostalgia dos “bons e velhos tempos” antes da internet, pelo contrário: a internet móvel é um alcance tecnológico extraordinário para a humanidade ao qual todos deveriam ter acesso. Ainda assim, reflexões podem ser levantadas a respeito do tipo de sociedade moldada pela conexão Wi-Fi nas camadas mais íntimas da vida do ser humano.

Em *Redes Sociais Digitais*, Santaella e Lemos (2010, p. 16), emprestando o termo de Castells (1999), chamam a essa sociedade de *espaço dos fluxos*, “metáfora que caracteriza uma lógica organizacional independente de localização”, e ainda trazem o autor espanhol para fundamentar o efeito que as metamorfoses tecnológicas das últimas duas décadas têm trazido para a cultura de mídia, a vida urbana e a política social. Santaella e Lemos (2010) lembram que Castells (1999) chama a essa nova cultura de “cultura da virtualidade real”, que diz respeito à “substituição de formações estáveis de lugar, identidade e nação por arquiteturas flexíveis, geografias variáveis e

fluxos maleáveis para os quais não existem fronteiras. É uma cultura do efêmero [...]” (SANTAELLA; LEMOS, p. 17). É verdade que esse cenário pode ser visto de duas formas: da ordem técnica, pode ser efêmero o tempo de duração entre o envio e a recepção de uma mensagem, o que é bom, mas da ordem social, podem ser efêmeras as conexões humanas, o que só é bom para os misantropos.

O sociólogo espanhol Manuel Castells (1999) considera que a revolução nas comunicações pela qual passamos se equipara àquela ocorrida em 700 a.C., na Grécia, com a invenção do alfabeto. “Essa tecnologia conceitual, segundo os principais estudiosos clássicos como Havelock, constituiu a base para o desenvolvimento da filosofia ocidental e da ciência como a conhecemos hoje” (CASTELLS, 1999, p. 413). Preencheu-se afinal o vácuo entre o discurso oral e o discurso escrito, dando vida ao “discurso conceitual”. Para Castells (1999), as mudanças atuais se comparam à revolução de 27 séculos atrás em função da integração de múltiplos meios de comunicação sobre uma plataforma interativa.

[...] em outras palavras, a formação de um hipertexto e uma metalinguagem que, pela primeira vez na história, integra no mesmo sistema as modalidades escrita, oral e audiovisual da comunicação humana. O espírito humano reúne suas dimensões em uma nova interação entre os dois lados do cérebro, máquinas e contextos sociais. [...] A integração potencial de texto, imagens e sons no mesmo sistema – interagindo a partir de pontos múltiplos, no tempo escolhido (real ou atrasado) em uma rede global, em condições de acesso aberto e de preço acessível - muda de forma fundamental o caráter da comunicação. (CASTELLS, 1999, p. 414)

Como já ressaltamos, alguns pontos levantados por muitos analistas podem padecer de um entusiasmo excessivo, antecipando um cenário que é falado como se fosse realidade estabelecida ou realidade imediata, mas que talvez ainda esteja a algumas décadas de distância, caso das condições de acesso aberto e de preço acessível que Castells (1999) aponta. Se estes forem os requisitos para uma mudança de forma fundamental no caráter da comunicação, somos forçados a admitir que esta mudança não é para todos e, em muitos casos, como nos produtos de que falamos aqui e que se integram à tendência de mercado da Internet das Coisas, tampouco prática ou efetiva. Embora, como destacamos no início, este pode ser apenas um sintoma da juventude da Internet das Coisas — da súbita integração de conexão Wi-Fi a tudo apenas porque tal aspecto é tecnicamente possível nesta década que, quando vista sob um panorama temporal mais amplo, está ainda muito à esquerda na linha de tempo dessa revolução das comunicações humanas que vivenciamos.

É possível que a conexão com a internet esteja em todos os aspectos da nossa sociedade e do nosso cotidiano dentro da expectativa de vida desta geração, mas para isso a internet deverá estar suficientemente integrada a todas as coisas (onipresente; efetivamente ubíqua) ao ponto que termos como “conexão Wi-Fi” e “smart” se tornem redundantes e não precisem ser mencionados em

embalagens como um bom pretexto para um aumento de preço. Santaella et al (2013) exploram as muitas aplicações da Internet das Coisas e demonstram que a conexão com a internet pode estar integrada a todos os tipos de objetos e serviços do nosso dia-a-dia.

[...] pombos com RFID implantados e sensores enviam informações sobre a poluição do ar via internet; médicos podem monitorar o estado de saúde dos pacientes à distância; a indústria farmacêutica pode combater largamente a falsificação; governos visualizam o movimento das pessoas nos pedágios e alfândegas; lojas controlam remotamente e em tempo real entradas e saídas de mercadorias assim como sua localização em trânsito; sensores percebem a umidade da terra e informam quando as plantas precisam ser regadas. [...] casas passam a ter sistemas inteligentes que regulam o funcionamento de seus aparelhos eletrônicos, elétricos, alarmes, climatização, janelas, portas etc; veículos passam a ter direção inteligente, com capacidade de autocontrole em suas rotas, além de escolher os melhores caminhos possíveis; roupas inteligentes podem registrar as mudanças de temperatura no exterior e ajustar-se de acordo com elas; fábricas passam a ter inteligência e grande autonomia em seus processos; e cidades passam a ser concebidas de modo inteligente. (SANTAELLA et al., 2013, p. 30)

A automação de processos que consomem o nosso tempo é uma constante antiga na indústria voltada para o conforto doméstico e a integração da internet a esses produtos parece natural. O problema é a exploração desse conceito com segundas intenções, como a necessidade de cadastro e login para utilizar uma cafeteira, por exemplo, forçando o usuário a entregar suas informações pessoais à empresa para facilitar o trabalho dela (e não do usuário) da próxima vez que ela tentar vender alguma coisa para você. A Internet das Coisas como a temos hoje é menos um conceito de tecnologia ou mesmo de grande utilidade às ciências humanas e mais um termo guarda-chuva para tudo isso além de um bom anabolizante de preços e uma boa desculpa para forçar o cliente a dar suas informações a qualquer empresa ou site ou novo aplicativo baixado no seu celular para controlar a temperatura do ar-condicionado. Toda vez que Santaella, por exemplo, cita a Internet das Coisas, assim como toda vez que o conceito será citado neste trabalho, o leitor deve ter reservado que o termo traz dentro de si uma projeção natural para o futuro. A Internet das Coisas e a temporalidade “always on” são uma realidade, mas ao mesmo tempo são uma expectativa de realidade ainda para a maioria das pessoas.

3.2 A UBIQUIDADE, ERA DO ONIPRESENTE

O quadro comunicacional de Charaudeau (2010a), envolvendo quatro sujeitos e dois circuitos, do qual partiremos para propor uma revisão sob as lentes da ubiquidade, embora esteja fixado em uma plataforma suficientemente maleável de acordo com a situação de comunicação compreendida por ele, ainda prevê parâmetros concretos, uma situação de comunicação conhecida, um contrato inteligível, um EUC que projeta seres de fala (EUE e TUD) de acordo com um TUI semiencoberto. Mas quando se considera uma plataforma líquida e instável (SANTAELLA;

LEMOS, 2010) como a rede social, sobretudo uma rede de sentenças curtas e poucos recursos para *mise-en-scène* como o *Twitter*, convém aceitar que o EUC nem sempre sabe ao certo sobre que palco está projetando seus seres de fala, nem se a situação de comunicação, situada no interregno misto do físico e do virtual, embaralhados nos múltiplos espaços da ubiquidade (SANTAELLA, 2013a), corresponde à realidade, o que pode inviabilizar todas as estratégias discursivas que se imaginou empreender por ser este um contrato de termos escusos, firmado com um TUi sem rosto e estilhaçado em milhões de personalidades distintas que formam uma instituição destinatária caótica e imprevisível. O locutor das redes sociais não projeta seres bem determinados em uma arena sólida, projeta nefelibatas sobre uma nuvem: o sujeito ubíquo.

O sujeito ubíquo vem complementar os três tipos de sujeito que teoriza Santaella (2004): o contemplativo, o movente e o imersivo.

O leitor contemplativo é o leitor meditativo da idade pré-industrial, da era do livro impresso e da imagem expositiva, fixa. Esse leitor nasceu no Renascimento e perdurou até meados do século XIX. O segundo tipo de leitor [movente] é filho da Revolução Industrial e do aparecimento dos grandes centros urbanos: o homem da multidão [...], o leitor do mundo em movimento, dinâmico, das misturas de sinais e linguagens de que as metrópoles são feitas [...]. O terceiro tipo de leitor [imersivo] é aquele que brotou nos novos espaços das redes computadorizadas de informação e comunicação (SANTAELLA, 2013a, cap. 13, p. 5).

Quase uma década mais tarde, a pesquisadora adicionou um 4º tipo de leitor a este panorama: o leitor ubíquo. De acordo com Santaella (2013a, cap. 13, p. 11), “nos últimos dez anos, as transformações por que tem passado a cultura digital e a aceleração dessas transformações são de causar assombro. [...] nesse curto espaço de tempo, surgiu um quarto tipo de leitor que batizei de leitor ubíquo”. Segundo Santaella (2014, p. 10), o leitor “é ubíquo porque está continuamente situado nas interfaces de duas presenças simultâneas, a física e a virtual [...]”. O leitor ubíquo, conectado ao *Twitter* enquanto pega um metrô em São Paulo, por exemplo, tem a capacidade de ocupar espaços distintos ao mesmo tempo. Enquanto ocupa o espaço físico, seu lugar de ser física e socialmente determinado (CHARAUDEAU, 2010a), ele ocupa também um espaço virtual, do ser projetado na rede (no *Twitter*, no *Facebook*, no *Tumblr*, no *Youtube*) que, apesar de existir apenas na imaterialidade da nuvem, não deixa de ser também determinado socialmente, como veremos em mais detalhes ao longo desta pesquisa.

A ubiquidade, em Santaella (2013a), sintetiza a comunicação e as inter-relações humanas a partir da hipermobilidade provida pelos *gadgets* da internet das coisas, em que o Wi-Fi (ressalta-se o dito anteriormente: não é uma realidade para todos) torna-se maciçamente presente na contemporaneidade, sobretudo em espaços urbanos, o que leva Santaella (2013a, 6/15) a afirmar que “a condição contemporânea da nossa existência é ubíqua”. Em termos comunicacionais, o

sujeito converte-se em uma entidade semi-numinosa, onipresente, e cuja presença fantasmática do seu correlativo virtual permanece mesmo após a desconexão do ser físico (ou mesmo morte, embora haja políticas para evitar que perfis de pessoas falecidas continuem ativos na rede). O sujeito, afinal, torna-se ubíquo, capaz de frequentar e habitar múltiplos lugares simultaneamente, além de, conforme nossa articulação subsequente com Charaudeau (2010a), habitar e transitar por múltiplos lugares sociais (circuitos externo do ato de linguagem, pluralizado em função da condição ubíqua do sujeito).

Em função da hipermobilidade, tornamo-nos seres ubíquos. Estamos, ao mesmo tempo, em algum lugar e fora dele. Tornamo-nos intermitentemente pessoas presentes-ausentes. Aparelhos móveis nos oferecem a possibilidade de presença perpétua, de perto ou de longe, sempre presença. Somos abordados por qualquer propósito a qualquer hora e podemos estar em contato com outras pessoas quaisquer que sejam suas condições de localização e afazeres no momento, o que nos transmite um sentimento de onipresença. Corpo, mente e vida ubíquas. (SANTAELLA, 2013a, 6/15)

A plataforma de concretização dessas transformações que concederam ao sujeito livre trânsito entre planos e onipresença na comunicação é a *hipermídia*, terreno das redes sociais como o *Twitter*. A hipermídia combina o hipertexto à multimídia. Ao citar o fenômeno da hibridização das mídias, Santaella (2014, p. 211) traça uma perspectiva etimológica ao colocar que

o prefixo hiper, na palavra hipertexto, refere-se à capacidade do texto para armazenar informações que se fragmentam em uma multiplicidade de partes dispostas em uma estrutura reticular. Através das ações associativas e interativas do receptor, essas partes vão se juntando, transmutando-se em versões virtuais que são possíveis devido à estrutura de caráter não sequencial e multidimensional do hipertexto.

O conceito de hipermobilidade, rastreado de volta ao hipertexto, abre-nos caminhos teóricos que seremos forçados a não perseguir em nome de um recorte teórico mais circunscrito, embora possamos trazer nomes como Lèvy (1993) e Chartier (2007, 2014) para dar conta de esclarecer alguns pontos sobre os quais a comunicação ubíqua de Santaella (2013a) se edifica. O hipertexto, por exemplo, é definido em Pierre Lèvy (1993) como um conjunto de nós ligados por conexões.

Os nós podem ser palavras, páginas, imagens, gráficos ou partes de gráficos, sequências sonoras, documentos completos que podem eles mesmos ser hipertextos. Os itens de informação não são ligados linearmente, como em uma corda com nós, mas cada um deles, ou a maioria, estende suas conexões em estrela, de modo reticular. Navegar em um hipertexto significa portanto desenhar um percurso em uma rede que pode ser tão complicada quanto possível. Porque cada nó pode, por sua vez, conter uma rede inteira. (LÈVY, 1993, p. 33)

A digitalização do texto torna real sua *liquidez*, sua *hipermobilidade* (SANTAELLA, 2013a), o que permite que uma obra literária que por séculos esteve disponível no mesmo códex material, como *Dom Quixote de la Mancha*, de Miguel de Cervantes, seja transferido para toda sorte de mídias e receba novas possibilidades de leitura e novas formas de interação. Algo semelhante

ocorre com o projeto “UMA REDE NO AR - Os fios invisíveis da opressão em Avalovara, de Osman Lins”, da Fapergs, que transferiu a obra do escritor pernambucano para um formato hipertextual digital, como concebera o autor, embora na mídia física do livro. Como destaca Chartier (2014, p. 11), “a materialidade do livro é inseparável da materialidade do texto, se o que entendemos por este termo são as formas nas quais o texto se inscreve na página, conferindo à obra uma forma fixa, mas também mobilidade e instabilidade”. Caímos na questão da *multimodalidade* de que nos falam autores como Gunther Kress (2000).

A multimodalidade se refere às mais variadas formas de representação utilizadas na construção linguística de uma determinada mensagem, como palavras, imagens, cores, formatos, traços tipográficos, disposição da grafia, gestos, padrões de entonação, olhares etc. Para Kress (2000, p. 183, tradução nossa) “fomos ensinados a pensar a linguagem como um sistema único e homogêneo de representação”¹⁵. Kress (2000) defende a linguagem como multimodal em sua natureza e afirma que a revolução das últimas duas ou três décadas no campo da comunicação deslocou a linguagem escrita da centralidade que vinha ocupando na comunicação. A evidência mais óbvia talvez seja o aumento — ou mesmo domínio — do *visual* em muitas áreas da comunicação entre os indivíduos.

O *Twitter* é, como toda rede social atualmente, uma plataforma multimodal, visto que o usuário pode usar desde o código gráfico padrão em qualquer língua até recursos imagéticos como *emojis*, figuras, fotografias e clipes audiovisuais. O sujeito ubíquo deve, além de ocupar espaços sociais distintos concomitantemente, ser capaz de se comunicar, produzindo e decodificando o discurso em todos os modos negociados na hipermídia.

Essas características (de uma mídia hipertextual, líquida, multimodal e ubíqua) é própria dos nossos tempos, em que a segurança e solidez da comunicação e divulgação cultural são substituídas por um estado de ubiquidade e hipermobilidade, o que Santaella e Lemos (2010) chamam, como vimos anteriormente, “era dos fluxos”. A possibilidade de carregar uma biblioteca inteira no seu bolso, hoje, é sintomático desse fenômeno. Os limites antes firmemente delineados da tinta e do papel, da lombada e da capa dura, o que faziam do volume físico uma peça inviolável cujo poder de edição restava conservada nas mãos do autor, hoje podem ser facilmente transpostos. Chartier (2007) comenta que seria este o conhecido sonho de Foucault.

“[...] no mundo digital o leitor pode intervir no próprio texto. A consequência é potencialmente forte: conduz à supressão do nome e da figura do autor como fiadores da

¹⁵ We have been taught to think of language as a single and homogeneous system of representation.

identidade e da autenticidade do texto, o qual é constantemente alterado por uma escrita múltipla e coletiva (CHARTIER, 2007, p. 208)

Nada poderia representar melhor a construção narrativa no *Twitter*, à mercê de uma escrita múltipla e coletiva. Nossa pesquisa procura dar conta de uma pequena porção deste universo: o ato de linguagem negociado entre sujeitos ubíquos em uma hipermobilidade. Para tanto, não devemos em nenhum momento perder de vista nossa articulação com Patrick Charaudeau (2010a).

3.3 O QUADRO DO ATO DE LINGUAGEM NA COMUNICAÇÃO UBÍQUA

Em um contexto instável como esse, é mais provável que a estratégia de captação fracasse em seu objetivo. A estratégia de captação (CHARAUDEAU, 2010a) pretende fazer o interlocutor entrar no universo de pensamento (o próprio ato de comunicação) e assim partilhar intencionalidade, valores e emoções do locutor. Quando a estratégia de captação não atinge este objetivo, significa que a interpretação do TU não correspondeu à intencionalidade do EU quando este enunciou seu ato de linguagem.

Quando manifesta identificação com o discurso, o TU abre mão tacitamente de uma prerrogativa de hostilidade ou de contestação, demonstrando frequentar o “universo de pensamento” do EU e coabitar a mesma zona de intercompreensão. Já quando a estratégia de captação falha, o TU não se ressentem em atacar o conteúdo daquele discurso, pois não deu a ele sua contrapartida de convivência. É sobre esse desencontro entre a produção e a recepção do discurso que se assenta a noção de *assimetria* (CHARAUDEAU, 2010a). Toda vez que um jornalista, músico, atleta, influenciador ou celebridade escreve algo no *Twitter* e não obtém a resposta esperada ou a reação/compreensão responsiva (e os casos são inúmeros), há um desvio, um desencontro entre a produção e a interpretação do discurso.

Como ocorre com frequência, os efeitos dessa assimetria não se limitam apenas ao contexto discursivo do ato de linguagem e podem reverberar também entre os seres determinados socialmente, o que ocorre com a transferência de efeitos do circuito interno do ato de linguagem, lugar dos seres de fala, para o circuito externo, lugar dos seres sociais. Na comunicação ubíqua, com ritmo regido pela hipermobilidade, há uma maior propensão para essa transferência. O espaço do discurso e o espaço social nunca estiveram tão indistintos e sobrepostos; os seres *sociais* estão igualmente presentes tanto no espaço físico quanto no virtual, das redes *sociais*. Como aprofundamos na sequência desta tese, nossa hipótese é de que há um terceiro circuito envolvido, representando o espaço dos seres virtuais, um espaço povoado por contas nas redes sociais, em que pessoas representam a si mesmas por meio de fotos de perfil e nome de usuário; esses seres são

exteriores em relação ao discurso, circuito interno, mas exteriores também ao mundo físico, circuito externo (já que são projeções deste).

Pelo menos até a primeira década de *world wide web* era muito comum usar *nicknames*, nomes falsos na internet sem que isso fosse de alguma forma antiético. A separação entre mundo físico e virtual era tão forte que a proposta da rede *Second Life* era exatamente a de aproximar os dois universos. Hoje, como sabemos, se alguma força precisa ser exercida, será apenas na direção contrária: a de separá-los. *Facebook*, *Twitter*, *Instagram* e outras redes colocaram em desuso o hábito de agir sob uma segunda identidade na internet. Os mundos colapsaram um no outro. A dualidade físico–virtual confunde lugares e referências. De acordo com Santaella (2003, p. 128),

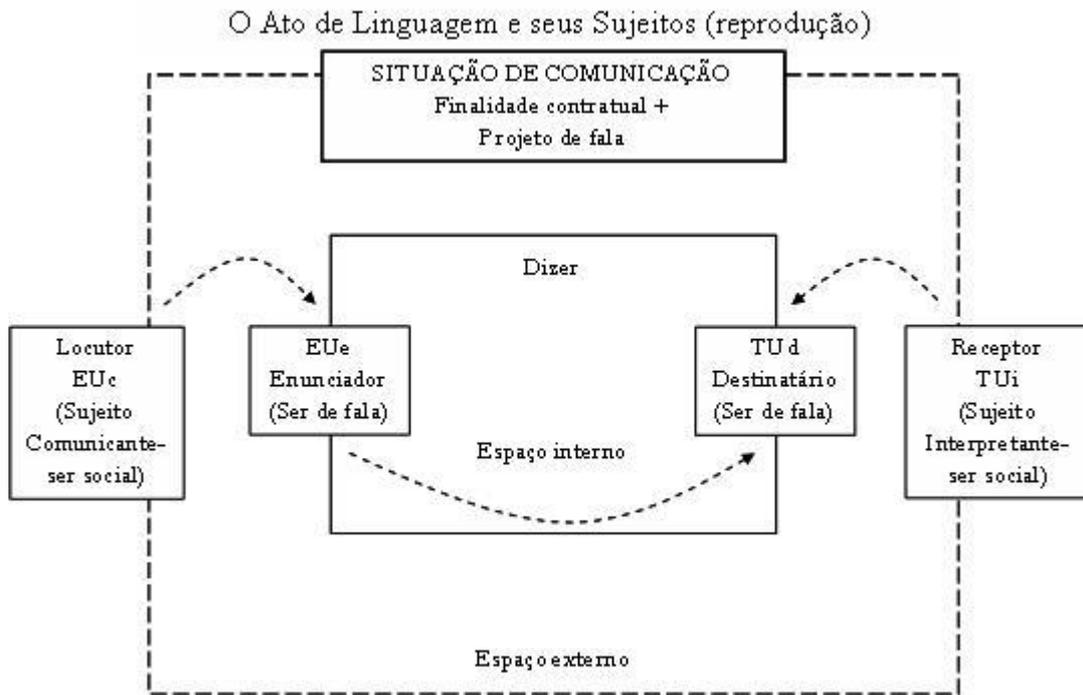
Os termos “realidade virtual” e “tempo real” atestam a força das novas mídias na constituição de uma cultura da simulação. As mediações se tornaram tão intensas que tudo que é mediado não pode fingir não estar afetado. A cultura é crescentemente simulacional no sentido de que a mídia sempre transforma aquilo de que ela trata, embaralhando identidades e referencialidades.

Não apenas o EU e o TU ficam embaralhados em tempos de comunicação ubíqua como é necessário assumir que atuam múltiplos EUs e múltiplos TUs organicamente, além da divisão feita na semiolinguística de Charaudeau acerca da projeção de seres de discurso por parte do enunciador. A figura “O ato de linguagem e seus sujeitos” concebida por Charaudeau representa hoje, com ênfase, a esquize de sujeitos replicantes que se partem e se multiplicam na plataforma reticular da *web*, conforme define Santaella (2003, p. 126).

Esse sujeito se transforma na era digital em um sujeito multiplicado, disseminado e descentrado, continuamente interpelado como uma identidade instável [...], como um processo contínuo de formação de múltiplas identidades, instaurando formações sociais que não podem mais ser chamadas de modernas, mas pós-modernas.

O lugar em que é encenado o ato de linguagem é reproduzido por Charaudeau (2010a) em uma dinâmica dupla, mas não espelhada, composta pelo circuito externo e pelo circuito interno do dispositivo deste ato. O circuito externo é a arena dos interlocutores, que Charaudeau (2010a) chama de *parceiros*. Eles são seres sociais, reais, historicamente determinados e donos de intenções. São os seres do “fazer”, logo: o *sujeito comunicante* (EUc) e o *sujeito interpretante* (TUi). Já o circuito interno é o espaço discursivo, dos *seres de fala* (que Charaudeau também chama de “*protagonistas da enunciação*”, de “estatuto exclusivamente linguageiro”), onde é operada a encenação do ato de linguagem para o sujeito interpretante (um ser social), do outro lado da arena, no espaço situacional junto ao sujeito comunicante. Essa situação de comunicação pode ser ilustrada pelo esquema apresentado na Figura 4:

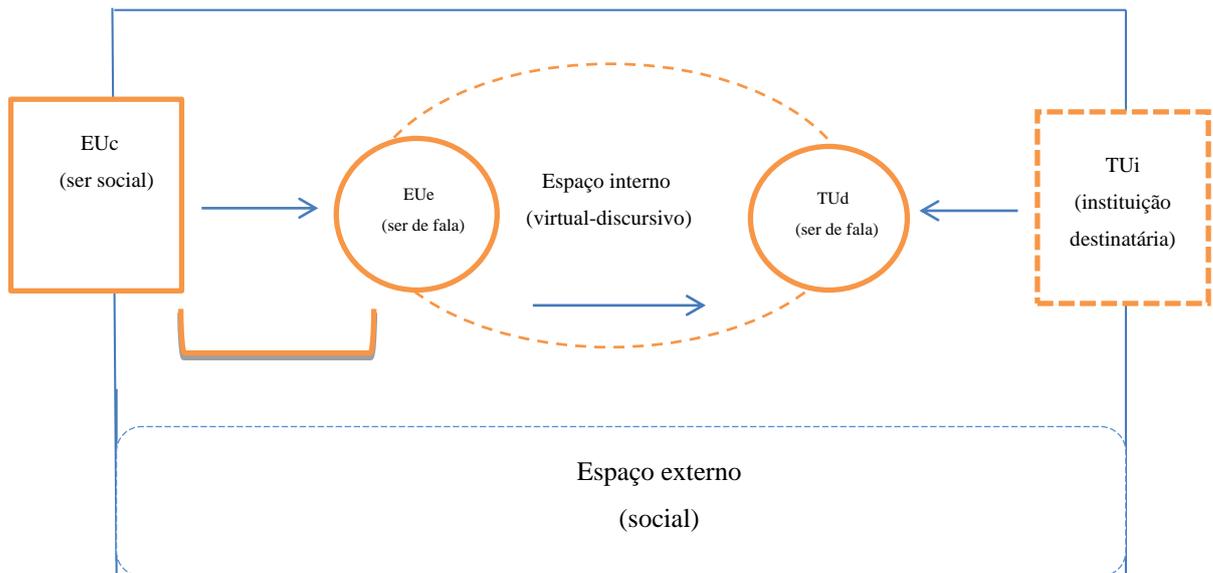
Figura 4 – O ato de linguagem e seus sujeitos



Fonte: Charaudeau (2010a, p. 77)

Ainda veremos este quadro em mais detalhes na sequência desta pesquisa. É muito comum em uma comunicação travada publicamente através das redes sociais observar a assimetria do ato de linguagem causada pela mistura e multiplicação de identidades e o intercâmbio de efeitos entre os espaços virtual e físico. Na comunicação ubíqua, o ato de linguagem é disposto sob parâmetros um tanto diferentes. Procederemos a uma revisão na sequência, durante o capítulo 4 *A consciência identitária e o ato de linguagem na comunicação ubíqua*, mas, por ora, poderíamos representar o ato de linguagem em um contexto de hipermobilidade na Figura 5:

Figura 5 – o ato de linguagem na hipermobilidade



Fonte: elaborada pelo autor

A hipótese para o caso analisado nesta tese diz respeito, em relação ao autor do *tweet* original, a uma assimetria deliberada através de uma encenação do ato de linguagem em que ambos os lados se aferram a uma oposição entre si em função de uma terceira parte, um público, TUi-*instituição destinatária* (na realidade um “TUu”, mas tal noção será ainda introduzida, de modo que vamos tomar a liberdade de usar “TUi” por hora) formada pelos seguidores e público do enunciador, sendo que este público é diferente nos casos de ambos, que estão em sentidos muito diferentes atualmente, em que quase tudo na internet está polarizado em apenas dois lados. Há um desentendimento, uma assimetria do ato de linguagem encenado entre EU e TU que é intencional, encenado para a apreciação de um segundo TU (com o qual existe simetria), que está do mesmo lado do espectro de convicções do EU. Ainda assim, é importante esclarecer as representações relativamente ao quadro de Charaudeau (2010a), Figura 1, que diz respeito a uma assimetria do ato de linguagem que não faz parte das intenções dos enunciadores.

O uso dos círculos no espaço interno e nos seres de fala procura ilustrar a volatilidade das posições na hipermobilidade. A linha traçada do espaço interno e da base corresponde aos limites frágeis e muitas vezes indeterminados entre o que pertence ao físico e o que pertence ao virtual. Já o traçado no TUi, instituição destinatária genérica e multifacetada composta por milhares de indivíduos distintos e sem rosto, é usado para marcar a diferença em relação à natureza do EUC, indivíduo que, ao contrário de seu interlocutor (ou interlocutores), pode ser nomeado e está bem delimitado no espaço externo.

Como os limites que separam o espaço interno do externo, na comunicação ubíqua, são trespassáveis como uma cortina d'água, a assimetria do ato de linguagem produz mais facilmente efeitos colaterais que não atingem apenas os EUE projetados pelo locutor, mas também o ser determinado socialmente. O colchete horizontal representa essa ligação incontornável entre EUC e seu EUE (ser de discurso, que pode ser único ou múltiplo, como veremos). EUC projeta EUE não simplesmente em um espaço discursivo, mas em um espaço *virtual-discursivo*, onde EUE pode assumir diferentes faces em função da rede social usada — embora suspenso na nuvem, visto que EUE guarda uma conexão inviolável com o ser social (EUC) que representa. Como posto pela filosofia do ato responsável de Bakhtin (2012), este *não-álibi* no existir do sujeito, ocupante de um lugar único no mundo (em oposição ao leitor ubíquo e aos EUE projetados, que ocupam múltiplos lugares), o submete à responsabilidade de responder, no espaço externo, pelo ato de linguagem disposto no espaço interno, lar dos seres de discurso. Os seres reais, habitantes do circuito externo do ato de linguagem, estão sujeitos a consequências pelo que ocorre no circuito interno do ato.

Como vimos, de acordo com o quadro do ato de linguagem de Charaudeau (2010a), EUC (ser social) projeta EUE (ser de discurso) e TUD (ser de discurso), encenando seu ato de linguagem para TUI (ser social): TUI é uma instituição destinatária composta por usuários do *Twitter*, leitores ubíquos (SANTAELLA, 2013a), ocupantes de dois espaços (físico e virtual) ao mesmo tempo. Ainda que o ser de discurso, EUE, esteja suspenso na nuvem do hiperespaço, ele está irremediavelmente atado ao seu dúplice físico (EUC), ser ocupante de um lugar ímpar no mundo para quem é intransferível a responsabilidade de responder por seus atos (BAKHTIN, 2012).

Nosso desafio será estabelecer com clareza os lugares desses sujeitos e a dinâmica da encenação do ato de linguagem em que a assimetria é deliberada pelos participantes do ato. Pretendemos, na sequência desta tese, reler algumas questões propostas em Charaudeau a respeito dos sujeitos da linguagem e dos lugares que eles ocupam sob as lentes de Santaella. Por enquanto, contudo, precisamos mergulhar mais fundo na Teoria Semiolingüística de Charaudeau para, posteriormente, articular sua teoria com os pressupostos de Santaella.

4 A CONSCIÊNCIA IDENTITÁRIA E O ATO DE LINGUAGEM NA COMUNICAÇÃO UBÍQUA

O presente capítulo trata da questão da consciência identitária do sujeito e do ato de linguagem, noções presentes em Charaudeau (2010a, 2010b), em articulação com a noção de ubiquidade conforme posto por Santaella (2010, 2013a).

4.1 CHARAUDEAU E O SOCIAL

Charaudeau vê-se teoricamente muito íntimo de Bakhtin no que tange a colocar o social no centro de suas preocupações com o discurso. A linguagem e a sociedade são, para Charaudeau, faces de uma mesma moeda. Em artigo no qual fala sobre as semelhanças e as diferenças entre sua teoria e a de Maingueneau, Charaudeau (2015, p. 114, tradução nossa¹⁶) fala que, enquanto seu amigo e colega prefere uma abordagem mais histórica e menos suscetível ao fator social, ele permanece “resolutamente um partidário de uma análise do discurso ‘sociodiscursiva’. Não uma análise sociológica do discurso, mas sociodiscursiva, o social integrado ao ato de fala através do contrato”. E tal perspectiva não se limita à materialidade do texto. Presente no IV Simpósio Internacional sobre Análise do Discurso em 2016, na UFMG, Charaudeau, palestrando em francês (apesar de falar português fluentemente), escolheu falar sobre as noções de igualdade, equidade e desigualdade social na conferência de abertura do evento (*As desigualdades são solucionáveis pelo discurso?*), algo muito além do simbólico para um país extremamente desigual como o Brasil, frequentemente visitado e de grande interesse para o pesquisador.

Visto que vivemos tempos de luta social intensa ao redor do mundo e principalmente no Brasil, lutas que ganharam novo combustível e novas arenas a partir da organização pelas redes sociais (sem as quais a Primavera Árabe, ou, em uma frequência bem mais moderada mas ainda relevante, as manifestações brasileiras de junho de 2013 teriam certamente outra face), é seguro dizer que Charaudeau é mais atual e necessário do que nunca para entender as transformações pelas quais passa um mundo perpetrado pelo discurso dos líderes de massa e das massas lideradas.

A Teoria Semiolinguística do Discurso, proposta por Charaudeau em meados dos anos 80, é atravessada pelo fator social do discurso através de um *contrato* regido por *coerções* e pelo qual o

¹⁶ “Je reste donc résolument un partisan d’une analyse du discours « sociodiscursive ». Non pas une analyse du discours sociologique, mais *sociodiscursive*, le social étant intégré dans l’acte de langage par le biais du contrat.” (CHARAUDEAU, 2015, p. 114)

sujeito enunciador opera *estratégias* para alcançar uma *finalidade discursiva* de acordo com seu *projeto de fala*. Já que a abordagem de Charaudeau é densamente sociodiscursiva, opera também com peso significativo em sua teoria a questão da *identidade* dos sujeitos, além da perspectiva pragmática que toma a linguagem como uma forma de ação, o que, em Charaudeau, traduz-se sob a forma das *visadas discursivas* pelas quais o enunciador tenta impor ao destinatário um determinado comportamento. São esses termos e conceitos que revisaremos aqui, sem nunca perder de vista a articulação que pretendemos fazer com a *comunicação ubíqua* proposta por Lucia Santaella.

A Teoria Semiolinguística toma o fenômeno da enunciação como *encenação* de um *ato de linguagem*, cuja noção origina-se de uma abordagem interacionista (CHARAUDEAU; MAINGUENEAU, 2008b). Apesar de Maingueneau (1997) salientar a perspectiva pragmática no enfoque da linguagem como um meio para imprimir ações, Charaudeau (2001) entende que ato de linguagem deve ser empregado sob um escopo mais amplo.

Na perspectiva pragmática, a linguagem é considerada como uma forma de ação; cada ato de fala (batizar, permitir, mas também prometer, afirmar, interrogar, etc.) é inseparável da instituição, aquela que este ato pressupõe pelo simples fato de ser realizado. [...] os atos de fala acionam convenções que regulam institucionalmente as relações entre os sujeitos, atribuindo a cada um estatuto na atividade da linguagem. O que permite a certos autores falarem de ‘contrato’ (MAINGUENEAU, 1997, p.29–30).

Por ‘certos autores que falam de contrato’, Maingueneau (1997) se refere certamente a seu colega. Charaudeau (2001, p. 28), contudo, explica que “esse termo [ato de linguagem] não é, aqui, tomado no sentido que lhe dá a Pragmática, mas sim em um sentido mais extenso, uma vez que ele designa o conjunto da realidade languageira”. Importante notar que para ambos, porém, mantém-se a noção central de “agir por meio da linguagem” (CHARAUDEAU; MAINGUENEAU, 2008b, p. 72), jogada sob a luz da teoria dos *speech acts*¹⁷. Charaudeau (2001) entende “ato de linguagem” como o combinado entre circuitos interno e externo da comunicação onde se estabelece o *contrato de comunicação*, sob o qual o sujeito desenvolve estratégias discursivas para impor ao seu destinatário um determinado comportamento (persuadi-lo ou influenciá-lo de alguma forma, buscando alcançar *efeitos de sentido*). “Considerar os enunciados como atos é, então, admitir que eles são realizados para agir sobre os outros, mas também levá-los a *reagir*: o dizer não é somente fazer, mas também *fazer fazer*” (CHARAUDEAU; MAINGUENEAU, 2008b, p. 73, grifo dos autores).

¹⁷ Segundo Charaudeau e Maingueneau (2008b, p. 72), a teoria dos *speech acts* é fundamental porque, “em vez de opor, como se fazia frequentemente, a fala à ação, propõe que a própria fala é uma forma e um meio de ação”. Aceita-se como ponto de partida desta teoria a publicação, em 1962, de *How to do things with words*, de John L. Austin.

O desenho proposto pelas teorias estruturalistas¹⁸, envolvendo sujeitos batizados de “emissor” e de “receptor”, era imaginado de modo ideal: sem interferências, sem levar em consideração saberes partilhados, identidades conflitantes, imaginários sociodiscursivos diferentes. Como posto por Charaudeau (2001), o ato de linguagem via-se limitado a um processo simétrico e linear entre um emissor, que produz o discurso (mas não o “elabora”, não o encena), e um receptor, que basicamente recebe e decifra este discurso. Émile Benveniste (1988), por sua Teoria da Enunciação, nos anos sessenta, é quem passa a levar em consideração os papéis desempenhados pelos sujeitos. Charaudeau (2008a, p. 19) lembra que, “até o surgimento da Teoria da Enunciação, a língua era considerada como um objeto abstrato, cujos sistemas internos era necessário descrever”.

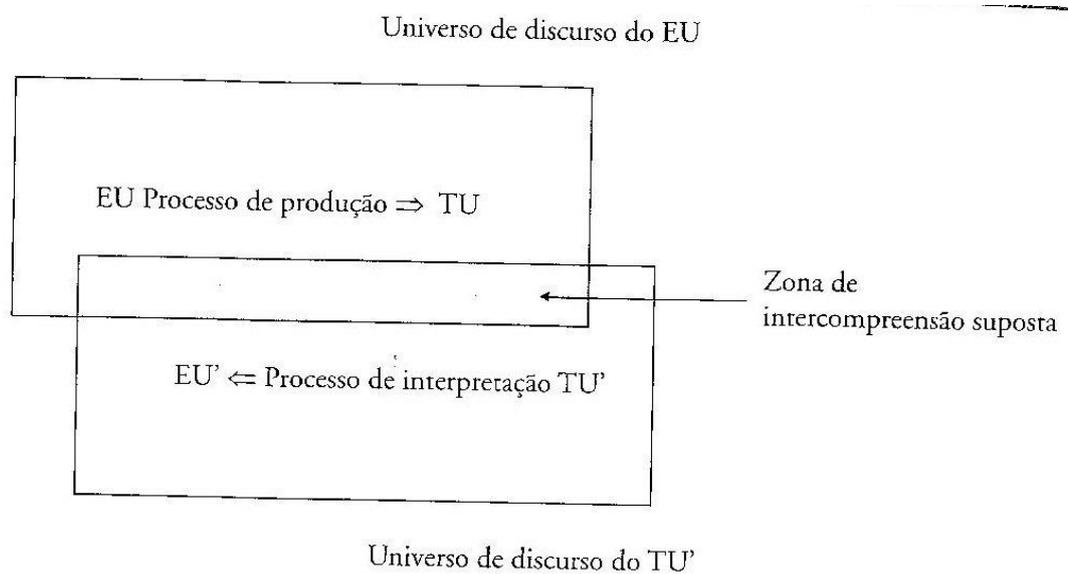
Para a concepção da Teoria Semiolinguística, Charaudeau (2008a) se apoia sobre os ombros de Benveniste (1988) e de sua Teoria da Enunciação, traçando uma dinâmica interdependente entre um EU e um TU como sujeitos do discurso¹⁹. Como sabemos, o ato de linguagem em Charaudeau é um jogo entre quatro sujeitos, não somente dois, considerando seres sociais e seres de discurso. Veremos na sequência que, exercendo o ato de linguagem em um cenário de comunicação ubíqua (um ato de linguagem encenado no *Twitter*, por exemplo), o número de sujeitos pode subir para seis, visto que além de um ser de discurso, EU projeta também um dúplice virtual na plataforma da rede social, restando o ser física e socialmente determinado (EUc), o ser determinado socialmente, mas não fisicamente (EU virtual) e o ser de discurso (EUe) que, na encenação ubíqua, é projetado pelo EU virtual. A articulação dos dois seres determinados socialmente (embora um esteja fixado fisicamente e o outro não) vem dar origem ao que batizaremos de EUu (sujeito ubíquo, ocupante de múltiplos espaços ao mesmo tempo). Charaudeau, contudo, segue considerando uma articulação

¹⁸ Longe de estar pacificada, a questão do pós-estruturalismo, em que se encaixaria a Teoria Semiolinguística de Charaudeau, merece aqui uma anotação. Como sabemos, o estruturalismo é uma corrente proveniente da linguística saussuriana, compartilhada e difundida pelas ciências humanas de modo geral no séc. XX, em que se depreende a realidade a partir de estruturas, ou seja, sistemas em que a relação entre os elementos determinará o sentido em sua totalidade. Conforme Jean Dubois et al (2004, p. 248), “o estruturalismo coloca de início o princípio da imanência, limitando-se o linguista ao estudo dos enunciados realizados [...]. Em contrapartida, tudo o que diz respeito à enunciação é deixado de lado pela pesquisa”. A conferência de Jacques Derrida na Johns Hopkins University em 1966 é considerada marco inicial do pós-estruturalismo, levado à frente nos anos seguintes, principalmente, por Michel Foucault. O estruturalismo, criticam Dubois et al (2004, p. 251), “acabou por achar-se em contradição consigo próprio: ao não estudar senão os corpora (e não o conjunto de frases possíveis), negou-se a tomar em consideração as condições de produção”. Linguistas como Maingueneau e Charaudeau, pesquisadores contemporâneos, praticam uma AD que se combina às teorias da enunciação, à pragmática e à linguística textual, a partir, sobretudo, dos estudos de Pêcheux, influenciados em grande parte por Foucault. Dir-se-á, portanto, que os linguistas se vinculam à corrente pós-estruturalista. Porém, a questão está mantida em aberto para maiores desenvolvimentos em pesquisas complementares.

¹⁹ Em uma revisão terminológica, Charaudeau (2008a), ao mesmo tempo em que rejeita os termos “emissor/receptor” e “eu/tu”, aproveita para deixar a terminologia “atores” para a sociologia, pois, segundo ele, “esse termo poderia trazer certa confusão em uma teoria do discurso, a menos que o liguemos aos *participantes* da etnografia da comunicação e da entomologia [...]” (CHARAUDEAU, 2008a, p. 28–29, grifo do autor).

entre quatro sujeitos. Isto ocorre porque, no entendimento de Charaudeau e Maingueneau, a concepção de “discurso” ultrapassa o âmbito da expressão verbal para abraçar outros códigos semiológicos, como o gestual e o icônico. Segundo Charaudeau e Maingueneau (2008b, p. 45) “o ato de linguagem [este conceito será trabalhado em *Da encenação do ato de linguagem*] torna-se então um ato interenunciativo entre quatro sujeitos (e não dois), lugar de encontro imaginário de dois universos de discurso que não são idênticos”. O esquema é representado da seguinte forma, conforme Figura 6²⁰:

Figura 6 – Encontro de dois universos do discurso



Fonte: Charaudeau (2010a, p. 45)

Este é “um fenômeno que combina o *dizer* e o *fazer*” (CHARAUDEAU, 2001, p. 28, grifo do autor), onde a *instância situacional* é o lugar da ação, do “fazer”, espaço das *restrições*, e onde a *instância discursiva* é o lugar do “dizer”, espaço das *estratégias*. A interação entre um EU e um TU é duplicada quando se vê localizada sobre estes dois espaços: um *circuito externo* (instância situacional) e um *circuito interno* (instância discursiva), ligados entre si por um *contrato de comunicação*, compondo assim o *ato de linguagem*, que difere do *ato de comunicação* por não ser somente o resultado de um processo duplo e simétrico entre um *emissor* e um *receptor* (CHARAUDEAU, 2010a); diferentemente deste, portanto, o *ato de linguagem* é

²⁰Conforme veremos na análise do nosso *corpus*, na assimetria deliberada que estamos investigando, os participantes evitam essa zona de intercompreensão de propósito.

um encontro dialético (é este encontro que funda a atividade metalingüística de elucidação dos sujeitos da linguagem) entre dois processos: 1) processo de produção: produzido por um EU para um TU-destinatário; 2) processo de interpretação: produzido por um TU'-interpretante que constrói uma imagem EU' do emissor (FREITAS, 2011, p. 115).

Conforme veremos em seguida, propomos que o ato de linguagem na comunicação ubíqua envolva ainda um terceiro circuito, virtual, local de ação do ser social projetado pelo sujeito comunicante. A elaboração da Teoria Semiolingüística por Charaudeau se apoia sobretudo na enunciação benvenistiana e na alteridade bakhtiniana. O percurso é desenhado de modo claro por Ida Lúcia Machado (2006, p. 14–15):

Para criar sua teoria, Patrick Charaudeau saiu do *Héxagone*, ou seja, da França e se internacionalizou, de certa forma. Partindo de sua sólida formação como lingüista, ele alçou novos vãos para outros horizontes além dos que lhe foram dados pela lingüística “pura” e “dura”, mas também pela lingüística *light* e mais “humana” de Benveniste e Bakhtin e pela Semiótica Greimasiana; o teórico voltou-se, ainda, para aquisições vindas de modernas teorias comunicativas anglo-americanas, tais como a Etnologia, a Antropologia e, mais especificamente, na Inglaterra, para as belas teorias de Grice e Austin e pela Pragmática. É por isso que ele mesmo já nos disse, várias vezes, que sua teoria é “antropofágica”. Mas, os discursos — e isso nos leva a Bakhtin (1970), naturalmente, — não são jamais “puros”, já que uns alimentam ou dão origem a outros e estão sempre em transformação, segundo seus diferentes usuários.

Deste modo, Charaudeau (2008a) retorna o sujeito à sua posição central na Análise do Discurso, uma ideia que, de acordo com Machado (2006), havia sido deslocada ainda no anos 60, primeiro, por Roland Barthes, e posteriormente por Michel Pêcheux e seus seguidores (MACHADO, 2006).

A terminologia para definir o sujeito falante varia muito de acordo com a abordagem, podendo ser chamado de locutor, enunciador, scriptor, ator etc dependendo da teoria e do enfoque. Em *Dicionário de Análise do Discurso*, Charaudeau e Maingueneau (2008b, p. 459) propõem a divisão dessa nomenclatura a partir de duas oposições: “(1) a oposição entre locutor *externo/interno* ao discurso; (2) a oposição *produção/recepção*”. Resulta dessa tentativa de síntese a Figura 7:

Figura 7 – Os sujeitos diante da oposição produção/recepção

Sujeito	Posição de produção	Posição de recepção
externo (<i>ao discurso</i>)	Emissor	Receptor *
	Locutor *	{ Interlocutor *Alocutário
	Autor	{ Ouvinte Leitor
interno(<i>ao discurso</i>)	Enunciador *	{ Destinatário *Alocutário Co-enunciador
	Narrador	Narratário
	Autor modelo	Leitor modelo

Fonte: Charaudeau e Maingueneau (2008b, p. 459)

O sujeito imaginado por Charaudeau (2010a), dentro da Teoria da Semiologia, é posicionado a partir de dois níveis: o *situacional* e o *discursivo*, evoluindo a partir de noções propostas em Benveniste (1988) e Bakhtin (1997, 2012). Esse sujeito é, como veremos, “ao mesmo tempo coagido pelos dados da situação de comunicação (*contrato*) que o conduzem a se comportar discursivamente de uma certa maneira, e livre de se *indivduar*, o que o leva a usar *estratégias*” (CHARAUDEAU; MAINGUENEAU, 2008b, p. 459).

O ato de linguagem conforme pensado a partir da concepção estruturalista, assim como da Teoria Gerativa de Chomsky²¹, era o ato feito pelo “locutor-ouvinte ideal” em um processo igualmente ideal, simétrico, entre a produção e a recepção deste ato (CHARAUDEAU, 2008a). Não havia lugar, completa Charaudeau (2008a), para uma teoria dos sujeitos, sendo que as teorias vigentes contemplavam um “modelo de competência supostamente perfeito”.

É somente a partir de Benveniste (1988), em artigo publicado no *Journal de psychologie*, em 1958, intitulado *Da subjetividade na linguagem*, que a organização teórica começa a sofrer certa alteração. “É na linguagem e pela linguagem que o homem se constitui como *sujeito* [...]. A

²¹ A Teoria Gerativa foi proposta pelo linguista americano Noam Chomsky nos anos 50, e deu origem à Gramática Gerativa de Noam Chomsky.

‘subjatividade’ de que tratamos aqui é a capacidade do locutor para se propor como ‘sujeito’” (BENVENISTE, 1988, p. 286). Ao falar em subjatividade, confirma Charaudeau (2010a), Benveniste (1988) estabelece a hierarquia da *enunciação* sobre o *enunciado* e abre novas possibilidades para o duo *eu/tu*, valendo-se principalmente de uma noção de alteridade (presente com força já em Bakhtin) que Charaudeau usaria, em artigo publicado em 1995, já sob o nome *princípio da alteridade*, “para designar um dos quatro princípios que fundam o ato de linguagem (com os princípios de influência, de regulação e de relevância)” (CHARAUDEAU; MAINGUENEAU, 2008b, p. 35), e que fundamentam o *contrato de comunicação*. Veremos esses princípios em mais detalhes na sequência desta pesquisa, embora sua terminologia possa variar dentro da própria Teoria Semiolinguística. Charaudeau (2012) também os chama de princípio da interação, princípio da pertinência, princípio da influência e princípio da regulação, constituintes do *contrato*.

É partindo da noção de alteridade (princípio da alteridade ou princípio da interação) que Benveniste (1988) ensaia a oposição entre os sujeitos e a concebe como fundamento da relação dialógica:

A consciência de si só é possível se experimentada por contraste. Eu não emprego *eu* a não ser dirigindo-me a alguém, que será na minha alocução um *tu*. Essa condição de diálogo é que é constitutiva da *pessoa*, pois implica em reciprocidade — que eu me torne *tu* na alocução daquele que por sua vez se designa por *eu*. Vemos aí um princípio cujas consequências é preciso desenvolver em todas as direções. A linguagem só é possível porque cada locutor se apresenta como *sujeito*, remetendo a ele mesmo como *eu* no seu discurso. Por isso, *eu* propõe outra pessoa, aquela que, sendo embora exterior a “mim”, torna-se o meu eco — ao qual digo *tu* e que me diz *tu* (BENVENISTE, 1988, p. 286, grifo do autor).

Charaudeau (2010a), por sua vez, em sua Análise Semiolinguística do Discurso, parte da abordagem de Benveniste (1988), que desenhava a dinâmica de enunciação entre duas pessoas (um EU e um TU), e concebe o ato de linguagem como um ato de *encenação (mise-en-scène)*, um esquema dotado de processos de *produção* e de *interpretação* mobilizados não por dois, mas quatro sujeitos (EUc, EUe; TUi, TUD) ligados entre si por um *contrato* (formado por um conjunto de *coerções*) que envolve uma *finalidade discursiva* levada a cabo por *estratégias*, em um processo que ocorre não em apenas um plano simples, mas em dois circuitos, um externo (social, espaço do *fazer*) e outro interno (discursivo, espaço do *dizer*) (de nossa parte, como veremos, vamos propor que a troca, nas redes sociais, envolve ainda um circuito extra, localizado também no nível situacional).

Para Freitas (2011, p. 115), este novo modelo “se fundamenta numa concepção que pretende ultrapassar a formulação simplista [...] segundo a qual o processo enunciativo se definiria em termos de uma relação simétrica entre emissor e receptor [...]”. Charaudeau (2010a) joga luz sobre

a concepção bakhtiniana que enfatiza o papel do *outro* na comunicação (princípio da alteridade), pois embora o *efeito de discurso*²² seja produzido sobre o interpretante, ele dependerá também deste efeito de modo igual (CHARAUDEAU, 2010a). Bakhtin (1997) afirma que os esquemas da linguística tradicional (que dividia o processo em “ativo” e “passivo”; “locutor” e “ouvinte”) representam somente “certos aspectos” da comunicação, e que qualquer tentativa de conceber a comunicação verbal sem que se inclua o enunciado no processo não passa de mera “ficção científica”. Ao falar sobre a compreensão responsiva, Bakhtin (1997, p. 291) afirma que “o ouvinte dotado de uma compreensão passiva [...] não corresponde ao protagonista real da comunicação verbal”, de modo que o “papel ativo do *outro* [...] fica minimizado ao extremo” (BAKHTIN, 1997, p. 292).

Como recorda Freitas (2008, p. 266), “colocar os sujeitos da linguagem no centro das teorias linguísticas é uma preocupação recente e que ainda não está generalizada”. Há constatações deste aspecto ainda primordial quanto à posição dos sujeitos na teoria. Durante o desenvolvimento da Teoria Semiolinguística, por exemplo, nos recentes anos 80, Charaudeau (2010a) propõe uma revisão dos termos “emissor” e “receptor”, pontuando a substituição das noções de *emissão* e *recepção* por *produção* e *interpretação*. Para o linguista, a concepção de um ato de comunicação que resulte da “simples produção de uma mensagem que um Emissor envia a um Receptor” (CHARAUDEAU, 2010a, p. 44) é por demais simplória para comportar a complexidade da relação entre os sujeitos (uma relação que deve ser de *intersubjetividade*). Há, deste modo, uma revisão terminologia. Os termos “emissor/receptor”, de acordo com Charaudeau (2008a, p. 29), “serão deixados de lado, pois podem transmitir uma falsa ideia do que seja um ato de linguagem. Enfim, ‘eu/tu’ não serão considerados, já que nos remetem, de modo estrito, às pessoas gramaticais [...]”.

Charaudeau (2010a) então concebe *produção* e *interpretação* como *processos*, exatamente por presumirem uma organização *estratégica* do discurso, não a simples “emissão” de um lado e a “recepção” do outro. O processo de produção é criado por um EU comunicante e dirigido a um TU destinatário pelo EU enunciador, enquanto que o processo de interpretação é criado pelo TU interpretante que constrói a imagem do EU do locutor. Abrem-se aí, então, os quatro sujeitos da

²² *Efeito de discurso*, chamado também de *efeito de sentido*, é majoritariamente empregado como oposição a *sentido de língua*, aquele intrínseco ao sistema da língua, quando não operante em uma *situação de comunicação*. Charaudeau ainda abre o termo em duas noções: *efeito pretendido* e *efeito produzido*. O efeito pretendido é aquele que o sujeito comunicante (EUC) projeta em seu plano de fala sobre um interlocutor igualmente projetado de modo ideal; já o efeito produzido é aquele percebido pelo sujeito interpretante (TUi). Eles não são necessariamente coincidentes (CHARAUDEAU; MAINGUENEAU, 2008b, p. 180, grifo dos autores).

comunicação de Charaudeau (2010a), que se estendem ainda a uma camada extra na comunicação ubíqua, como veremos logo mais.

Essa dinâmica de produção e interpretação (que, por conseguinte, conduz a elaboração, reelaboração do discurso e a outra série de desdobramentos) guarda a noção de *mise-en-scène* que Charaudeau (2010a) trabalha: a encenação do ato de linguagem por meio de estratégias de discurso.

A noção de *estratégia* repousa na hipótese de que o sujeito comunicante (EUC) concebe, organiza e encena suas intenções de forma a produzir determinados *efeitos* — de persuasão ou de sedução — sobre o sujeito interpretante (TUi), para levá-lo a se identificar — de modo consciente ou não — com o sujeito destinatário ideal (TUD) construído por EUC (CHARAUDEAU, 2010a, p. 56).

Charaudeau (2010a) alerta, contudo, que por mais elaborado que seja o processo de encenação, ele pode sucumbir à interpretação do TUi, que, embora esteja sob o *efeito de discurso* do sujeito comunicante, foge a seu controle em questões como sua visão de mundo, sua personalidade, sua bagagem de informações pré-discursivas e, ainda, em função de uma eventual falha de estratégia do próprio comunicante.

Dada esta “importância do outro” (ou seja, do interpretante, TUi), que destacou Bakhtin (1997), a encenação se encontra “revista e corrigida [...] pelo sujeito interpretante que detecta e interpreta, à sua maneira, tais contratos e estratégias” (CHARAUDEAU, 2010a, p. 57). É por essa razão que Charaudeau (2010a) trata de desfazer essa ideia estruturalista de um sujeito passivo, mero receptor, para conceber um sujeito interpretante que, ao receptor o discurso, pode reagir a ele de modo virtualmente imprevisível (conquanto, convém repetir, “direcionável”, influenciável, por parte do *ato de linguagem* do comunicante). É de fato o que leva o linguista a enxergar no ato de linguagem “não apenas uma expedição, mas também uma aventura” (CHARAUDEAU, 2010a, p. 57). Uma acepção que se enquadra perfeitamente à comunicação ubíqua desempenhada no *Twitter*, gênero discursivo especialmente perigoso a quem o desempenha por permitir ao alocutário (o público) julgar o locutor constantemente a cada novo *tweet* (acima de tudo pelo fato de o locutor, neste caso, solicitar este julgamento, o que será pormenorizado na análise).

As reações do sujeito interpretante são (vinculando Bakhtin) compreensões responsivas que às vezes correspondem às expectativas do comunicante, e às vezes não (daí a *assimetria* do *ato de linguagem* e a necessidade de abertura, procedida por Charaudeau (2010a), da noção de *efeito de discurso* em *efeito pretendido* e *efeito produzido*). A concepção de Charaudeau (2010a) para o sujeito, portanto, amplifica a oposição benvenistiana simples EU/TU para uma dupla oposição: EUC, EUE; TUi, TUD (que retomaremos sob a lente da comunicação ubíqua na sequência). Esta perspectiva enquadra-se em um dispositivo de *situação de comunicação* (circuito externo; no caso

do ato de linguagem nas redes sociais, o circuito externo é duplicado pois se projeta sobre a plataforma virtual), regido por sua vez por um *contrato de comunicação* que, embora imponha *coerções*, também abre espaços de manobra para os sujeitos testarem *estratégias de discurso*.

“Falar da comunicação humana é, antes de tudo, falar do problema da *identidade* do sujeito falante [...]” (CHARAUDEAU, 2008a, p. 11, grifo do autor). É assim que Charaudeau (2008a) começa seu texto *Uma teoria dos sujeitos da linguagem*, reafirmando a questão da identidade como uma preocupação central na Teoria Semiológica.

A filosofia contemporânea – principalmente a fenomenologia - tem tratado esta questão como o fundamento do ser : a identidade é o que permite ao sujeito tomar consciência de sua existência, o que se dá através da tomada de consciência de seu corpo (um estar-aí no espaço e no tempo), de seu saber (seus conhecimentos sobre o mundo), de seus julgamentos (suas crenças), de suas ações (seu poder fazer). A identidade implica, então, a tomada de consciência de si mesmo. (CHARAUDEAU, 2009, p. 309)

A tomada de consciência de si mesmo, contudo, não pode vir senão pela tomada de consciência da existência do outro, o que se define por *princípio da alteridade* que revisamos sob a lente bakhtiniana do dialogismo no anteriormente. Como Charaudeau (2009, p. 310) coloca, “é somente ao perceber o outro como diferente, que pode nascer, no sujeito, sua consciência identitária”, ou seja, a consciência identitária do sujeito só vem à tona ao tomar ciência do outro como aquele que “não sou eu”. “A percepção da diferença do outro constitui de início a prova de sua própria identidade, que passa então a ‘ser o que não é o outro’” (CHARAUDEAU, 2009, p. 310). Este é o princípio da alteridade. A presença do outro chama à luz a percepção de mim mesmo como aquele que, dentre todas as coisas, *não é o outro*. Não há, retomando Benveniste (1988), um EU sem um TU, tampouco um TU sem um EU. Uma troca linguageira começa com a legitimação recíproca que o TU faz do EU e vice-versa, pois é do outro que o EU recebe a ideia de si (CHARAUDEAU, 2009).

Porém, ao mesmo tempo em que legitima o EU e destaca a sua consciência identitária, alerta Charaudeau (2009, 2016), a presença do outro pode se tornar uma ameaça à sua identidade, pois temos uma necessidade do *outro* (para constituirmos a nós mesmos) enquanto sentimos uma necessidade de nos *diferenciarmos* do outro em um equilibrado jogo de aproximação e afastamento para com o indivíduo ou o grupo em relação ao qual nos opomos para nos certificarmos de nossa própria identidade.

“[...] queremos nos sentir em comunhão com os outros, mas, ao mesmo tempo, ao ver como funciona o grupo, temos medo de perder nossa singularidade. É uma ilusão acreditar que nossa identidade é única e homogênea. Somos, simultaneamente, o que não é o outro e o que ele é. (CHARAUDEAU, 2016, p. 24)

Em *A conquista da opinião pública* (Editora Contexto, 2016), Charaudeau (2016) fala sobre o embate entre o coletivo e o individual — como fazer para que o enunciador se sinta parte do todo sem com isso perder sua singularidade? Como se constrói a identidade coletiva? Tais questionamentos cabem muito bem na questão de como o EU se vê enquanto sujeito enunciador no *Twitter*. Sou um indivíduo, ser singular, mas, ao mesmo tempo, ao usar *hashtags* e *retweets*, pretendo me incluir em um grupo maior e, mais do que isso, fazer parte de um grupo específico, seja X ou Y, que compartilhe minha opinião. É importante que o enunciador não se sinta sozinho em suas convicções, é importante que sua perspectiva seja validada por um grupo. No caso do *Twitter*, este grupo pode muitas vezes se objetivamente identificado como seguidores do enunciador, ou então pessoas que simplesmente usam o *retweet* ou o “gostei” como um endosso.

No momento da enunciação, não há palavra coletiva. [...] só existe palavra individual. Mas ao mesmo tempo, ao defender sua crença, o indivíduo pretende que esta seja partilhada pelos outros. É isso que faz com que a opinião se expresse sob o modo de um enunciado ‘verdadeiro’, portador de um ponto de vista geral, de uma *doxa* anônima, de uma crença supostamente comum (CHARAUDEAU, 2016, p. 35).

Dessa forma, o pensamento individual e coletivo que habita um mesmo sujeito se constrói por duas necessidades coexistentes: a necessidade do outro e a necessidade de se diferenciar do outro. Charaudeau (2016) argumenta que a dificuldade para pensar coletivamente nasce dessa necessidade de distinção, pois teríamos medo de sermos confundidos com o grupo, fundidos à massa sob prejuízo de perder nossa singularidade. Precisamos ser aceitos por um grupo mas sem termos nossa identidade consumida por sua coletividade.

Tais noções serão de vital importância em nossa análise, já que a peculiaridade do ato de linguagem como desenhado em nosso corpus reside nesta necessidade de aceitação por um grupo que não é ou do qual não faz parte o destinatário do enunciador, fazendo deste um destinatário meramente acessório, aparente. Isto ocorre porque, ao responder um *tweet* de um membro (OP, *original poster*, o autor do *tweet* original que desencadeia a discussão e vai gerar a resposta do enunciador; o termo será detalhado em 5.1.1 *Esclarecimentos sobre a terminologia*) do grupo opositor (em relação às convicções do EU), o enunciador não encena um ato de linguagem com objetivo de persuadi-lo ou influenciá-lo a tomar algum comportamento. O ato de linguagem terá a função de reforçar a posição do enunciador diante do grupo do qual ele busca validação, um grupo do qual as convicções ele compartilha.

Há, desta forma, dois destinatários: um destinatário ou instância destinatária composta por pessoas do outro lado do espectro polarizante (com convicções opostas às do enunciador), com quem ele encena o discurso, e uma instância destinatária de seguidores do OP (*original poster*),

para quem ele encena o discurso, projetando-se como fiador ideal do seu mundo pelo contraste com alguém feito de antifiaador (quanto mais diferente daquele, mais credível/benigno/fidedigno me torno). O destinatário OP terá, assim, uma função acessória no ato perpetrado pelo enunciador como mero objeto reflexivo do discurso com o objetivo de fortalecer a posição do enunciador diante dos seus seguidores/público, instituição destinatária verdadeira do seu ato. E isso acontece por uma razão eu é elementar em nossa análise: por estar em uma posição oposta (do outro lado do espectro de convicções do EU), o enunciador não reconhece no destinatário aparente um ser legitimado para a troca. Não há, com ele, possibilidade de um diálogo que vá avançar o debate em questão em alguma direção. O TU seria, dessa forma, tão diferente do EU em termos de crenças e saberes partilhados a respeito do tema que ambos discutem, que EU não dá ao TU o privilégio de um papel efetivo na troca, concedendo-lhe um papel de objeto, mero receptáculo de seu discurso para a apreciação de um segundo TU, o coletivo (instituição destinatária) que compartilha de sua visão de mundo e tem imaginários sociodiscursivos semelhantes o suficiente para permitir sua aceitação enquanto indivíduo para este grupo com o qual ele se reconhece, mas não ameaça ou desafia sua consciência identitária, sua percepção de EU enquanto sujeito singular.

4.2 DA ENCENAÇÃO DO ATO DE LINGUAGEM

É importante entender a questão dos espaços e dos níveis responsáveis por abrigar os diferentes circuitos, externo e interno, envolvidos no ato de linguagem. Comunicar, diz Charaudeau (2010a, p. 68, grifo do autor), “é proceder a uma *encenação* [...] para produzir *efeitos de sentido* visando um público imaginado [...]”. Conforme Freitas (2011, p. 120), “todo ato de linguagem [...] é, afinal de contas, uma representação comandada por sujeitos externos [...]. Todos nossos atos de linguagem têm um lado ‘teatral’ [...]”, a partir do qual representamos ou nos colocamos “em cena” (na cena de comunicação, discursiva) de uma determinada maneira, buscando infligir efeitos específicos (*efeitos de discurso*).

É importante lembrar que, embora ambos façam uso da metáfora teatral para falar do discurso, Maingueneau e Charaudeau (2008b) têm abordagens diferentes ao se referirem à encenação (*mise-en-scène*), como posto por este, quando coloca que “nós a explicamos de maneira ligeiramente diferente: Maingueneau pelo lado da *cenografia*, eu pelo lado do *contrato*”

(CHARAUDEAU, 2015, p. 109, grifos do autor, tradução nossa²³). Recordando que, dos dois, Charaudeau (2015) é o teórico que coloca acentua o discurso por uma perspectiva mais social.

Como sabemos, os *efeitos de discurso* são pretendidos a partir do dispositivo do *ato de comunicação*, que “se mantém em uma constante manobra de equilíbrio e de ajustamento entre as normas de um dado discurso e a margem de manobras permitidas pelo mesmo discurso” (PAULIUKONIS; MONNERAT, 2008, p. 56). São quatro os componentes do *ato de comunicação* (CHARAUDEAU, 2010a):

- a) *Situação de comunicação*: quadro físico e mental onde se encontram os parceiros da troca linguageira. Estes sujeitos são determinados por uma identidade psicossocial e estão ligados por um *contrato de comunicação*.
- b) *Modos de organização do discurso*: constituídos de *princípios de organização* de matéria linguística ligados à finalidade de comunicação do locutor. Os modos são quatro: *enunciativo, descritivo, narrativo e argumentativa*. O primeiro “comanda” os outros três.
- c) *Língua*: material verbal organizado em categorias linguísticas que possuem, substancialmente, uma *forma* e um *sentido*.
- d) *Texto*: produto material do *ato de comunicação*; resulta de escolhas (conscientes ou não) feitas pelo sujeito dentre as *categorias de língua* e os *modos de organização do discurso*, em função de restrições impostas pela *situação*.

Como vimos anteriormente, em Charaudeau (2010a), este ato de comunicação não é desempenhado por dois sujeitos apenas, mas quatro: EUc, EUe; TUi, TUd. EUc (*sujeito comunicante*) e TUi (*sujeito interpretante*) são seres reais, determinados socialmente. EUe (*sujeito enunciador*) e TUd (*sujeito destinatário*) são seres da fala, concebidos pelos seres sociais. EUc, sujeito com identidade psicossocial, projeta em seu ato de linguagem uma certa imagem de si mesmo, um sujeito que só existe nos limites daquele ato: o EUe. Este sujeito é uma encenação de EUc com o objetivo de alcançar sua *finalidade* comunicacional, de fazer surtir seus *efeitos de sentido*. Consequentemente, ele “é sempre uma imagem de fala que oculta em maior ou menor grau o EUc” do ponto de vista do sujeito interpretante (TUi) (CHARAUDEAU, 2010a, p. 51). Conforme veremos na sequência, na realidade da comunicação ubíqua desempenhada nas redes sociais (o *Twitter*, em nosso *corpus*), EUe é uma encenação articulada por dois seres sociais, EUc e um EU

²³ “[...] bien que nous l’expliquions de façon légèrement différente : Maingueneau du côté de la *scénographie*, moi du côté du *contrat*”.

virtual projetado na rede social (que juntos formam EUu, *ubíquo*, hipótese explorada adiante), dotado de um nome de usuário, uma foto de perfil e outras características responsáveis por defini-lo na rede e por espelhar o seu correlativo no mundo físico.

Do mesmo modo, EUc concebe um destinatário ideal, que igualmente só existe no universo da fala: o TUD. Este sujeito, também projetado, cuja existência também resume-se ao desempenho deste ato, corresponde às expectativas languageiras que o EUc alimenta para o ato de comunicação. “O EUc é o iniciador-responsável pelo ato de produção e é a relação EUc-EUe que produz um certo efeito pragmático sobre o Interpretante” (CHARAUDEAU, 2010a, p. 52). Da mesma forma, contudo, o sujeito enunciador também precisa assumir que o interpretante a quem ele se dirige é uma representação virtual de um sujeito físico, que continua a existir mesmo após o ato. TUD, para deixar bem claro, só existe no universo de fala, ou seja, no espaço de tempo em que ocorre a troca. Neste caso o ser virtual, o avatar e conta no *Twitter*, não seria um ser de fala porque ele continua existindo mesmo após uma troca languageira, independendo de uma projeção do enunciador. Ele seria, assim, um outro ser social (um TU virtual) que se articula com seu correlativo no mundo físico para formar, de acordo com nossa hipótese aprofundada no momento devido, um TUu (*ubíquo*, ocupante de dois lugares ao mesmo tempo). O *Twitter* seria um segundo espaço social, uma segunda situação de comunicação, um segundo circuito externo.

O espaço de ação onde é desempenhado este ato é reproduzido por Charaudeau (2010a) em um esquema binário cuja terminologia é variada, sendo frequentemente chamado de *situação/contexto*, *contexto linguístico/contexto discursivo*, *circuito externo/circuito interno* ou *espaço externo/espaço interno* (no âmbito do esquema do ato de linguagem visto na Figura 2). Charaudeau (2010a, p. 69) postula que “*contexto* é interno ao ato de linguagem e sempre configurado de alguma maneira [...], enquanto *situação* é externa ao ato de linguagem, embora constitua as condições de realização desse ato”. No cenário do ato de linguagem, a situação é o circuito externo e o contexto o circuito interno do dispositivo deste ato. Charaudeau (2015) diferencia a definição que ele e Maingueneau para situação de comunicação; definições próximas, mas com distinções fundamentais para entender a abordagem de Charaudeau para a cena de enunciação. Maingueneau (2008b) usa “cena de enunciação”, em muitos momentos, como sinônimo de “situação de comunicação”, colocando que ao falar de cena de enunciação, “acentua-se o fato de que a enunciação acontece em um espaço instituído, definido pelo gênero de discurso, mas também sobre a dimensão construtiva do discurso, que se ‘coloca em cena’, instaura seu próprio espaço de enunciação” (MAINGUENEAU. 2008b, p. 95, grifos do autor). Charaudeau, por outro lado, distingue *situação de comunicação* (instituída) de *situação de enunciação* (construída), mas salienta

que, apesar dessa diferença, conserva-se para ambos a noção de que um desses espaços é instituído socialmente, enquanto o outro é construído discursivamente.

[...] para Maingueneau o *gênero* é dado, estabelecido — embora, como veremos, o gênero se vincula em parte à *cenografia* - que corresponde à situação de comunicação e que, para mim, institui o gênero de discurso. Então estamos de acordo sobre a necessidade de ver duas dimensões, uma instituída, a outra construída, que se combinam através de um ato de mise-en-scène (CHARAUDEAU, 2015, p. 109, grifos do autor, tradução nossa²⁴).

Charaudeau (2010a, p. 70) compreende a *situação de comunicação* a partir de três tipos de características. Em primeiro lugar, as *características físicas*: dizem respeito aos parceiros (se estão ou não presentes fisicamente durante o ato, se estão próximos ou afastados, se são únicos ou múltiplos) e quanto ao canal de transmissão (se oral ou gráfico, se direto ou indireto, se organizado em código semiológico imagético, gráfico, gestual etc.). Em segundo lugar, as *características identitárias dos parceiros*: sociais (classe, idade, raça...), socioprofissionais (médico, publicitário, político...), psicológicas (nervoso, sereno, espontâneo...) e relacionais (os parceiros se conhecem? Eles possuem familiaridade?). E em terceiro lugar, as *características contratuais*: em relação à *troca/não troca* (se dialogal ou monologal) e quanto a *rituais de abordagem* (restrições, obrigações ou condições de contato entre locutor e interlocutor) e aos *papéis comunicativos*.

É possível perceber, por exemplo, que, em uma situação de comunicação que transcorre no *Twitter*, há presença de parceiros, apesar de o contrato ser prioritariamente de não troca, o que indica um pequeno paradoxo no campo dos “componentes composicionais”. Do mesmo modo, quanto às “consequências para o locutor”, caso não exista uma resposta direta (*reply*), pode não haver a percepção imediata pelo locutor das reações do interlocutor, característica dialogal, já que eles se veem separados por telas (de celular, *tablet*, *notebook*); o que pode haver, por outro lado, é um sinal de reação, como um *retweet*, um “curtir” (em um post de resposta contrário, por exemplo), ou o uso do recurso de “marcar” em um *tweet* independente. O locutor, porém, pode ou não estar “à mercê” do interlocutor, antecipando, retificando e complementando, mas possui reflexão e organização lógica, características monologais, por ter seu discurso escrito, ainda que em no máximo 140 caracteres por *tweet*.

Quanto ao *destinatário* de um discurso no *Twitter*, podemos associar (lembrando que Charaudeau não se refere ao discurso nas redes sociais, por isso nosso cuidado ao aplicar sua teoria

²⁴ “[...] pour Maingueneau, c’est dans l’institué qu’intervient le *genre* – encore que, on le verra, le genre pour lui a partie liée avec la *scénographie* –, ce qui correspond à la situation de communication qui, pour moi, institue le genre de discours. Donc nous sommes d’accord sur la nécessité de voir deux dimensions, l’une instituée, l’autre construite, lesquelles se combinent dans un acte de mise en scène”.

sobre essa outra realidade) do que Charaudeau (2010a, p. 78) chama de uma “*instância destinatária*, ou *instância de recepção*”. Charaudeau e Maingueneau (2008b) enumeram algumas características da relação do orador com este destinatário:

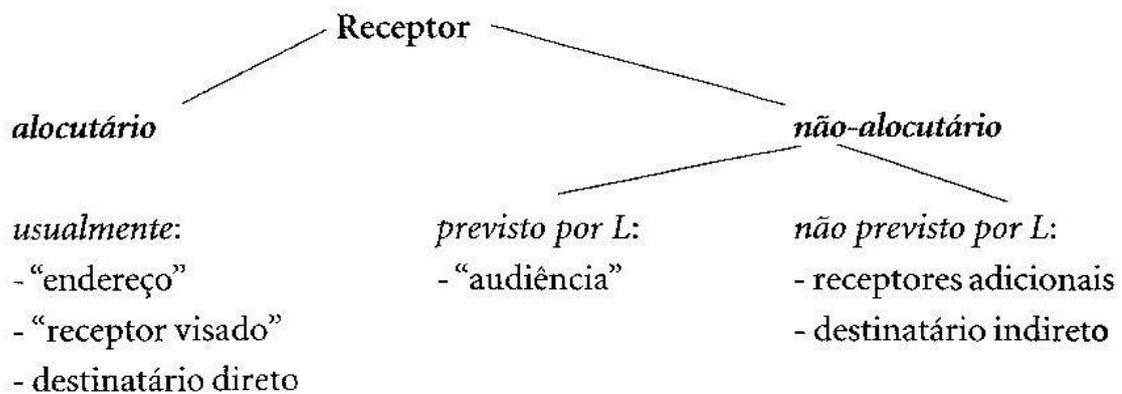
- a) o orador possui um conhecimento de seu *auditório* (em uma leitura feita antes ou mesmo durante o ato) por base do qual formula suas *estratégias* a fim de “orientar o auditório na direção de sua proposição”. Um enunciador no *Twitter* conhece que tipo de tweet apela a seus seguidores, por exemplo. Sabe o que funciona, sabe o que costuma gerar mais curtidas e mais comentários positivos. Este conhecimento é usado no momento do ato;
- b) a interação orador/auditório é monologal. Em nossa análise, veremos que, de certa forma, a interação orador/auditório continua sendo monologal neste caso, já que o destinatário verdadeiro do enunciador não é o TUi ao qual ele se dirige/oferece sua resposta (o OP, autor do post original), mas o TUi para quem ele encena (seus seguidores ou seguidores em potencial), e que não possui uma função efetiva na troca de linguagem a não ser a de endossar o enunciador (como faria uma plateia para um orador em um palco através de palmas, por exemplo).
- c) sua estrutura é assimétrica;
- d) as possibilidades de intervenção do público são restritas e específicas. Retweetar e curtir são ferramentas fortes, mas ainda assim restritas e específicas. Responder (*reply*), por outro lado, tem mais potencial, embora um usuário com um número considerável de seguidores obtenha um número igualmente considerável de respostas, e apenas aquelas com curtidas suficientes terá lugar no topo da página e receberá maior atenção. Em geral, porém, a maioria das respostas é ignorada por usuários com muitos seguidores.

O público também é idealmente imaginado. A persona E_{Ue} (ser de discurso, intralinguístico) que o enunciador E_{Uc} (sujeito comunicante, extralinguístico) projeta dirige-se, ainda que indiretamente (conforme veremos em detalhes) a um público idealizado, a uma coletividade que o comunicante imagina corresponder às suas expectativas languageiras (e compartilhar das mesmas convicções, dos mesmos *imaginários sociodiscursivos*). Em um discurso no *Twitter*, o enunciador que ocupa seu espaço é em si mesmo um ser de fala com discurso dirigido ao TUi de quem ele discorda e para o qual ele responde, mas cuja performance é redirecionada a um ente coletivo (seus próprios seguidores, seu próprio público) que ele imagina: (1) ouvirá o que ele diz; (2) compreenderá o que ele diz; (3) aceitará sua legitimidade para dizê-lo; (4) corresponderá ao seu projeto de fala, ou seja, caminhará na “direção de sua proposição”. Este ente coletivo de que falamos aqui é o TUi-*instituição destinatária* composta pelo seu público, o destinatário determinado

socialmente, que é quem o enunciador quer que o compreenda e que aceite sua legitimidade. Quanto ao TUi-alocutário (autor do post original, do qual o enunciador discordou ao formular sua resposta), o enunciador não espera contrapartida de convivência, não espera simetria no discurso.

O dilema do enunciador em um contexto sócio-histórico como o atual (em que se localizam os casos abordados neste estudo) é que seu ato de linguagem envolverá, muitas vezes, componentes do auditório que ele não havia imaginado integrar a situação de comunicação. Ou, em outras palavras, poder-se-ia dizer que esta situação é, na verdade, mais abrangente do que ele havia concebido inicialmente. Tendo o *Twitter* crescido em popularidade no Brasil principalmente em função das ferramentas de comunicação mais recentes e das redes sociais, o enunciador deve considerar em seus cálculos que uma mensagem proferida nas redes sociais, para um público com componentes que não estão fisicamente presentes, poderá se dispersar para além do espaço dos seus seguidores. Logo, pessoas que não seguem o enunciador OP começarão a entrar em contato com a mensagem. A este caso convém resgatar um modelo proposto em 1997 por Kerbrat-Orecchioni, citada por Charaudeau e Maingueneau (2008b, p. 417–418), que contempla os chamados “receptores adicionais” e os “destinatários indiretos”, conforme consta na Figura 8:

Figura 8 – Relação entre destinatários e o receptor



Fonte: CHARAUDEAU; MAINGUENEAU (2008b, p. 418)

Como rede social, a ideia mais básica por trás do *Twitter* é que ferramentas como o *retweet* e a *hashtag* sejam usadas para atingir receptores adicionais. Por essa razão insistimos que a instituição destinatária para a qual o enunciador encena seu ato de linguagem (que toma o destinatário aparente, enunciador OP, como mero objeto auxiliar, um antagonista de sua enunciação) seja composta por dois tipos de destinatários individuais: seguidores do enunciador e pessoas que compartilham de suas convicções e que endossam sua mensagem, mas não o seguem por qualquer outro motivo, sobretudo por provavelmente não o conhecerem ainda. O poder das

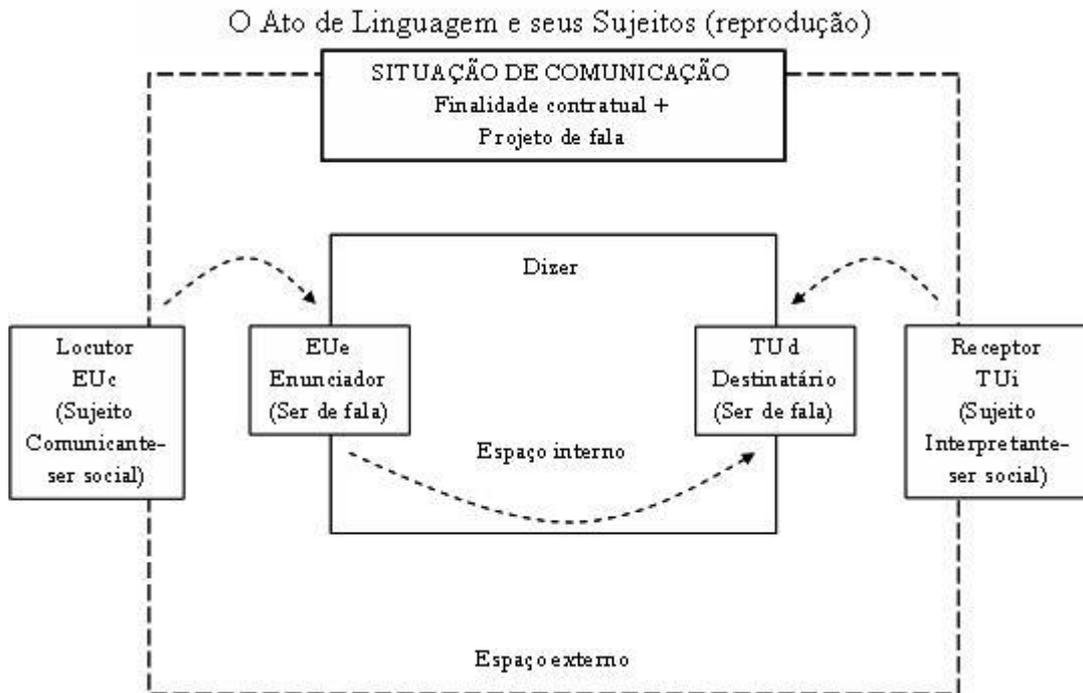
redes sociais reside na sua capacidade de atingir pessoas que não estão diretamente envolvidas na troca, ou seja, os receptores adicionais e destinatários indiretos postos por Kerbrat-Orecchioni (apud MAINGUENEAU; CHARAUDEAU, 2008b).

Sabemos que o circuito externo é dado pelas circunstâncias sociais, sendo, portanto, a arena dos interlocutores, que Charaudeau (2010a) chama de *parceiros*. Eles são seres sociais, reais, historicamente determinados e possuidores de intenções. São os seres do “fazer”, logo, na teoria de Charaudeau (2010a): o *sujeito comunicante* (EUC) e o *sujeito interpretante* (TUi). O EUC “inicia o processo de produção do discurso a partir de um projeto de fala (de um objetivo) visando influenciar, informar, persuadir etc. o seu parceiro” (PIRES, 2009), o TUi. Para cumprir este objetivo, estabelece-se o *circuito interno*, construído discursivamente, lugar da troca languageira e do processo de *encenação* como um todo (*contrato de comunicação, coerções e estratégias discursivas*). O EUC irá projetar um sujeito enunciador (EUE) para encenar o ato de linguagem diante de um sujeito destinatário (TUD), por ele igualmente projetado. Como vimos, este sujeito destinatário é também, por sua vez, projetado pelo sujeito comunicante, como parte daquilo que o EUC imagina que corresponda à intencionalidade²⁵ do TUi. É neste circuito interno, espaço discursivo, dos *seres de fala* (que Charaudeau também chama de “*protagonistas da enunciação*”, de “estatuto exclusivamente languageiro”), que é operada a encenação do ato de linguagem para o sujeito interpretante (um ser social), do outro lado da arena, no espaço situacional junto ao sujeito comunicante. Recordamos sempre que nossa hipótese envolverá a articulação entre um dois seres sociais, um físico e outro projetado na arena virtual.

Já trouxemos este esquema previamente, mas é importante recordá-lo já que será sobre este quadro que vamos propor, em seguida, a projeção de um circuito extra e a articulação entre dois seres sociais existindo concomitantemente. Por ora, o quadro do ato de linguagem é representado na Figura 9:

²⁵ Charaudeau (2008a, p. 48) destaca que *intencionalidade* e *intenção* são conceitos empregados em sua teoria de modo distinto. Intencionalidade é todo o conjunto de intenções marcadas pelo selo de uma coerência psicossociolinguageira. Ela é permeável aos impactos do inconsciente e do contexto sócio-histórico, e equivale ao termo *projeto de fala*.

Figura 9 – O ato de linguagem e seus sujeitos



Fonte: Charaudeau (2010a, p. 77)

É importante notar também que Charaudeau (2010a) chama os seres sociais de *parceiros* (EUc e TUi) e os seres de fala de *protagonistas* (EUe e TUd). Necessário ressaltar que esta situação de comunicação não é terreno neutro na troca linguageira. Dependem da situação, e são formulados a partir dela, o projeto de fala e o fim contratual. A partir daqui, cabem perguntas sobre, por exemplo, como definir os circuitos externo e interno (situação e contexto) como arenas de troca linguageira nesta nova realidade de seres de fala efetivamente destacados de seus correlativos seres sociais? O circuito externo seria o plano físico e social e o circuito interno seria a nuvem? A princípio, não. O circuito interno se ocupa do nível discursivo e só toma existência com a encenação do ato de linguagem, enquanto que o nível situacional é habitado pelos seres sociais. No caso da comunicação ubíqua, o circuito externo é representado também na nuvem, duplicado mas ainda contido no nível situacional, como veremos em mais detalhes na sequência.

É na situação de comunicação que estão postados sujeito comunicante e sujeito interpretante, seres determinados psicossocialmente, sendo sua abordagem e sua delimitação, nas situações especificadas em nosso *corpus* e na revisão geral de seu conceito que veremos a seguir, procedimentos essenciais a este estudo.

É para tratarmos desta organização, mais especificamente dos *modos de organização do discurso* propostos por Charaudeau (2010a), que procederemos agora a um enfoque muito caro a

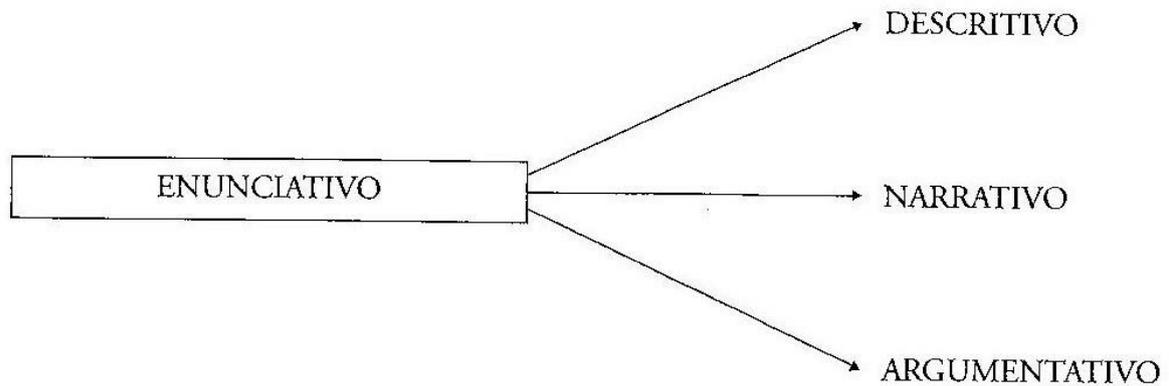
este trabalho, no que diz respeito não apenas aos efeitos imediatos sobre um público com capacidade de reagir imediatamente, mas também a um público indireto, fora da situação de comunicação para a qual o ato de linguagem foi primariamente concebido.

4.3 O CONTRATO DE COMUNICAÇÃO E A SEMIOTIZAÇÃO DO MUNDO

“Falar é também *organizar a descrição do mundo* que propomos/impomos ao outro”, diz Charaudeau (2010d, p. 60, grifo do autor). Os *modos de organização do discurso* são definidos conforme a finalidade do ato de comunicação postulado pelo sujeito falante (*argumentar, narrar, descrever, enunciar*) e o princípio de organização que demarca a posição do locutor em relação ao interlocutor, ao dito e aos outros discursos (PAULIUKONIS; MONNERAT, 2008, p. 57). Para Charaudeau e Maingueneau (2008b, p. 337–338), trata-se de pôr em funcionamento operações languageiras nos três níveis de competência: o nível situacional (onde é determinada a finalidade do ato de linguagem, a identidade dos parceiros, o domínio do saber vinculado e o dispositivo), o nível comunicacional (onde são determinadas as maneiras de falar e os papéis languageiros dos sujeitos) e o nível discursivo (onde intervém o sujeito enunciador que deverá atender às condições de legitimidade, credibilidade e captação, que veremos a seguir) (BARBISAN et. al., 2010, p. 181).

São quatro os modos de organização discursiva: *enunciativo, descritivo, narrativo e argumentativo*. Cada um deles possui uma *função de base* e um *princípio de organização*, propondo, ao mesmo tempo, uma *organização do “mundo referencial”* e uma *organização de sua “encenação”* (CHARAUDEAU, 2010a, p. 74). Antes de passarmos à especificação de cada um dos modos, é importante comentar a hierarquia que Charaudeau (2010a) aponta entre eles. O modo enunciativo, por assim dizer, “comanda” os modos descritivo, narrativo e argumentativo, uma vez que, segundo Pauliukonis e Monnerat (2008, p. 57–58), “intervém na *mise-en-scène* de cada um dos outros três, dando testemunho da maneira pela qual o falante se apropria da língua para organizar o discurso”. Charaudeau (2010a, p. 74) ilustra esta ascensão do modo enunciativo sobre os demais, conforme consta na Figura 10:

Figura 10 – Modos de organização do discurso



Fonte: Charaudeau (2010a, p. 74)

Antes de proceder à explanação do *modo enunciativo*, convém passar pelos outros três modos de organização do discurso (BARBISAN et. al., 2010, p. 186):

- a) *Modo de organização descritivo*: consiste em fazer existirem os seres do mundo ao nomeá-los, qualificá-los e ao determinar o lugar que ocupam no espaço e no tempo. Charaudeau (2010a, p. 112), corrigindo um erro comum, alerta que o modo descritivo não se limita a servir o modo narrativo, mas dá sentido a este último. Organiza o mundo de maneira taxionômica, descontínua e aberta.
- b) *Modo de organização narrativo*: caracteriza-se por uma dupla articulação: a organização lógica da narrativa e a organização da encenação narrativa. Organiza o mundo de maneira sucessiva e contínua, numa lógica com princípio e fim determinados. Charaudeau (2010a, p. 152) ainda aponta para a diferença entre o narrativo e narração: narração é o “ato e efeito de narrar”, enquanto o modo narrativo diz respeito à “maneira de narrar”.
- c) *Modo de organização argumentativo*: impele a formulação de explicações acerca de pontos de vista de terceiros através de duas perspectivas: uma de razão demonstrativa (que estabelece relações de causalidade) e uma de razão persuasiva (estabelece a prova). É composto ainda por três quadros: a proposta, a proposição (ou tese) e a persuasão.

Já o *modo enunciativo*, por sua vez, tem como papel primário estabelecer a posição do locutor em relação ao interlocutor, em relação a terceiros e em relação a si mesmo, o que resulta, segundo Charaudeau (2010a, p. 74), na construção de um *aparelho enunciativo*; em função disso, ele intervém na *encenação* de cada um dos demais modos. Charaudeau lembra que o verbo “enunciar”, da perspectiva da análise semiolinguística do discurso, se refere ao fenômeno que

consiste em “organizar as *categorias da língua*, ordenando-as de forma a que deem conta da posição que o sujeito falante ocupa em relação ao *interlocutor*, em relação ao *que ele diz* e em relação ao *que o outro diz*” (CHARAUDEAU, 2010a, p. 82), o que nos permite visitar as três funções do modo enunciativo:

- a) *Alocutivo* (posição em relação ao interlocutor: EU/TU): estabelece uma *relação de influência* entre locutor e interlocutor, onde o primeiro implica o segundo impondo-lhe um determinado *comportamento*. O locutor, portanto, *age* sobre o interlocutor, atribui-lhe *papéis languageiros* e se enuncia em relação a ele de dois modos: ocupando uma *posição de superioridade* ou uma *posição de inferioridade*. Em nosso caso o enunciador impõe um papel de antagonista ao seu parceiro de comunicação, trajando-lhe de antifoiador: quanto mais diferente deste, mais fidedigno em relação aos seus seguidores (destinatários reais do enunciador) ele parecerá.
- b) *Elocutivo* (posição em relação ao mundo: EU/ELE): revela o *ponto de vista* do locutor sem implicar o interlocutor nessa tomada de posição. Possui o efeito de *modalizar subjetivamente* a verdade do propósito enunciado, *revelando* o ponto de vista *interno* do sujeito falante. No *Twitter*, o locutor muitas vezes usa de modalidades como a “constatação” e a “opinião”, ainda que sejam em parte componentes de um ponto de vista simulado dentro da estratégia discursiva adotada pelo enunciador.
- c) *Delocutivo* (posição em relação a terceiros: ELE): *retoma* a fala de um terceiro ao mesmo tempo em que *se apaga* do seu próprio ato de comunicação. O efeito do comportamento delocutivo é uma enunciação “aparentemente objetiva”, através do *testemunho* da maneira pela qual os discursos do mundo *se impõem* a ele. Também manifesta-se no *Twitter*, na primeira possibilidade assinalada por Charaudeau (2010a, p. 83, grifo do autor): “o propósito se impõe por si só”, em que o locutor “diz como o mundo existe” relacionando-o a seu modo e grau de *asserção*.

Charaudeau (2010a) resume o quadro de *modos de organização de discurso*, suas respectivas *funções de base* e seus *princípios de organização* na seguinte Figura 11:

Figura 11 – Modos de organização do discurso

Modos de organização do discurso.

MODO DE ORGANIZAÇÃO	FUNÇÃO DE BASE	PRINCÍPIO DE ORGANIZAÇÃO
ENUNCIATIVO	Relação de influência (EU -> TU) Ponto de vista do sujeito (EU -> ELE) Retomada do que já foi dito (ELE)	<ul style="list-style-type: none"> • Posição em relação ao interlocutor • Posição em relação ao mundo • Posição em relação a outros discursos
DESCRITIVO	Identificar e qualificar seres de maneira objetiva / subjetiva	<ul style="list-style-type: none"> • Organização da construção descritiva (Nomear-Localizar-Qualificar) • Encenação descritiva
NARRATIVO	Construir a sucessão das ações de uma história no tempo, com a finalidade de fazer um relato.	<ul style="list-style-type: none"> • Organização da lógica narrativa (actantes e processos) • Encenação narrativa
ARGUMENTATIVO	Expor e provar casualidades numa visada racionalizante para influenciar o interlocutor	<ul style="list-style-type: none"> • Organização da lógica argumentativa • Encenação argumentativa

Fonte: Charaudeau (2010a, p. 75)

Charaudeau (2010a) ainda divide a construção enunciativa em dois procedimentos possíveis: os de ordem *lingüística*, que “explicitam os diferentes tipos de relações do ato enunciativo, através dos processos de modalização do enunciado”; e os de ordem *discursiva*, que “contribuem para pôr em cena os outros modos de organização do discurso (*descritivo, narrativo e argumentativo*)”. São estes, os *procedimentos discursivos*, que “comandam” os outros modos de organização dando origem ao que Charaudeau (2010a) chama de *encenação descritiva, encenação argumentativa e encenação narrativa*. O termo ganha o aditivo do verbo “encenar” porque é através de categorias de língua ordenadas nos modos de organização de discurso que se produz sentido, e este sentido faz parte de uma estratégia, de um “colocar-se” de uma determinada maneira na cena de enunciação (*mise-en-scène*). Charaudeau (2010a, p. 75) salienta que:

para o locutor, falar é, pois, uma questão de estratégia, como se ele se perguntasse: “Como é que vou / devo falar (ou escrever), levando em conta o que percebo do interlocutor, o que

imagino que ele percebe e espera de mim, do saber que eu e ele temos em comum, e dos papéis que eu e ele devemos desempenhar”.

Pauliukonis e Monnerat (2008, p. 58) ainda lembram que todo ato de tomar a palavra “implica, para o locutor, a construção de uma imagem de si próprio. E é inegável que a ‘maneira de dizer’ induz a uma imagem que pode facilitar ou condicionar a boa realização de um projeto”, o que nos remete à questão do *ethos*, “[...] a imagem de si que o locutor constrói em seu discurso para exercer uma influência sobre seu alocutário” (MAINGUENEAU; CHARAUDEAU, 2008b, p. 220), uma noção trabalhada mais profundamente por Maingueneau (2005) junto aos conceitos de *antiethos*, *fiador*, *antifiador* e *mundo ético*. Há uma correspondência entre estes termos e alguns vistos em Charaudeau (2010a); *mundo ético* remete a *universo de pensamento*, por exemplo, do qual o enunciador tenta fazer participar o co-enunciador através de *estratégias de discurso* (ou da *estratégia de captação*, especificamente). Não pretendemos embaralhar ambas as teorias, mas convém trazer brevemente alguns destes conceitos de Maingueneau (2005) para fortalecer o território comum que ambos os linguistas habitam.

De acordo com Maingueneau (2005, p. 64), “a vocalidade subscrita em cada texto corporifica o enunciador, dando forma a um ‘fiador’ que atesta o que é dito”. A esse fiador se atribui um caráter, um “feixe de traços psicológicos” (MAINGUENEAU, 2005, p. 74). O destinatário então se apropria do *ethos* (forma de mover-se no espaço social do fiador) através do que Maingueneau (2005) chama de incorporação. O destinatário *incorpora*, assimila o conjunto de esquemas que permite ao co-enunciador habitar o mesmo mundo que o fiador. “Essas duas primeiras incorporações permitem a constituição de um corpo, da comunidade imaginária daqueles que aderem ao mesmo discurso” (MAINGUENEAU, 2005, p. 73). Em nosso corpus, veremos que a “comunidade imaginária” dos que aderem ao mesmo discurso do enunciador constitui seus seguidores/público e exclui o autor original do *tweet* (OP), a quem o enunciador oferece sua resposta (na verdade um discurso independente dirigido a seus seguidores e disfarçado de resposta para o autor do *tweet*, pois a resposta não tem objetivo de exercer influência sobre este).

Maingueneau (2005) usa a mesma metáfora da participação física em um mundo de ideias da qual se vale Charaudeau (2010a), com a diferença de chamar o *universo de pensamento* de *mundo ético*. A incorporação ultrapassa a mera identificação. Ela dá acesso a um *mundo ético* (ou *universo de pensamento*, através de *estratégias discursivas*) do qual o fiador é o guardião, o “chaveiro”. Como o fiador está relacionado a uma dinâmica corporal, o co-enunciador não decodifica o sentido, mas participa “fisicamente” deste mundo acessado por intermédio do fiador. Do mesmo modo, o enunciador pode atribuir a uma figura de sua encenação o papel de *antifiador*, representante de um antimodelo ético: quanto mais diferente deste, mais persuasivo o enunciador

parecerá. É precisamente o papel de antifidiador que o enunciador incumbe ao OP, autor original do *tweet*, não havendo como este ser, portanto, parceiro verdadeiro da troca languageira. O enunciador não o reconhece como parceiro, pelo contrário, trajando-lhe de antifidiador para a apreciação de um segundo destinatário; no caso, a instituição destinatária formada por seu público e seus seguidores. Em razão de nos afiançarmos à Teoria Semiolinguística de Charaudeau (2010a), vamos evitar utilizar termos da teoria de Maingueneau (2005), apesar de termos sempre presente que estes conceitos ajudam sobremaneira a entender a dinâmica de encenação do enunciador. A partir deste ponto podemos entender *antifidiador* como o *antagonista* da encenação, papel languageiro que o enunciador atribui ao destinatário OP. O termo nos serve bem também porque pressupõe os outros dois sujeitos envolvidos na troca (o enunciador EUC e a instituição destinatária TUi) como os reais *protagonistas* do ato de linguagem.

Todas essas dinâmicas são da ordem da *encenação* (*mise-en-scène*, metáfora teatral que une os dois linguistas com algumas diferenças, como já explorado anteriormente). No caso do *Twitter*, dos modos de organizar o discurso, a *encenação narrativa* merece atenção especial. Charaudeau (2010a) aborda a encenação narrativa a partir do caso literário.

Quem conta (uma história) não é *quem escreve* (um livro) nem *quem é* (na vida). Dito de outra forma, embora aparentemente seja uma mesma pessoa, como na autobiografia, não se pode confundir o *indivíduo*, ser psicológico e social, o *autor*, ser que escreve, por exemplo, um romance, e o *narrador*, “ser de papel” que conta uma história (CHARAUDEAU, 2010a, p. 183, grifo do autor).

O que ocorre com frequência no *Twitter* é exatamente esta “confusão” de que nos fala Charaudeau (2010a) em relação aos seres que atuam no dispositivo da encenação narrativa: *quem conta* corresponde quase sempre a *quem é*, pois os seres físico e virtual (EUC e sua projeção na plataforma do *Twitter*, o EU virtual) se confundem aos olhos do público. No *Twitter* isto não é incidental, pelo contrário; é *tendência* que ambos os seres coincidam aos olhos do destinatário: o ser da vida física, material, e o ser projetado no *Twitter*, com nome de usuário e foto de perfil etc. Inclusive em função dos princípios básicos que regem a comunicação ubíqua no *Twitter*: os seres ocupam mais de um lugar ao mesmo tempo, por essa razão ambos EUC e sua projeção virtual (não EUE, para que fique bem claro, pois este é ser de discurso) formarão EUU de acordo com nossa hipótese que visitaremos na sequência, uma articulação que parte de um ser social ocupante de dois lugares simultaneamente.

Há ainda a questão de transmitir a falsa impressão de que quem se projeta em sua conta no *Twitter* é o indivíduo, o ser psicossocial, não apenas um ser de fala, uma criatura intralinguística que vive apenas dentro dos limites do ato de comunicação.

Parte importante de sua estratégia discursiva é inscrever um EUE no ato de linguagem cuja função é *emular* o EUC. Acompanha este procedimento o linguajar utilizado, o tratamento de tópicos comuns do cotidiano, a própria escolha do que vestir, ou, na projeção do EUC virtual, que foto usar como perfil: tudo age na direção de despertar no interlocutor uma sensação de empatia.

Lembrando que é paliativa esta sensação de *inferioridade* que o interlocutor pode sentir, e que praticamente anula os efeitos pretendidos pelo enunciador. No nosso caso, esta é apenas mais uma evidência de que o destinatário verdadeiro do enunciador não é o autor original do *tweet* (OP), antagonista, do outro lado do espectro polarizante. O enunciador não busca empatia com este, mas com o seu outro destinatário, TUI-instituição destinatária formada por seus seguidores ou pessoas com quem ele deseja arraigar/reforçar sua posição prévia. Lembrando que a posição do enunciador nunca é desafiada, apenas reforçada. Como sabemos é muito difícil que alguém sinta empatia por alguém que se coloca em uma posição superior, esta deve coincidir com a encenação de um eu-social, determinado psicologicamente e socialmente, no lugar do eu-cênico, ser de fala. A definição dada por Charaudeau a este indivíduo, ainda partindo do âmbito literário, é interessante. Charaudeau (2010a, p. 185) chama de “*autor-indivíduo*” (em oposição a “*autor-escritor*”) aquele que tem um nome próprio, uma biografia pessoal (pública ou não, que pode se tornar conhecida ou não), que vive e age na vida social e que conhece experiências individuais e coletivas como participante do mundo das práticas sociais. Charaudeau (2010a, p. 185) completa:

Este *autor-indivíduo* pode estar ausente da narrativa, mas pode igualmente aparecer de maneira explícita. Torna-se, então, personagem da narrativa, e testemunha de uma história vivida que lhe é pessoal, ancorada num contexto sócio-histórico, e cujo ordenador só pode ser a vida, o destino, o acaso, Deus, ou ele mesmo. Ele convoca o *leitor real* a receber (e eventualmente a *verificar*) a veracidade dos fatos em função de sua própria experiência de vida, já que o *leitor real* também é considerado aqui como um indivíduo.

Estes indivíduos, “autor” e “leitor”, ocupam o circuito externo do ato de linguagem, ocupam o campo da situação, o extralinguístico. Os efeitos pretendidos no interior do ato de linguagem podem, portanto, “sobrar” para a parte externa do ato. Veremos que o usuário assume muitas vezes papéis como o do narrador-contador (que conta uma história como se fosse real). Sabemos, contudo, que o narrador “morre” no momento em que deixa o “palco”, pois o narrador é ser de discurso. Este paralelo pode ser traçado com o ser de discurso em um ato de linguagem nas redes sociais, mas não com o ser virtual que EUC projeta, pois este também é ser social. O usuário do *Twitter*, quando abandona seu lugar na rede para ocupar unicamente sua posição física, não apaga seu perfil na rede; ele invariavelmente segue ocupando duas posições sociais ao mesmo tempo, dois circuitos externos no mesmo nível situacional.

O sentido não pode ser encontrado como artefato acabado no mundo, não se trata de um elemento natural autônomo em relação ao homem. Pelo contrário, é construído através da linguagem, é dado ao mundo pelo homem, que “dá sentido às formas deste mundo e dá formas aos seus sentidos” (PIRES, 2009, p. 61). Este sentido se constrói em função de um duplo processo de semiotização: de *transformação* e de *transação*, complementado ainda pelo processo de *interpretação*, que dá conta da conta da instância de recepção (o sujeito interpretante; em nosso caso, o *auditório*) (CHARAUDEAU, 2010b).

O *processo de transformação* “consiste em transformar o ‘mundo a significar’ em ‘mundo significado’, estruturando-o segundo um certo número de categorias que são, elas próprias, expressas por formas” (CHARAUDEAU, 2010b, p. 41). De acordo com Pires (2009), estas categorias são quatro:

- a) Identificação: o locutor identifica, conceitualiza e nomeia os seres do mundo, transformando-os em *identidades nominais*;
- b) Qualificação: o locutor qualifica, especifica e discrimina os seres do mundo, transformando-os em *identidades descritivas*;
- c) Ação: o locutor descreve as ações em que os seres do mundo estão engajados, transformando-os em *identidades narrativas*;
- d) Causação: o locutor argumenta e avalia os motivos das ações que envolvem os seres do mundo, explicando a sucessão dos fatos do mundo por *relações de causalidade*.

O *processo de transação*, por outro lado, “é a troca que ocorre entre o sujeito falante e seu interlocutor ao semiotizarem o mundo negociando os seus sentidos” (PIRES, 2009, p. 63). Consiste, pois, em dar uma significação psicossocial ao ato de linguagem do sujeito falante, “isto é, atribuir-lhe um objetivo em função de um certo número de parâmetros” (CHARAUDEAU, 2010b, p. 41), que observamos a seguir:

- a) *Princípio de alteridade*: vimos em Bakhtin (1997, 2012); em Charaudeau ele tem aplicação mais específica. Os sujeitos falante e destinatário precisam se reconhecer, ao mesmo tempo, como semelhantes e como diferentes para se legitimarem como parceiros da troca linguageira. Em certo nível, que exploraremos mais detalhadamente ao longo da pesquisa, o enunciador no *corpus* escolhido não reconhece no parceiro de troca um parceiro verdadeiro, pois não o respeita como tal, seus imaginários sociodiscursivos são por demais incompatíveis. Por não o reconhecer como legítimo e não reconhecer suas motivações como legítimas, ele usa este coenunciador como mero acessório; o destinatário verdadeiro de sua

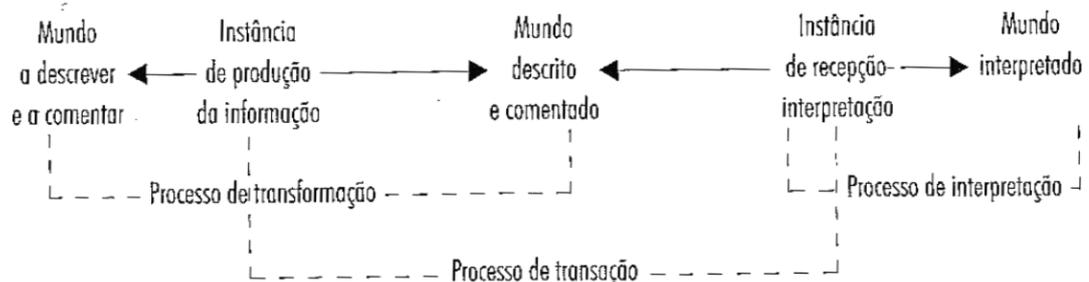
encenação é outro, seu público e seus seguidores. Isso não significa que o princípio da alteridade é violado, mas no mínimo é modalizado.

- b) *Princípio de pertinência*: é preciso que a troca seja apropriada ao contexto, à finalidade e aos saberes que os interlocutores partilham naquela determinada situação de comunicação;
- c) *Princípio de influência*: o sujeito falante possui o objetivo de induzir seu interlocutor a agir de determinada maneira, orientando seu pensamento para conduzi-lo na direção do seu universo de discurso;
- d) *Princípio de regulação*: o interlocutor, por outro lado, conserva a possibilidade de responder a esta tentativa de influência ao tentar, também ele, influenciar o parceiro da troca.

Quanto ao *processo de interpretação*, Pires (2009, p. 64) releva que não constava no modelo original proposto pela primeira vez em 1995, no artigo “*Une analyse sémiolinguistique du discours*”, publicado na revista *Langages*; é somente onze anos mais tarde, na edição brasileira de “*Le discours d’information médiatique: la construction du mirror social*” (publicado na França em 1997), traduzido como “*Discurso das mídias*”, que o terceiro processo é incluído para dar conta da interpretação que o destinatário (*instância de recepção*) faz do “mundo significado” — interpretação esta, pondera Pires (2009, p. 64), “de acordo com seus próprios parâmetros”.

Deste modo, temos o esquema da semiotização do mundo que Charaudeau nos traz (2010b, p. 42), de acordo com o que consta na Figura 12:

Figura 12 – Semiotização do mundo



Fonte: Charaudeau (2010b, p. 42)

Assim, completa o linguista, “todo discurso, antes de representar o mundo, representa uma relação [...]”. O enfoque deste trabalho mobiliza uma atenção naturalmente maior ao processo de transação, a partir do qual veremos todos os componentes do dispositivo de encenação do discurso: o *contrato de comunicação*, as *coerções* e as *estratégias discursivas*. Os quatro princípios,

“indissociáveis”, que aparecem no processo de transação ajudam a constituir o *contrato de comunicação*, que veremos a seguir.

O *contrato de comunicação* é o “conjunto das condições nas quais se realiza qualquer ato de comunicação [...]” (CHARAUDEAU; MAINGUENEAU, 2008b, p. 132). Conforme ilustra Charaudeau (2010a, p. 77), o dispositivo deste ato é organizado a partir de uma “finalidade contratual + [um] projeto de fala”. Em Charaudeau (2012, pp. 5-6, grifos do autor), o contrato

[...] determina uma parte da *identidade* dos parceiros, para que estes sejam legitimados na situação de troca na qual eles se situam, uma parte de suas *finalidades*, para satisfazer ao princípio de influência e de pertinência, e os *papéis linguageiros* que lhes são atribuídos por conta do princípio de regulação

O contrato é fundamental ao ato de comunicação por supor entre os interlocutores dois aspectos absolutamente necessários: o reconhecimento de um pelo outro quanto ao direito à palavra e quanto à disposição para ouvir; aqui entra a questão, no caso de nossa análise, do não reconhecimento ao coenunciador do outro lado do espectro (OP, autor do *tweet*) como o parceiro verdadeiro da troca. O contrato, neste caso, também ocorre sob circunstâncias particulares: ele é na verdade firmado com o TUI-*instituição destinatária* (público e seguidores do enunciador), não com o autor do *tweet*, como ainda veremos. É função do contrato permitir que o ato de comunicação seja reconhecido como *válido* do ponto de vista do sentido (CHARAUDEAU; MAINGUENEAU, 2008b).

Segundo Leci Barbisan et. al. (2010, p. 180), o contrato de comunicação “diz respeito às condições de realização dos textos ou à situação comunicativa em que os textos se inserem e às características discursivas daí decorrentes”. Ele estrutura uma situação de troca verbal, “dando condições de realização dos atos de linguagem que são ali produzidos para que sejam considerados ‘válidos’” (GIERING, 2012, p. 98). De acordo com Charaudeau (2010a, p. 56, grifo do autor), através do contrato comunicacional, “o ato de linguagem torna-se uma *proposição* que EU faz ao TU e da qual ele espera uma contrapartida de convivência”. Esta é mais uma evidência de que, em nosso corpus, o TU para o qual o EU dirige seu ato de linguagem é a instituição destinatária formada por seguidores e seguidores em potencial, não o autor do *tweet* que gera a resposta, pois o enunciador espera a contrapartida de convivência do primeiro, não do segundo.

Todo contrato de comunicação é fundado sob a égide de um implícito codificado, definido por Charaudeau (2010a, p. 60) como “o estatuto que resulta dos estatutos do EUc e do TUI e da relação imaginada que os interdefine”. Sob esse aspecto, o contrato de comunicação é o “ritual sociolinguageiro [...] constituído pelo conjunto das restrições [ou *coerções*] que codificam as práticas sociolinguageiras”. Este contrato resulta, para Charaudeau (2010b, p. 68, grifo do autor),

“das características próprias à situação de troca, os *dados externos*, e das características discursivas decorrentes, os *dados internos*”.

Os *dados externos* são compostos de regularidades comportamentais dos indivíduos e das constantes que caracterizam as trocas que eles realizam. Estes dados se assinalam em quatro categorias, cada uma correspondente a um tipo de condição de enunciação (CHARAUDEAU, 2010b):

- a) Condição de identidade: o ato de linguagem é um ato intersubjetivo, ou seja, ele depende da determinação psicossocial dos seus sujeitos. A condição de identidade responde às perguntas “quem troca com quem?” ou “quem se dirige a quem?”; é a condição de identidade que determina que o contrato de comunicação, em nosso *corpus*, é firmado não com o destinatário aparente (OP), a quem o enunciador oferece uma resposta igualmente aparente — o verdadeiro destinatário é outro.
- b) Condição de finalidade: estabelece que todo ato de linguagem seja orientado por um objetivo. Responde à pergunta “estamos aqui para dizer o que?”. É nesta condição que entram os quatro tipos de visadas²⁶: a *prescritiva* (“fazer fazer”), a *informativa* (“fazer saber”), a *incitativa* (“fazer crer”) e a visada do *páthos* (“fazer sentir”);
- c) Condição de propósito: estabelece que todo ato de linguagem seja orientado a partir de um domínio de saber. Responde à pergunta “do que se trata?”;
- d) Condição de dispositivo: estabelece que todo ato de linguagem se desenvolva por meio de uma maneira particular, segundo as circunstâncias materiais em que se desenvolve.

Os *dados internos* são aqueles que Charaudeau (2010b, p. 70) chama de “propriamente discursivos, os que permitem responder à pergunta do ‘como dizer?’”. Os dados internos constituem as restrições discursivas presentes em todo ato de linguagem, são os “comportamentos linguageiros” que se esperam dos sujeitos a partir do momento em que eles reconhecem os dados externos. Estes comportamentos dividem-se em três espaços determinados (CHARAUDEAU, 2010b):

- a) Espaço de locução: é o espaço a partir do qual o sujeito “toma a palavra”, impondo-se como sujeito falante e identificando o seu interlocutor. Trata-se, de acordo com Charaudeau, da conquista do direito de poder se comunicar;

²⁶ Conforme Charaudeau (2004, p. 5), “as visadas correspondem a uma intencionalidade psico-sócio-discursiva que determina a expectativa (*enjeu*) do ato de linguagem do sujeito falante e por conseguinte da própria troca linguageira”.

- b) Espaço de relação: espaço a partir do qual o sujeito falante estabelece relações de força ou de aliança, de exclusão ou de inclusão, de agressão ou de convivência com seu interlocutor;
- c) Espaço de tematização: espaço onde se organiza os temas da troca linguageira. O sujeito falante deve tomar posição em relação ao tema imposto pelo contrato (a partir da escolha de um *modo de intervenção*) e escolher um *modo de organização de discurso* em função das restrições localizadas na situação de comunicação.

Estas restrições inerentes ao contrato de comunicação não impedem, como nota Pires (2009, p. 72), “que haja um espaço de liberdade para que os sujeitos concretizem os seus projetos de fala”. É neste espaço de liberdade, nesta “margem de manobra”, que se operam as estratégias discursivas.

O espaço de estratégias está diretamente relacionado ao *nível discursivo* da linguagem; é o espaço onde o sujeito possui certa liberdade (certa “margem de manobra”) para operar a *mise-en-scène* (encenação). Segundo Charaudeau (2010a, p. 76, grifo do autor), “fala-se (ou escreve-se) organizando o discurso em função de sua *própria identidade, da imagem que se tem de seu interlocutor e do que já foi dito*”. O sujeito irá pôr seu discurso em cena (e *pôr-se*, por conseguinte) visando a determinado objetivo, que, para ser correspondido, demanda a elaboração de uma *estratégia de discurso*.

“Estratégia” é um termo que provém da ciência militar e que define o processo de conduzir e organizar tropas em um campo de batalha. Tal acepção, contudo, conforme Charaudeau e Maingueneau (2008b, p. 218), “acabou tomando um sentido mais geral, designando toda ação realizada de maneira coordenada para atingir um certo objetivo”. Em *Análise do Discurso*, Charaudeau (2010a) imprime no espaço das estratégias a noção elementar de encenação do ato de linguagem. Trata-se do espaço, ou “margem de manobra”, onde o sujeito poderá fazer escolhas a fim de encenar seu discurso.

Charaudeau (2010a) propõe três espaços das estratégias discursivas: *legitimação, credibilidade e captação*.

- a) *Estratégia de legitimação*: estado que outorga ao sujeito enunciador o direito à palavra e a possibilidade de ser ouvido. A legitimação pode partir junto ao próprio contrato de comunicação, à situação discursiva em que ocorre a comunicação ou ser construída pelo sujeito diante de seu interlocutor;
- b) *Estratégia de credibilidade*: espaço por meio do qual o sujeito visa a alcançar uma posição de confiabilidade junto a seu interlocutor. É uma noção que “define o caráter de veracidade dos propósitos de uma pessoa (‘o que ele diz é verdadeiro’) ou de uma situação (‘essa situação não é confiável’)” (CHARAUDEAU; MAINGUENEAU, 2008b, p. 143);

- c) *Estratégia de captação*: o objetivo desta estratégia discursiva é a sedução ou persuasão do sujeito destinatário, levando-o a “entrar no universo do pensamento que é o ato de comunicação” para que assim “partilhe a intencionalidade, os valores e as emoções dos quais esse ato é portador” (CHARAUDEAU; MAINGUENEAU, 2008b, p. 93). Quando traçamos o paralelo com Maingueneau (2005), referimo-nos à estratégia de captação para falar dos conceitos de *ethos*, *fiador* e *mundo ético*.

As duas primeiras estratégias fazem parte de um conjunto de licenças do locutor a falar e ser ouvido. De acordo com Pauliukonis (2004a, p. 73, grifo da autora),

o interpretante precisa reconhecer que seu interlocutor tem um propósito que o torna digno de ser escutado. O direito à palavra, portanto, é o próprio fundamento da relação interativa que se apoia em três condições: o reconhecimento do Saber do falante (baseado nas verdades e crenças), do PODER comunicar (legitimidade da palavra) e do Saber Fazer (credibilidade) do sujeito.

Estas etapas, contudo, não são excludentes. Elas se distinguem apenas pela natureza de seus objetivos (CHARAUDEAU; MAINGUENEAU, 2008b), podendo ocorrer em sincronia durante um único ato de linguagem. Convém, no entanto, dar maior destaque à *estratégia de captação*. Como já abordado, esta estratégia discursiva pretende fazer o interlocutor entrar no universo de pensamento (o próprio ato de comunicação) e assim partilhar intencionalidade, valores e emoções do locutor. Quando a estratégia de captação não atinge este objetivo, significa que a interpretação do TU não correspondeu à intencionalidade do EU quando este enunciou seu ato de linguagem, o que leva à assimetria do ato de linguagem. É importante destacar que a assimetria do ato que o enunciador propõe ao OP (*original poster*), autor do *tweet*, é deliberada; o enunciador não espera deste a contrapartida de convivência, pelo contrário: o enunciador o transforma em *antagonista* do ato, portanto quanto mais diferente dele, mais legitimado e digno de credibilidade ele parecerá em relação ao verdadeiro destinatário de seu ato (seu público/seguidores). É sobre o TUi-instituição destinatária que o enunciador exerce a estratégia de captação (lembrando: na realidade um “TUu”, como veremos na sequência), não sobre o destinatário individual, autor do *tweet*, do outro lado do espectro polarizante.

Quando se concorda com algo que se compartilha no *Twitter*, demonstra-se haver compartilhado a perspectiva a respeito daquele determinado assunto conforme ele foi retratado no discurso. Ao manifestar esta identificação, o TU abre mão tacitamente de uma prerrogativa de hostilidade ou de contestação. Em nosso *corpus*, como veremos, hostilidade e contestação são intencionais, e o enunciador inclusive as espera de volta pelo autor do *tweet*, visto que quanto mais diferente deste, mais bem aceito pelo seu próprio grupo (pessoas com as mesmas convicções que o

enunciador, que já coabitavam previamente o mesmo imaginário sociodiscursivo) o enunciador será.

Por outro lado, quando a estratégia de captação falha, o TU não se ressentem em atacar o conteúdo daquele discurso, pois não deu a ele sua contrapartida de convivência, ou seja, não “concordou” com a perspectiva cômica que o jornalista pretendeu transmitir a seu público. Neste caso, o TU habita, sozinho, uma zona de confronto para atacar o discurso que não cativou. Como Charaudeau (2010a, p. 45) destaca, o ato de linguagem é um ato *interenunciativo* entre quatro sujeitos, “lugar de encontro imaginário de dois universos de discurso que não são idênticos”, o universo de *produção* que parte do EU e o universo de *interpretação* dirigido pelo TU. Quando o universo do TU revela uma interpretação incompatível com a postulada no universo de produção do EU, a estratégia de captação não produzirá o resultado esperado, e EU não conseguirá com que TU partilhe de sua intencionalidade, valores e emoções.

Em se tratando do caso que analisamos, o usuário do *Twitter* não cumprirá seu objetivo ao encenar seu discurso, ou seja, trazer o público para seu universo de pensamento, permitindo-lhe ver sob sua perspectiva da situação que ele aborda. Neste caso, o locutor perde a *aposta*²⁷ com seu interlocutor, que não interpreta segundo sua intenção o ato encenado. Consequências deste desencontro entre os dois universos de discurso de EU e de TU podem reverberar em dois níveis: no circuito interno e no circuito externo. A este desencontro entre os dois universos Charaudeau (2010a) deu o nome de assimetria do ato de linguagem.

É sobre essa imprevisibilidade dos resultados do discurso que assenta a noção de *assimetria*, o que consiste num desencontro entre o processo de produção e o processo de interpretação do ato de linguagem (CHARAUDEAU, 2010a), algo extremamente comum. Toda vez que um usuário no *Twitter*, por exemplo, enuncia algo com que seus seguidores não concordam, há um desvio entre a produção e a interpretação do discurso. Isto ocorre porque, diferentemente da concepção estruturalista do ato de comunicação, o parceiro da troca comunicativa não é um mero *receptor*, um ente passivo. Pelo contrário, ele construirá uma interpretação a respeito da mensagem que lhe é dirigida.

Conforme Charaudeau (2010a, p. 52), “o ato de linguagem não pode ser considerado somente como um ato de comunicação: tal ato não é apenas o resultado de uma única intenção do

²⁷ Segundo Charaudeau (2010a, p. 44), “todo ato de linguagem é uma ‘aposta’ que fazemos, ‘aposta’ que tem por alvo nosso interlocutor que pode — ou não — interpretar corretamente a mensagem que estamos querendo lhe transmitir”.

emissor e não é o resultado de um duplo processo simétrico entre Emissor e Receptor”. Esta assimetria, afirma Charaudeau (2010a, p. 57), pode ocorrer em três instâncias:

Se, de um lado, o sujeito comunicante é senhor de sua encenação, do outro lado (o da recepção propriamente dita), ocorre o contrário: (i) o sujeito interpretante pode não dominar completamente os efeitos produzidos na instância de comunicação do sujeito comunicante; voltamos a lembrar que EÚc tem controle total apenas sobre o destinatário, ou seja TUD; (ii) mas, pode também ocorrer que o sujeito comunicante não seja capaz de dominar seu próprio inconsciente e deixe transparecer evidências que não estão contidas em seu ato de linguagem; em outras palavras, pode produzir, no sujeito-interpretante efeitos não previstos ou desejados; e, por fim, cabe lembrar (iii) que, muitas vezes, o sujeito-interpretante não está totalmente consciente do contexto sócio-histórico que deu origem ao ato de comunicação, o que pode alterar, consideravelmente, sua interpretação.

Todo aquele que enuncia no *Twitter* (ou, de modo geral, em qualquer das redes sociais mais populares atualmente, como o *Facebook* e o *Instagram*) tem a necessidade de lançar mão das três estratégias discursivas postuladas por Charaudeau (2010a): a de legitimação, a de credibilidade e a de captação. O locutor precisa ter legitimidade para, em primeiro lugar, ser ouvido, ser percebido pelo público como alguém a quem foi autorizada a capacidade e a finalidade prima de entregar um discurso que está qualificado para entregar. Em segundo lugar, o público demanda credibilidade. Estas duas primeiras etapas costumam ser cumpridas, ainda que não passem imunes aos efeitos de uma falha na etapa seguinte, a de captação. Na ocorrência de falha na estratégia de captação, contudo, o locutor precisa ficar atento para outros efeitos. Muitas vezes, estes efeitos não se limitam apenas ao contexto discursivo do ato de linguagem, e podem reverberar também entre os seres determinados socialmente; esta ocorrência, apesar de comum, deverá ficar, contudo, para uma próxima pesquisa.

Passemos, em seguida, aos procedimentos metodológicos utilizados nesta pesquisa.

5 METODOLOGIA

É possível dizer que a presente pesquisa surgiu a partir de desconfortos, no plural. Um desconforto inicial, nascido da maciça atmosfera de ódio e discórdia que obscurece o discernimento dos usuários das redes sociais como um nevoeiro denso, justaposto por um desconforto social em relação ao comportamento do público em uma série de situações vistas todos os dias nas redes, fortalecido finalmente por uma espécie de constrangimento moral ao observar o vilipêndio e objetificação do corpo e do nome da ex-primeira-dama Marisa Letícia quando dos anúncios de sua internação e, posteriormente, de seu falecimento. O comportamento das pessoas nas redes sociais à época desses acontecimentos, além de fazer cambalear a fé de qualquer humanitário na hipótese do bem imanente à sua espécie, serviu de amostra ideal para apurar a conduta destrutiva adotada pelos usuários das redes, especificamente no *Twitter*.

A tese que defendemos, retomando o que fora antecipado na Introdução, é de que a comunicação na RSI *Twitter*, quando negociada em torno de uma matéria altamente polarizante, como a política, obedece primeiro à lógica da preservação e fortalecimento da identidade prévia dos participantes. Essa comunicação é ubíqua e seus participantes estão situados de modo ambivalente sobre um espaço social físico e um espaço social virtual. Tal condição, de existência dupla, vem dar origem ao enunciador ubíquo (EUu), que encena o ato de linguagem através de uma articulação entre duas presenças sociais simultâneas: sua projeção virtual e seu correlativo físico.

Nosso objetivo geral é analisar e discutir o funcionamento do ato de linguagem na era da hipermobilidade, lugar do sujeito ubíquo, de modo a representar os termos que compreende a situação de comunicação, local dos espaços sociais físico e virtual, circuito ubíquo onde se desenvolve o jogo de mútua legitimação entre EUu e TUu.

A pesquisa é exploratório-descritiva, bibliográfica e de caráter qualitativo. O procedimento utilizado foi o observacional e o método de abordagem foi o dedutivo. Parte-se de dois pilares teóricos bem estabelecidos, o ato ético de Bakhtin (2012) e a Semiolinguística de Charaudeau (2010a), articulados sobre uma terceira base, a noção de comunicação ubíqua de Santaella (2013a). Notamos que as transformações mais recentes nas formas de comunicação humana, que atualizaram a mídia para *hipermídia* e o leitor imersivo para *leitor ubíquo*, não inviabilizavam de modo algum os pressupostos dos outros dois autores, tampouco minoravam a relevância da teoria de Charaudeau, mais recente (embora sua gênese se localize nos anos 80, uma era pré-web), ou de Bakhtin, mais antiga (de uma era pré-televisão). A resiliência dessas teorias dizem respeito tanto ao rigor e qualidade de seus escritos quanto ao fato de que a comunicação humana enquanto objeto de

estudo pode ser atualizada para novos meios e sofrer alterações incidentais por conta disso, mas nunca se tornará completamente não-intercambiável entre as eras em que é pesquisada.

O *corpus* selecionado para o trabalho é formado por duas respostas a *tweets* de figuras influentes na rede social; nota-se, nosso foco não será os *tweets* dessas figuras (Leonardo Boff e Reinaldo Azevedo), mas duas respostas a elas dadas por usuários com poucos seguidores, representantes do público comum. O *tweet* de Renato Barbosa em resposta a Leonardo Boff, “e o Lula fez do seu enterro um palanque, para encobrir as falcaturas do PT, para querer dizer q é a pessoa mais honesta do BR”; e o *tweet* de Ailton Lopes em resposta a Reinaldo Azevedo, “Vc é um cretino mesmo!! Babaca, vc queria o quê?! Marisa foi vítima do ódio de pessoas como vc, fascistas débeis!!”. Como trataremos em mais detalhes na sequência, selecionamos esses casos por considerar que cada um deles se encaixa em um lado do nosso espectro polarizante, dividido entre os polos A (esquerda) e B (direita)²⁸. Além disso, as respostas dos usuários Renato Barbosa e Ailton Lopes oferecem possibilidade de análise também quanto à valoração estética em função da seleção lexical utilizada. O *corpus* está ilustrado com a reprodução fiel dos *tweets* feita com *print screen*. Ambos os *tweets* datam do dia 5 de fevereiro de 2017, dia seguinte ao anúncio do falecimento de Dona Marisa Letícia, e seu conteúdo gira em torno do nome da ex-primeira-dama como ponto de apoio para discursos altamente polarizados que antagonizam os autores dos *tweets* e pretendem fortalecer a identidade dos usuários que oferecem as respostas.

Nosso marco teórico está apoiado sobre três bases: [1] o ato ético de Bakhtin (1997, 2012); [2] semiolinguística do discurso, de Charaudeau (2001, 2010a, 2010b) e [3] comunicação ubíqua, de Santaella (2010, 2013a, 2014). Estas três bases teóricas se conectam da seguinte forma: de acordo com o quadro do ato de linguagem de Charaudeau (2010a), EUc (ser físico/social) projeta EUe (ser de discurso) e TUd (ser de discurso), encenando seu ato de linguagem para TUi (ser social). Em nosso caso, afirmaremos que EUc (ser físico/social) projeta EUc virtual (ser virtual/social); como ambos são seres sociais, a articulação entre eles forma EUu (ser ubíquo, manifesta-se em dois lugares sociais ao mesmo tempo). EUu projeta EUe (ser de discurso). Da mesma forma, TUi é uma instituição destinatária composta por usuários do *Twitter*, sendo que o usuário está presente simultaneamente no plano físico (TUi físico/social) e no virtual (TUi virtual/social) do *Twitter*, manifestando-se como TUu, de leitores ubíquos (SANTAELLA, 2013a), ocupantes de dois espaços sociais (físico e virtual) ao mesmo tempo. Ainda que o EUc virtual-social

²⁸ Tomando esses termos, “esquerda” e “direita”, sem um rigor teórico, mas conforme utilizados no transcorrer do constante debate político nacional; pretendemos pormenorizar a questão a seguir.

esteja suspenso na nuvem do hiperespaço, ele está irremediavelmente atado ao seu dúplice físico (ambos ocupantes do nível situacional), de um lugar ímpar no mundo para quem é intransferível a responsabilidade de responder por seus atos (BAKHTIN, 2012). Seu existir é singular e irrepitível em cada plano social sobre o qual o ser físico projetar seu correlativo virtual.

Quanto ao ato ético, Bakhtin (1997, 2012) defende o conceito como a ocupação de um lugar ímpar no mundo, a partir do qual o sujeito contrai a responsabilidade de responder por seus atos (“ato responsável”, como o chama Adail Sobral (2008)). De acordo com Bakhtin (2012, p. 96), não existe alibi na vida: “[...] eu também sou participante no existir de modo singular e irrepitível, e eu ocupo no existir singular um lugar único, irrepitível, insubstituível e impenetrável da parte de um outro. [...]”. O sujeito é ubíquo, ocupantes de dois lugares sociais, mas ainda assim é imbuído de sua individualidade e ocupante de um lugar único no mundo físico (o ser virtual está amarrado ao ser físico), e possui a responsabilidade pelo que enuncia deste lugar. Enquanto ser singular, não há fuga possível às consequências do seu ato. Este inescapável preceito bakhtiniano aponta para a constituição da própria identidade do sujeito, do seu posicionamento enquanto indivíduo; um posicionamento cada vez mais difícil de apontar na comunicação ubíqua (SANTAELLA, 2013a).

Quanto à semiolinguística e à encenação do ato de linguagem, Charaudeau (2001) concebe “ato de linguagem” como o combinado entre circuitos interno e externo do ato onde se estabelece o *contrato de comunicação*, marcado por coerções e com margens sob as quais o sujeito desenvolve estratégias discursivas para cumprir sua finalidade e seduzir ou persuadir seu destinatário, impondo-lhe determinado comportamento.

No que diz respeito à encenação do ato na comunicação ubíqua, em Santaella (2013a), supomos o ato de linguagem na hipermobilidade de um modo um pouco diferente. Nossa hipótese fala de dois circuitos externos, espaço físico e espaço virtual (em nosso caso, do *Twitter*), ambos espaços sociais, no nível da situação de comunicação. Consequentemente somos obrigados a falar de seis sujeitos: EUc físico, EUc virtual e EUE; TUi físico, TUi virtual e TUD. Os seres físicos e virtuais, contudo, recombina-se em uma dinâmica que batizamos, neste estudo de tese, de EUu e TUu, sujeitos ubíquos, presentes em mais de um lugar (físico e virtual) ao mesmo tempo. Nesta configuração, EUu projeta os seres de discurso EUE e TUD.

Passemos a seguir aos procedimentos metodológicos em específico.

5.1 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

O percurso que faremos para realizar a análise passa por noções que propomos nesta tese, como as ideias de espectro polarizante e de enunciador ubíquo, ancoradas respectivamente no jogo de dominação e preservação da identidade operado pelos sujeitos e na encenação do ato de linguagem feita em um contexto de comunicação ubíqua, além de conceitos como ato ético responsável, de Bakhtin (2012), e contrato de comunicação, de Charaudeau (2010a). Pretendemos começar com algumas elucidações sobre a terminologia utilizada em 5.1.1 *Esclarecimentos sobre a terminologia*, introduzir na sequência a polarização dos discursos nas redes sociais em 5.1.2 *O espectro polarizante*, passando pela filosofia do ato responsável e pela valoração estética em 5.1.3 *O ato ético e o tom emotivo-valorativo*, pelo uso do conceito de contrato comunicativo em 5.1.4 *O contrato, o destinatário verdadeiro e o aparente*, finalizando com o cruzamento entre a ideia de ubiquidade dentro do ato de linguagem de Charaudeau em 5.1.5 *O sujeito ubíquo e seus espaços*. A materialidade da análise se dá pela linguagem. O objeto de análise é a comunicação verbal dentro da comunicação ubíqua das redes sociais na forma de *tweets*.

5.1.1 Esclarecimentos sobre a terminologia

Utilizamos alguns termos nesta pesquisa que merecem uma atenção especial. Alguns estão estabelecidos para um determinado tipo de leitor acostumado a utilizar as ferramentas aqui citadas (usuários ativos do *Twitter*, por exemplo), outros estamos trazendo ou no mínimo aplicando de forma inédita.

O *Twitter* possui, além de uma nomenclatura própria, algumas ferramentas básicas com as quais o usuário pode reagir a uma mensagem ou ainda visualizar com mais frequência mensagens de usuários específicos. Lembrando que as definições abaixo simplificam bastante alguns processos e não leva em conta o algoritmo usado pela rede social. Não se segue dois usuários da mesma forma, por exemplo; outros fatores podem determinar com que frequência vemos as mensagens de um usuário. Os termos que julgamos valer a pena trazer são os seguintes:

- a) ***Tweet***: um *tweet* é uma mensagem individual enviada a partir da conta do usuário no *Twitter* e está limitada, como é notório, a 140 caracteres com espaços;
- b) ***Reply/resposta***: todo *tweet* possui três “botões” em sua parte inferior: *reply*, retweetar e curtir. O *reply* é o primeiro deles, e serve para que o usuário responda ao *tweet* de outra pessoa (ou ao seu próprio);
- c) ***Retweetar***: quando o usuário deseja simplesmente repassar, em sua própria conta no *Twitter*, o que outro usuário tweetou. Neste caso, o *tweet* aparece como postado originalmente, mas com a inscrição “[nome do usuário] retweetou” em seu canto superior

esquerdo. A função “retweetar” já rendeu polêmica a respeito do seu significado em numerosas ocasiões. Retweetar seria, afinal de contas, endossar o que foi dito pelo autor do *tweet*? Não necessariamente. Em muitas ocasiões o usuário pode retweetar uma mensagem que vai contra suas convicções apenas para jogar luz sobre o autor do *tweet* e salientar sua indignação, além de outros propósitos. O sarcasmo e humor no *Twitter* (ou na internet de modo geral) é trabalhado de muitos modos e pode ser de discernimento não óbvio, sobretudo quando exposto apenas em forma de texto, despojado de recursos elementares à comunicação humana que ajudam a completar o sentido dado pela palavra, como a postura, o gestual e o tom de voz. O tópico pode render pesquisas no futuro;

- d) **Curtir**: tal função é equivalente em várias redes sociais, incluindo o *Facebook*, que inclui uma variedade de “reações” além do simples “curtir”, e o *Instagram*. É usado pelo usuário para expressar que gostou de determinado *tweet*;
- e) **Seguidores**: no *Twitter*, o usuário da rede social pode seguir outros usuários para ser avisado, a cada acesso, quando aquele usuário postou um novo *tweet*. Do mesmo modo, o usuário pode ter seguidores que visualizarão de modo mais fácil os seus *tweets*. Consequentemente, o número de seguidores que um usuário possui determina a sua popularidade na rede, o que define seu alcance e com que frequência seus *tweets* serão lidos.
- f) **Hashtag**: marcada pelo símbolo #, a *hashtag* é utilizada para indexar *tweets* em torno de um assunto em comum (*topics*). Um assunto muito comentado no momento, que pode se tornar um *trending topic*, pode gerar centenas ou milhares de *tweets* por minuto transformando a rede em um grande fórum mundial. De acordo com Santaella e Lemos (2010, p. 92), “[...] o coração da interação no Twitter é a conversação que ocorre, geralmente, em fluxos coletivos. O debate de ideias em tempo real faz com que os fluxos abertos, geralmente indexados através de #hashtags e/ou nomes de usuários específicos [...]”. A eficácia desse fórum, e ainda se todos são devidamente ouvidos e se compreendem o que é dito sem que a pressa vença a ponderação, é tema para outra pesquisa.

Além dos termos próprios da rede social, utilizamos ao longo desta pesquisa conceitos que são ou inéditos ou vistos com pouca frequência. São eles:

- a) **OP (original poster)**: pode ser traduzido como “mensageiro original”. O termo não é inédito, embora não seja comum em trabalhos acadêmicos e tenha seu uso, em geral, restrito a fóruns de internet. É utilizado para definir o autor original da mensagem, a partir da qual se desenrolam outras mensagens. Essas mensagens, quando se referem ao autor da mensagem original, utilizam “OP: *original poster*” (lembrando que uma mensagem é um

“post”). Nesta pesquisa, utilizamos “OP” ou “enunciador OP” para nos referir ao autor original do *tweet* para o qual os demais enunciadores que compõem nosso *corpus* oferecem suas respostas.

- b) **EUu/TUu:** sujeitos ubíquos resultantes da articulação entre os sujeitos sociais físico e virtual. EUC físico + EUC virtual = EUu; TUi físico + TUi virtual = TUu. O sujeito ubíquo é psicossocial, ocupa múltiplos espaços sociais simultaneamente, ocupa o nível situacional do discurso e é responsável por projetar os seres de fala, sujeitos discursivos.
- c) **Espectro polarizante:** fizemos uso do termo (aparentemente inédito) algumas vezes nesta pesquisa para definir o quadro de convicções polarizado sobre o qual se desenrola a cultura de ódio e assimetria deliberada na internet, embora tais questões se apliquem também à sociedade física, fora da rede. Essas convicções podem ser de toda sorte: políticas, religiosas ou plenamente fúteis (qual time de futebol tem mais história, que cantora pop tem mais sucesso; os temas em torno dos quais se discute na internet são os mais variados), desde que dividam os sujeitos que gravitam em torno delas em um sistema de discussão binário, ou seja, dois grupos opostos bem distintos. Neste caso teríamos “esquerda versus direita”, “Trump versus Hilary” (sem considerar as prévias dos partidos, já que Bernie Sanders seria um candidato, neste caso, muito mais “à esquerda” do que Hilary), “a *direita* versus Dilma” etc. Os participantes do espectro polarizante estão, portanto, em lados opostos do espectro (espectro político, religioso...) de um tema que é, equivocadamente, tratado de modo polarizado. Todo assunto, mesmo os mais polêmicos e aparentemente divididos em apenas dois lados (ou se é “contra” ou se é “a favor”), possui nuances e áreas cinzentas. O diálogo e o entendimento ficam severamente comprometidos, principalmente na internet, em temas que se desenvolvem sobre esse quadro polarizado. Podemos fazer aproximação teórica com o que Bakhtin (2012, p. 142) traz acerca dos “dois centros de valores [...] correlatos entre si: o eu e o outro”, na mesma linha a partir da qual Charaudeau (2010a) fala em diferentes universos de pensamento e em uma “zona de intercompreensão” (2010a, p. 45), noções que podem ser rastreadas de volta ao princípio da alteridade;
- d) **Assimetria deliberada:** esta hipótese diz respeito ao ato de linguagem disposto sobre o espectro polarizante, ou seja: da troca linguageira entre sujeitos que ocupam lados opostos do espectro. Neste caso, não há a intenção plena de diálogo e compreensão entre ambos. A simetria do ato não faz parte do projeto de fala do sujeito, que não reconhece no seu enunciatário um parceiro de fala legítimo por não partilhar com ele saberes suficientes, tampouco imaginários sóci-discursivos. Neste caso, o projeto de fala tem uma assimetria em

sua fonte, pois não pretende captar ou persuadir o enunciatário, mas fechar o enunciador (e consequentemente o enunciatário) ainda mais em seu próprio universo de pensamento.

5.1.2 O espectro polarizante

Não se pode dizer que quem desembarcasse hoje no Brasil, desconectado completamente dos meandros da disputa política nacional, teria muita dificuldade para entender os lados e seus respectivos atores no embate altamente polarizado que ocorre no país — quem sabe há alguns anos, mas hoje a bipartição é inconfundível, sobretudo desde o afastamento do cargo e subsequente impeachment²⁹ da ex-presidente Dilma Rousseff, concluído dia 31 de agosto de 2016. Tentar resumir os últimos anos da política nacional, desde as manifestações de 2013, as eleições de 2014, as investigações da Lava-Jato, o impeachment de 2016 e as delações da JBS de 2017 seria um ato de presunção: tal tarefa caberá, senão aos cientistas políticos, sociólogos e antropólogos, certamente aos historiadores. Em termos do espectro polarizante que observamos neste período, vigente do momento dos *tweets* acerca da internação e da morte de Dona Marisa Letícia, podemos afirmar que os lados desse cenário político se opõem entre uma esquerda e uma direita que se excluem mutuamente. Uma palavra a favor de um lado é prontamente antagonizada pelo outro.

Convém esclarecer nossa opção por dividir a oposição entre “esquerda” e “direita”, mais geral, em detrimento de uma oposição “lulismo” e “antilulismo”, mais específica. Não haveria prejuízo ao optarmos pela segunda: tanto o lulismo quanto o antilulismo são forças reais, estritamente ligadas, respectivamente, ao que se entende hoje e nas últimas décadas como “esquerda” e “direita” no Brasil. O ódio direcionado a Dona Marisa se trata, evidentemente, de um ódio transferido a partir da figura do ex-presidente, o que torna a questão do antilulismo mais palpável, talvez mais próxima e imediata do que nomear o lado oposto, simplesmente, de “direita”. No entanto, consideramos que o uso dos termos “esquerda”, “direita” e derivados (como “esquerdistas” ou “direitistas”) é mais prolífico, mais popular e disseminado do que o “lulismo” versus “antilulismo”. Além disso, poder-se-ia supor, sob essa perspectiva, que o ódio a Dilma Rousseff e a rejeição que levou ao seu impeachment poderiam ser explicados por um ódio prévio a Lula e herdado por Dilma, quando, na realidade, embora a estatura política de Dilma não possa ser comparada à de Lula, ela é suficiente para gerar tanto um apreço quanto uma rejeição própria,

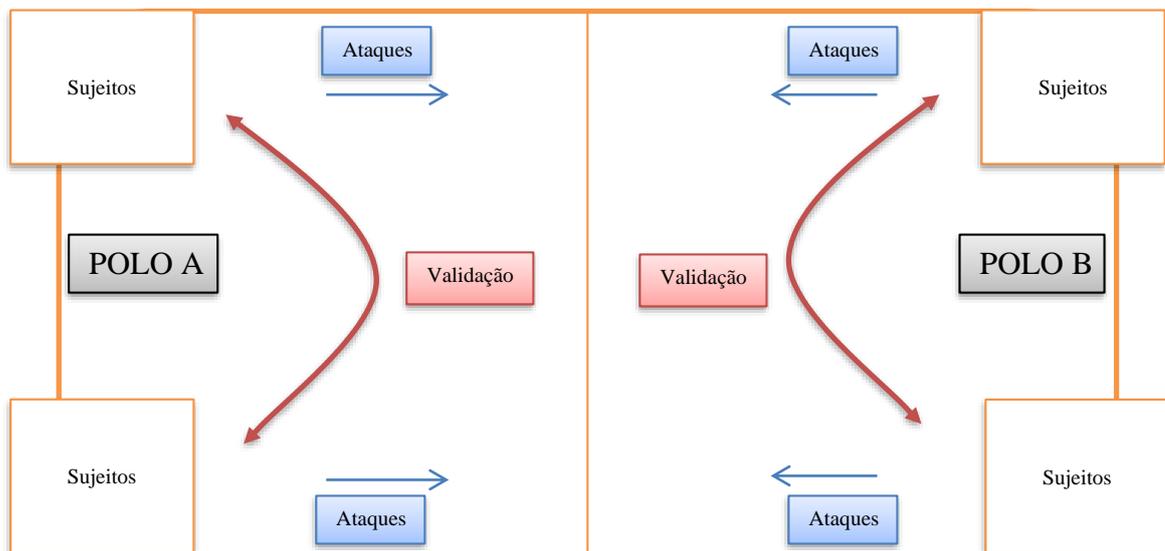
²⁹ Confiamos aqui ao usar o termo “impeachment”, e não outro, para que seja lido sem qualquer carga ideológica. Caso utilizássemos “golpe”, por exemplo, estaríamos carregando nosso discurso de valoração estética (BAKHTIN, 2012) e incorrendo em uma tomada de posição que não é necessária a esta pesquisa.

baseados unicamente por seus anos no governo, e essa rejeição, embora em parte possa ser rastreada de volta a Lula, foi angariada em torno de outros fatores que não podem ser compartilhados com o ex-presidente. A rejeição pelo fato de Dilma se tratar de uma mulher no poder, por exemplo. Nossa opção pela oposição “esquerda” e “direita” se justifica na sua abrangência: ela abraça forças combustíveis da esquerda e da direita sem estarem necessariamente ligadas a Lula. Prosseguimos a pesquisa, portanto, considerando que essas motivações em relação ao “lulismo” e ao “antilulismo” são reais e, mesmo que não tenhamos escolhido nomear os polos do espectro sob essa perspectiva mais específica, tendo presente que essas forças preenchem e movem, embora não solitárias, cada lado dessa oposição.

O desenho desse espectro polarizante é o seguinte: o discurso que se opõe à visão de mundo do outro é jogado na vala comum dos discursos que pertencem a esse ou àquele grupo, visto pelo sujeito como um discurso que provém do outro lado do espectro e, como tudo vindo do lado oposto, não deve ser considerado legítimo para que mereça uma resposta legítima; no caso, um ato de linguagem que suponha um projeto de fala e uma finalidade contratual para com este sujeito do qual se discorda.

Desse modo, podemos ilustrar o espectro polarizante conforme consta na Figura 13:

Figura 13 – o espectro polarizante da política nacional em fevereiro de 2017



Fonte: elaborado pelo autor

As setas em azul representam os discursos (“ataques”) que cada polo oposto direciona ao outro; discursos que, como veremos, não contêm um projeto de fala e uma finalidade contratual

para com objetivo de impor um comportamento ao outro. A seta dupla em bordô, por sua vez, representa a validação mútua que os participantes de cada lado do espectro buscam em seu próprio grupo a partir dos discursos (falsamente) direcionados ao lado oposto. Essa legitimação do seu discurso junto ao grupo com que o polo é compartilhado fortalece (ao invés de desafiar) a consciência identitária do sujeito. Esse cenário, esperamos, ficará mais claro na sequência da análise.

Outro aspecto a considerar é que, para cada lado desse espectro, estão algumas figuras de base que incorporam os ideais do grupo que o ocupa. Essas figuras, que poderíamos chamar de “personagens” por habitarem, neste contexto, antes o imaginário dos sujeitos envolvidos do que o mundo real, existem discursivamente como pilares morais ou centros de referência. No caso da “esquerda”, por exemplo, as figuras de base, de modo geral, costumam ser Dilma Rousseff e Lula. Nesse caso, um discurso contra a “esquerda” pode ter Dilma como alvo: ao se atacar o centro de referência do lado esquerdo do espectro polarizante, acaba-se atacando a “esquerda” em sua totalidade, assim como todos os que se posicionam discursivamente nesse polo do espectro. Não pretendemos aprofundar essa questão em nome do recorte que decidimos realizar nesta pesquisa, mas consideramos importante anotar que essas referências existem. Suas ações ou (de modo mais incisivo levando em consideração a era da pós-verdade e de narrativas fabricadas em que nos encontramos) o que é *divulgado* a respeito delas é a força-motriz dos acontecimentos discursivos no interior do espectro. Em nosso caso, notamos que “Lula” ocupa esse posto de figura de referência no polo A, e não Marisa, por considerarmos, como aponta Eliane Brum (2017), que Marisa foi um “objeto de transferência” do ódio ao ex-presidente. A relevância de Dona Marisa para os que se movimentam no espectro polarizante diz respeito unicamente ao fato de à ex-primeira-dama ser esposa de Lula. Não é considerada a história de Dona Marisa senão quando atrelada à de seu marido; objetificada, portanto, duplamente: na hora da morte e na colocação, mesmo após a morte, em lugar de uma função-acessório para a carreira política de Lula.

5.1.3 O ato ético e o tom emotivo-valorativo

Precisamos repensar a noção do sujeito como um ser fixo e singularizado, ocupante de uma posição bem delimitada no espaço físico. Importante salientar que essa revisão não inviabiliza o que comenta Bakhtin (2012) acerca do existir singular do sujeito, visto que essa condição se verifica relativamente a um *outro*, enquanto a proposição de Santaella (2013a) de que o sujeito é ubíquo aponta que essa condição se encerra em si mesma dentro das restrições de cada espaço ocupado. “[...] eu também sou participante no existir de modo singular e irrepitível, e eu ocupo no existir

singular um lugar único, irrepetível, insubstituível e impenetrável da parte de um outro” (BAKHTIN, 2012, p. 96). A ocupação de um lugar único se refere ao espaço social que o sujeito habita; na ubiquidade, esses espaços sociais são muitos, e embora o sujeito os ocupe simultaneamente, seu existir é único no contexto de cada espaço social individualmente, onde seu ato segue sendo responsável (ato ético). Assim sendo, a ausência de um “álibi” para a vida diz respeito à convocação ao existir que um *outro* faz ao sujeito no momento da enunciação; por isso o ato é sempre ético. Como posto por Charaudeau (2012, p. 3, grifo do autor), “podemos dizer que, segundo o princípio de interação, há o outro e há o eu, mas ao mesmo tempo ‘o outro constitui o eu’. O ato de comunicação é o resultado de uma *coconstrução*”. O sujeito físico é único e singular, mas ele é capaz de se projetar, replicar-se e ocupar diferentes lugares sociais simultaneamente, e isso é possível porque a materialidade de “lugar” se desfez assim como a dos sujeitos que transitam por ele.

Dessa maneira, consideramos que o ato é responsável e o sujeito existe em ambos os espaços. Para ilustrar essa ideia, podemos recorrer a uma metáfora visual. Nos primeiros minutos de *8½*, filme do italiano Federico Fellini, de 1963, o diretor de cinema Guido Anselmi (Marcello Mastroianni) tem um pesadelo em que está preso no trânsito, vigiado por rostos de granito no sufocante espaço urbano. Ao tentar se libertar, ele ascende às nuvens sem direção até ser “fisgado” no ar por um de seus produtores, como podemos ver na Figura 14:

Figura 14 – o homem suspenso em *8½*



Fonte: *8½* de Federico Fellini (1963)

Tomemos a liberdade de ignorar o sentido diegético concebido pelo diretor italiano. Ao pensarmos na projeção do EUC virtual pelo EUC físico, podemos nos auxiliar dessa imagem como metáfora visual: Mastroianni, “homem-pandorga” de Federico Fellini. Embora suspenso na nuvem, nunca livre, nunca a esmo, mas invariavelmente ligado a um correlativo terreno. Este é o descolamento do ser virtual em relação ao ser físico, embora ambos ocupem espaços sociais (igualmente um espaço virtual e outro físico). O ato é ético (BAKHTIN, 2012) porque o sujeito está, embora multiplicado socialmente, singularizado em relação ao outro em cada um dos espaços sociais que ocupa, mesmo que os espaços sociais virtuais sejam mais de um. O sujeito pode se marcar presente no *Twitter*, no *Facebook* e no *Youtube*, por exemplo, ao comentar um acontecimento político de grande repercussão. Cada um desses sujeitos virtuais projetados pelo correlativo físico é ocupante singular do espaço social em que está inserido.

Quanto à valoração estética, é possível apontar o lado ocupado dentro do espectro polarizante por cada participante da troca languageira ao observarmos o tom emotivo-valorativo (BAKHTIN, 2012) carregado nos discursos dos envolvidos. Termos como “esquerdista” e “direitista”, além de expressões como “petralha” e “luladrão”, são marcações de estilo do gênero discursivo que delimitam o posicionamento discursivo dos participantes na encenação do ato de linguagem. Os termos “esquerda” e “direita” são tidos aqui como aparecem no discurso cotidiano, adotados, na grande maioria das vezes, sem considerar suas raízes na Revolução Francesa e sua aplicação ao longo do século XX a partir do *Manifesto do Partido Comunista*, de Karl Marx e Friedrich Engels. Vamos tomar a liberdade de não abrir aqui um viés político e histórico sobre a origem e o emprego correto desses termos, limitando-nos a tomá-los como são usados por quem, vulgarmente, tacha um discurso como “de esquerda” ou “de direita”, e pessoas que reproduzem esses discursos de “esquerdistas” ou “direitistas”, normalmente posicionando-se do lado oposto.

Por isso a questão da valoração estética (BAKHTIN, 2012) é evidente em relação à seleção vocabular específica usada por um lado para definir o outro; alguém que defenda o ponto de vista de que o impeachment é um “golpe” pode ser acusado de ser “petralha” ou “de esquerda” por quem imagina o processo de impeachment como legítimo. Devemos sempre lembrar que é o enunciador quem posiciona o seu “diferente” (diferença no que se relaciona à sua consciência identitária) o mais afastado possível de si mesmo, ou seja, do lado oposto do espectro. Há então um posicionamento do outro sempre como o “extremo”. Um membro do grupo dificilmente verá o seu grupo como extremo ou extremista; é o outro, ao se colocar o mais distante possível dele, que concebe o espectro polarizante em que o seu lugar é um dos polos — um lado extremo. Para se diferenciar o máximo possível deste, como coloca Charaudeau (2016, p. 30), ele “apaga as

semelhanças possíveis com o outro grupo, marca as diferenças, realça os próprios valores que julga diferentes daqueles do outro grupo [...]”.

5.1.4 O contrato, o destinatário verdadeiro e o aparente

Como vimos anteriormente (Figura 5), o ato de linguagem na ubiquidade deve ser desenhado de maneira um pouco diferente em relação ao quadro apresentado inicialmente por Charaudeau (2010a). Ao tratar da comunicação ubíqua, Santaella (2013a) fala de um espaço virtual justaposto ao espaço físico e de um sujeito capaz de estar em múltiplos lugares simultaneamente. Por exemplo, estar presente fisicamente em um protesto na avenida de um grande centro urbano e estar conectado postando mensagens ou, ainda, transmitindo conteúdo audiovisual em tempo real no *Twitter*. Este sujeito estaria presente fisicamente na rua, espaço social, e presente virtualmente no *Twitter*, também um espaço social. A presença e ação em dois lugares ao mesmo tempo dão a este sujeito o status de sujeito ubíquo.

Nesta pesquisa, vamos falar de um ato de linguagem encenado por sujeitos ubíquos, e este ato envolverá um contrato de comunicação (CHARAUDEAU, 2010a) sujeito a coerções e aberto a estratégias. Contudo, não percamos de vista que este ato de linguagem se dará sobre um quadro densamente polarizado (um *espectro polarizante*), no qual os sujeitos envolvidos acreditam existir apenas um lado certo (o seu); o outro lado seria, por consequência, errado em sua fundação, indefensável e cujos valores são inaceitáveis para o sujeito. Diante de um cenário que se desenha *a priori* desse modo, o sujeito não envolverá no seu projeto de fala a finalidade contratual de seduzir ou persuadir o destinatário do outro lado do espectro por considerar que este está além de seu alcance. Pelo contrário, o sujeito tratará de antagonizar esse destinatário trajando-lhe como antifidador de um mundo ético que lhe serve de antimodelo, para buscarmos auxílio em Maingueneau (2005), embora, como já tratamos, utilizaremos “antagonista” no lugar de “antifidador”. Como o destinatário é o antagonista do ato, este ato não pode ser dirigido a ele; a direção verdadeira do ato do enunciador é a de um segundo destinatário, uma instituição destinatária composta por pessoas que estão do mesmo lado do enunciador no espectro polarizante. O enunciador, portanto, utiliza seu destinatário aparente como antagonista da encenação para fortalecer sua imagem (*ethos*) diante dos destinatários do seu próprio “grupo”, das pessoas que compartilham suas convicções. O contrato é firmado não com o primeiro destinatário, aparente, mas com o segundo, que em um primeiro momento sequer parece estar explícito no ato, já que não é a ele que o enunciador oferece sua resposta, como veremos na análise.

A essa questão devemos trazer de volta o contrato de comunicação como posto em Charaudeau (2012), sobretudo de acordo com seus princípios. Charaudeau (2012) destaca quatro princípios fundadores do contrato: *a) princípio de interação; b) princípio de pertinência; c) princípio de influência; e d) princípio de regulação*. Procuramos demonstrar aqui por que o destinatário aparente não pode ser considerado parceiro verdadeiro da troca e por que razões os princípios do contrato não são cumpridos, evidenciando que o contrato não é firmado com ele.

a) o *princípio de interação* determina o ato de comunicação como uma dinâmica de troca linguageira entre dois parceiros. “[...] não basta que este tenha o papel de um simples receptáculo mecanicista, como nas teorias behavioristas da comunicação. Estamos mostrando que, além do simples ato de recepção, ele se engajou num processo de interpretação [...]” (CHARAUDEAU, 2012, p. 3). Nesta passagem, Charaudeau (2012) trata do destinatário do ato. Para ser considerado um parceiro na troca linguageira, é preciso que o destinatário se engaje em um processo de interpretação; contudo, para isso, o enunciador precisa conferir ao destinatário este poder. É exatamente em um receptáculo mecanicista que o enunciador transforma seu destinatário, autor do *tweet* (OP), do lado oposto ao seu no espectro polarizante. Não o reconhece como parceiro efetivo da troca, fazendo dele objeto com que encena o discurso para a apreciação de seu destinatário verdadeiro, do seu lado do espectro;

b) o *princípio de pertinência* é definido por dois fatores. Em primeiro lugar, é preciso que o destinatário tenha presente a “existência de uma intenção do locutor, um projeto de palavra, que dará ao ato de linguagem sua motivação, sua razão de ser; do outro lado, que locutor e interlocutor possuam em comum um mínimo dos dados que constituem este ato” (CHARAUDEAU, 2012, p. 4). Trata-se dos denominados “saberes partilhados”. Sem estes “saberes partilhados”, continua Charaudeau (2012, p.4), “não há possibilidade de estabelecer uma intercompreensão e, portanto, nenhuma pertinência do ato de comunicação”. O enunciador não reconhece saberes partilhados entre ele e o enunciador OP. O ato de linguagem entre ambos, para ele, não é pertinente. Não há o suficiente em comum entre eles (em termos de convicções políticas, por habitarem lados opostos do espectro polarizante) para se estabelecer uma troca linguageira;

c) *princípio de influência* “considera que o que motiva a intenção do sujeito falante se inscreve numa finalidade acional (ou psicológica), e o obriga a se perguntar: ‘como devo falar para agir sobre o outro?’” (CHARAUDEAU, 2012, p. 4). É o princípio que leva o enunciador a estabelecer estratégias para cumprir sua finalidade. De acordo com Charaudeau (2012, p. 4), “segundo esse princípio, todo ato de comunicação é uma luta para o controle dos objetivos da comunicação”. É precisamente desta luta que o enunciador não quer tomar parte contra o

enunciador OP; apesar de ser a ele que o enunciador responde, sua finalidade contratual não o envolve;

d) o *princípio de regulação* define “as condições para que os parceiros da comunicação entrem em contato e se reconheçam como parceiros legitimados” (CHARAUDEAU, 2012, p. 5) e busca assegurar a continuidade da encenação, ou, pelo contrário, sua ruptura. Charaudeau (2012) lembra que, como o princípio da influência gera uma luta discursiva em que ambos os parceiros ganham e cedem terreno, a troca pode acarretar em perda de identidade por parte de um ou de outro. Em nosso caso, o enunciador entra em um falso confronto com o autor do *tweet*. Caso o confronto fosse verdadeiro (e essa “luta discursiva”, legítima), o enunciador poria sua identidade em jogo contra a identidade do seu destinatário aparente. Haveria uma discussão, uma troca, um embate por terreno. Tal cenário não faz parte do projeto de fala do enunciador; pelo contrário, ele busca reforçar sua identidade sob os parâmetros em que ela já está estabelecida, não colocá-la em disputa para ser desafiada por um coenunciador que tentará, assim como ele, captá-lo para o seu universo de pensamento, incorrendo na perda de identidade do enunciador. Por isso a encenação do ato de linguagem vai na direção do TUi-instituição destinatária do seu público e seguidores que já compartilham de suas convicções e visão de mundo e não colocarão a identidade do enunciador em risco, pelo contrário. Como a identidade do EU define-se a partir do outro (princípio da alteridade), ele fortalece sua identidade em um movimento duplo:

1. quanto mais *diferente* do antagonista da encenação (OP, o autor do *tweet*);
2. e quanto mais *semelhante* ao grupo junto ao qual ele busca validação.

Cumprindo esses dois movimentos, o enunciador deixa a troca linguageira com sua identidade não apenas intacta, mas fortalecida, visto que não fora em nenhum momento desafiada, já que ele não a coloca em disputa, não a arrisca. Em um cenário ideal, suporíamos que uma troca linguageira que ocorre sobre um tema polêmico, por mais polarizado que seja, envolveria sujeitos buscando seduzir/persuadir um ao outro, empreendendo estratégias para fazer, cada qual com suas visadas discursivas e suas finalidades contratuais, o outro entrar em seu universo de pensamento. Tal ato de linguagem seria posto em funcionamento para diminuir distâncias nesse quadro polarizado e fazer o outro se aproximar do centro; quem sabe até captá-lo (*estratégia de captação*) para o seu próprio lado do espectro para ganhar terreno na luta discursiva e canibalizando a identidade do outro, com o intuito de fortalecer sobremaneira não apenas sua

própria identidade, bem como a de seu “grupo”. Haveria um indivíduo a mais com o qual se identificar.

Não é esse o cenário que vemos na materialidade do corpus que analisamos neste estudo. No nosso caso, há uma assimetria deliberada no ato, um desentendimento com propósito para forçar ambos os lados ainda mais na direção contrária um do outro e para antagonizar o OP. O contrato não é firmado com o enunciador OP, mas com TUi-instituição destinatária formada por público e seguidores do enunciador, ou seja, o discurso toma outra direção que não a direção aparente, em um esquema que ilustraremos mais adiante.

A encenação do ato é feita não para o enunciador OP, destinatário aparente, mas para TUi, composto por destinatários implícitos. Como veremos na análise, a resposta é oferecida ao enunciador OP, trata-se de uma resposta ao *tweet* dele, na página dele; contudo, esta resposta tem o propósito de fortalecer a identidade do enunciador junto ao seu grupo, não o propósito de iniciar um diálogo ou disputar a visão de mundo do enunciador OP para gerar um debate, situação que poderia impor um desafio à identidade do enunciador. Neste sentido, de acordo com Charaudeau (2012, p. 6, grifos do autor), o “‘contrato de comunicação’ une os parceiros num tipo de aliança objetiva que lhes permite *coconstruir* sentido se *autolegitimando*. Se não há possibilidade de reconhecer tal contrato, o ato de comunicação não estabelece pertinência e os parceiros não possuem *direito à palavra*”. De fato, o enunciador não oferece a OP o direito à palavra, não o legitima para a troca e não se alia a ele para construção de sentido. Dessa forma, podemos afirmar que não é com ele que o enunciador firma seu contrato.

5.1.5 O sujeito ubíquo e seus espaços

Nossa abordagem da Teoria Semiolinguística de Charaudeau (2010a) sob a lente da Comunicação Ubíqua de Santaella (2010, 2013a) incorrerá principalmente na proposição de uma revisão acerca da posição dos sujeitos enunciador e interpretante e a respeito dos espaços que eles ocupam, já que a noção de espaço sofre uma revisão a partir da hipermobilidade. Como sabemos, o ato de linguagem de acordo com Charaudeau (2010a) está posto em dois espaços bem delimitados, o espaço externo, do social, e o espaço interno, discursivo. É o que nos lembra Emediato (2007, p. 4).

A estruturação de um ato de linguagem comporta dois espaços, um espaço externo, relativo ao fazer social, e um espaço interno, espaço do dizer. No espaço externo, os parceiros do jogo comunicativo assumem papéis sociais [...]. No espaço interno, os protagonistas da encenação discursiva assumem papéis discursivos.

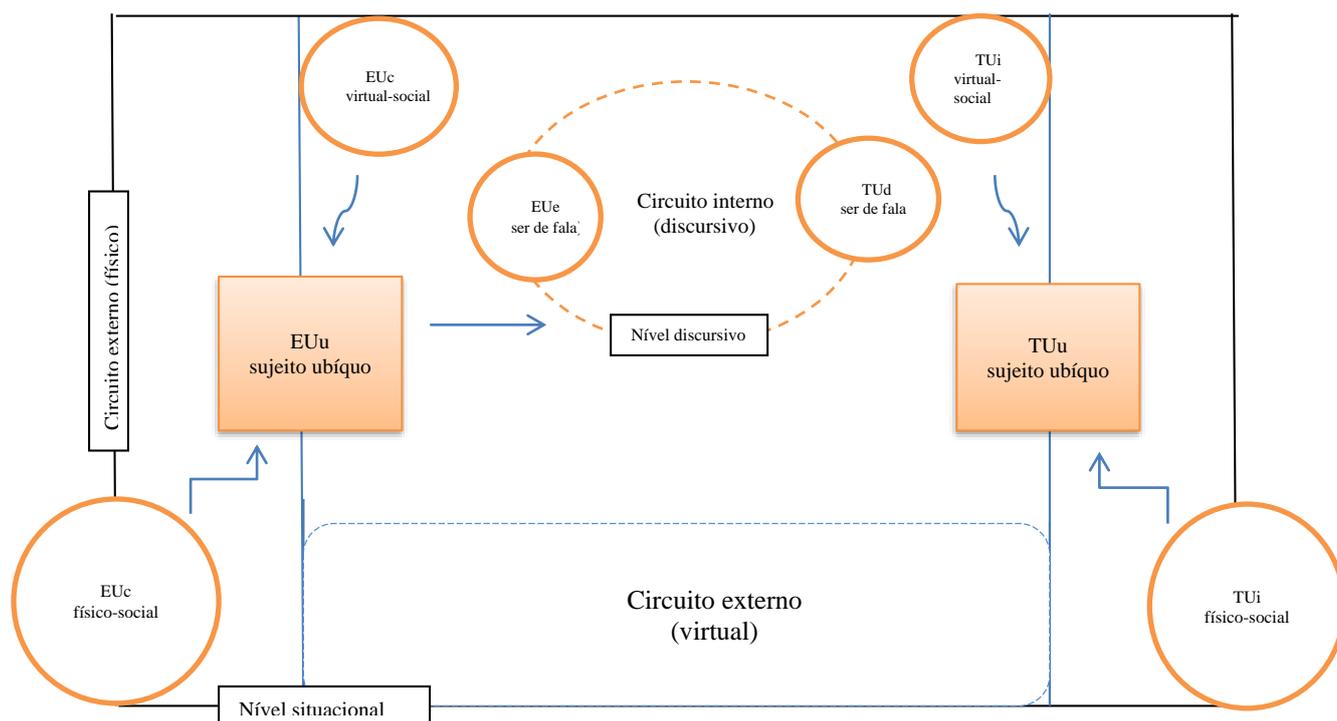
As rápidas transformações nas formas de comunicação nos forçam a levar em consideração a ubiquidade do sujeito e a perda de valor da noção de “lugar”, de “espaço”. “À lógica do *lugar* se substitui aquela da do *vínculo*” (MAINGUENEAU, 2016, p. 157, grifo do autor). Santaella (2010) promove toda uma reestruturação da nossa concepção de lugar como um ponto fixo e de sujeito como um ser singular imobilizado em seu lugar social físico. “A metáfora prototípica dessa sociedade é a dos ‘espaços de fluxos’, metáfora que caracteriza uma lógica organizacional independente de localização” (SANTAELLA, 2010, p. 16).

Em um ato de linguagem que ocorra na hipermobilidade, E_{Ue} (ser discursivo) não pode mais ser representado como que projetado diretamente por E_{Uc} (ser social) sem antes ter passado por um meio-campo virtual e por uma primeira projeção. E_{Uc} não projeta E_{Ue} diretamente; projeta um correlativo social virtual que, em articulação com o ser social físico, projeta E_{Ue}. A essa articulação chamaremos de E_{Uu}, sujeito ubíquo, ser social que simultaneamente é ser virtual e físico, ocupante de dois circuitos no nível situacional, responsável por projetar o ser de discurso no circuito interno, nível discursivo.

Diante disso, consideramos que o circuito externo é duplicado no nível situacional. Este circuito extra (Figura 15) que propomos divide com o circuito externo original o nível situacional, visto que o *Twitter* é uma rede social em que seus usuários representam virtualmente a si mesmos, seus correlativos reais (que são seres determinados física e socialmente), utilizando muito frequentemente seus nomes sociais e uma foto de perfil real. Ainda assim, aquela não é a pessoa física, localizada e determinada materialmente: trata-se de uma projeção virtual desta que é determinada de modo social, mas não físico. Como comenta Charaudeau (2015), a situação de comunicação se institui socialmente ou se inscreve nas situações comunicacionais de troca na forma de um *contrato*. O circuito em que se situa o ser físico está no nível da situação de comunicação, dada socialmente; *externo*, portanto, ao nível discursivo. O circuito ocupado pelo ser virtual se situa igualmente no nível situacional, externo ao nível do discurso. O “virtual” e o “físico” não estão separados na era dos fluxos, mas amalgamados no mesmo plano, sujeitos às mesmas coerções e mesmas margens para estratégias discursivas. “Assim, o ciberespaço digital fundiu-se de modo indissolúvel com o espaço físico. Uma vez que as sobreposições, cruzamentos, intersecções entre eles são inextricáveis, chamo de espaço de hipermobilidade esse espaço intersticial, espaço híbrido e misturado”. (SANTAELLA, 2007, p. 183–187)

Assim, propomos representar o quadro do ato de linguagem na ubiquidade, com a articulação entre circuitos externos físico e virtual e com a articulação entre seres sociais que formam o ser ubíquo, da seguinte forma na Figura 15:

Figura 15 – O ato de linguagem na ubiuidade

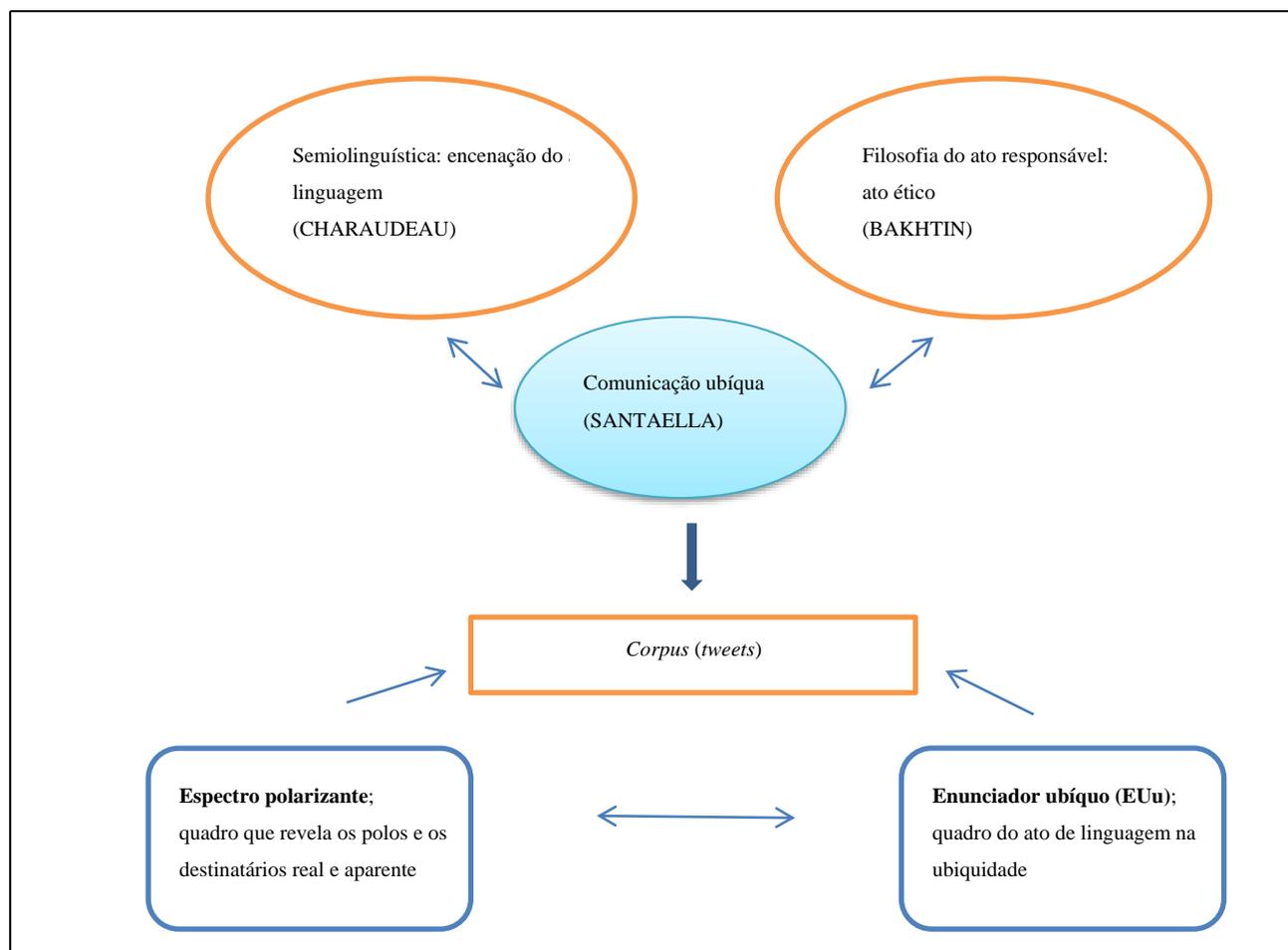


Fonte: elaborada pelo autor

Temos representados três circuitos: dois externos, localizados no nível situacional, e um interno, localizado no nível discursivo. Temos dois seres físicos, EUC e TUI: ambos projetam dois seres virtuais (lembrando que o TUI virtual é uma projeção de TUI ainda sobre o nível situacional, não uma projeção de EUC, pois este se trata de TUD, ser discursivo). EUu e TUu (seres ubíquos) não são sujeitos independentes, mas uma articulação entre ambos os seres sociais (EUC + EUC virtual; TUI + TUI virtual). EUu e TUu são ubíquos porque estão presentes em mais de um lugar social simultaneamente, de acordo com a definição dada por Santaella (2013a) a este sujeito. Desta forma, é EUu quem projeta os seres discursivos EUE e TUD e encena estratégias de discurso de acordo com seu projeto de fala para uma finalidade contratual. Não se pode excluir a projeção EUC virtual pois é através dela que EUC encena seu ato de linguagem na rede social, ou seja, é uma dinâmica entre esses dois seres sociais e historicamente determinados que encena o discurso; apenas a projeção virtual ou apenas o ser físico, isolados, não dão conta de representar a encenação do ato nas redes sociais.

Esclarecidas essas questões, podemos finalmente ilustrar nosso modelo de análise na Figura 16:

Figura 16 – Modelo de análise



Fonte: elaborado pelo autor

É pela comunicação ubíqua de Santaella (2013a) que se articulam as teorias de Charaudeau (2010a) e de Bakhtin (1997, 2012), passando pelo filtro da comunicação ubíqua para chegar ao *corpus* e respectiva materialidade de análise — as marcas e pistas languageiras que circunscrevem a interação verbal. Na parte inferior, temos nossa contribuição, de relativo ineditismo, para a análise de discursos na ubiquidade: a ideia de **espectro polarizante**, que ilustra os destinatários verdadeiro e aparente, bem como o jogo de preservação e fortalecimento da consciência identitária do enunciador, e a ideia de **enunciador ubíquo (EUu)**, ocupante de múltiplos lugares sociais simultaneamente dentro do quadro do ato de linguagem e seus sujeitos, de Charaudeau.

Passemos na sequência à análise de respostas a dois *tweets*, cada um em lados opostos do espectro polarizante, para aplicar o que vimos até o momento acerca dos postulados de Bakhtin, de Charaudeau e de Santaella, bem como a articulação entre eles e a revisão que propomos de alguns conceitos sob a luz da comunicação ubíqua.

6 UMA ANÁLISE DO ÓDIO E DA INTOLERÂNCIA NAS REDES SOCIAIS

Na sequência trazemos a análise dos casos que compõem o *corpus*. Utilizamos dois *tweets* em nosso *corpus*, composto por respostas dos usuários Renato Barbosa e Ailton Lopes, respectivamente, a Leonardo Boff e Reinaldo Azevedo. Inicialmente vamos dar contexto a essa interação verbal; vamos ilustrar o cenário da época e falar um pouco sobre a relação entre a cultura do ódio na internet e o uso do nome de Dona Marisa Letícia como ponto de alavanca para os usuários da rede no debate político e, na sequência, passar à análise.

6.1 APRESENTAÇÃO DO CORPUS

As reações aos anúncios de internação e de falecimento da ex-primeira dama Dona Marisa Letícia tomaram de assalto a internet durante a última semana de janeiro e primeira semana de fevereiro de 2017. A seguir pretendemos reconstruir a atmosfera da época e trazer de volta algumas dessas reações.

6.1.1 Dona Marisa Letícia e a cultura do ódio

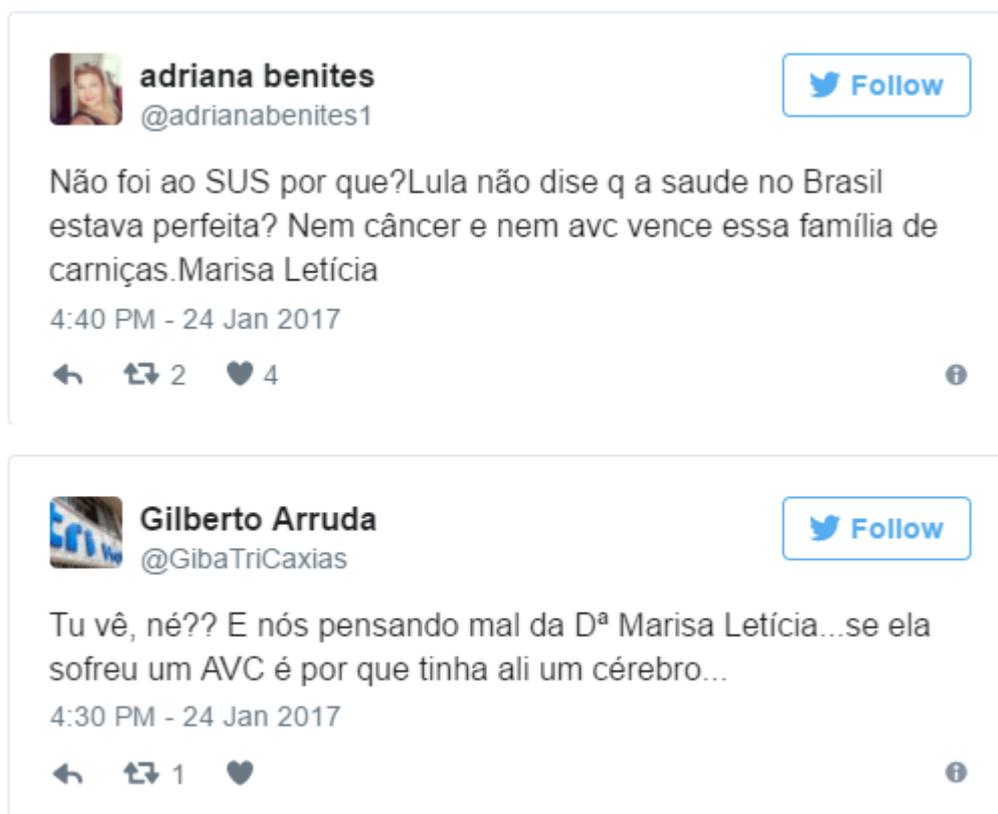
No dia 24 de janeiro de 2017, a ex-primeira-dama Dona Marisa Letícia, esposa do ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva, foi internada às pressas no hospital Sírio-Libanês por conta de um AVC causado por um aneurisma. Ela não resistiu e a morte cerebral foi confirmada em uma sexta-feira, no início da noite, dia 3 de fevereiro. Desde a notícia do AVC no dia 24 até muito após o anúncio oficial da morte, no dia 3, as redes sociais foram tomadas por uma onda de ódio direcionado à ex-primeira-dama e manifestado dos mais diferentes modos e nas mais variadas plataformas. Seguiram-se mensagens com conteúdo que representa alguns dos pontos mais baixos da natureza humana vistos no *Instagram*, *Facebook*, *Twitter*, espaço para comentários de sites de notícias e, principalmente, grupos do *WhatsApp*, onde a noção de grupo fechado pode passar uma falsa sensação de segurança. De modo semelhante, proliferaram-se falsas notícias e teorias conspiratórias rapidamente adotadas e compartilhadas por quem via na história um modo de ter seu ódio e visão de mundo validados. Não é uma questão de o *pathos* superar o *logos*, o que continuaria a ser desprezível mas seria capaz de justificar os ataques de um ponto de vista mais humano; assistimos à elaboração de teorias e narrativas fabricadas que exigem uma racionalização e

articulação dos fatos que não autoriza qualquer álibi concedido por um ódio cegante ou um “sequestro de amígdala”³⁰.

Não pretendemos aqui compilar um inventário do ódio produzido nas redes sociais naquele espaço de pouco mais de duas semanas, o conteúdo seria por demais extenso e impalatável. Ainda assim, apenas sob o propósito de resgatar um pouco do contexto do que foi visto naqueles dias, cabe retomar uma amostra do que foi dito no *Twitter* logo na sequência do anúncio de que Dona Marisa havia sofrido um AVC, no dia 24 de janeiro, e em um grupo fechado no *WhatsApp* para médicos formados de uma turma de 2009, comentários que ganharam grande repercussão. Na sequência, já após o anúncio do falecimento de Dona Marisa, vamos ao *Facebook* avaliar alguns breves comentários e encerrar com algumas “histórias fabricadas” e compartilhadas sem verificação nas redes sociais e em portais de notícias.

O site *Ondda.com* foi rápido ao captar a reação instantânea que o anúncio da internação da ex-primeira-dama gerou no *Twitter* ainda no dia 24. Na Figura 17 constam alguns desses comentários.

Figura 17 – Comentários no Twitter sobre a internação de Dona Marisa Letícia



³⁰ Termo usado pelo psicólogo Daniel Goleman para dar conta de uma reação emocional incontrolável; também chamado de sequestro emocional.



Fonte: site *Onda* (2017)

São quatro comentários que representam bem o ódio ilustrado na falta de empatia pelo ser humano e sua respectiva validação ao olharmos para as ferramentas dispostas pelo *Twitter* (como vimos anteriormente): o primeiro *tweet* conta com quatro curtidas; o terceiro, com vinte e duas (não vamos considerar por hora os *retweets* por não configurarem necessariamente, como já dito, um endosso por parte de quem *retweeta*). Dois deles mencionam Lula, em um claro redirecionamento do ódio sentido em relação ao ex-presidente e do qual Marisa Letícia é vítima por associação (como vamos abordar na sequência). Esses quatro *tweets*, salientamos, compõem apenas uma porção diminuta da raiva e falta de compaixão demonstrada nas mais diferentes redes sociais do momento do anúncio da internação de Dona Marisa.

O aplicativo de troca de mensagens de texto *WhatsApp* é outra plataforma em que a falta de humanidade foi exibida sem pudores, além de ter se tornado fonte prolífica de compartilhamento de notícias falsas. Um estudo a respeito das particularidades do funcionamento do discurso no *WhatsApp* deverá ficar para momento posterior; contudo, é imperioso abordarmos os comentários feitos por profissionais da área da saúde de um determinado grupo na semana que antecedeu a morte de Dona Marisa. Os detalhes são da reportagem de Thiago Herdy (2012) para o jornal *O Globo*.

A médica reumatologista Gabriela Munhoz compartilhou informações sigilosas do prontuário de Dona Marisa Letícia algumas horas depois de sua internação em um grupo de antigos

colegas de faculdade chamado “MED IX”, grupo fechado de uma turma de formandos em Medicina de 2009 da Universidade Federal do Mato Grosso do Sul. Gabriela comentou que Dona Marisa estava no pronto-socorro com diagnóstico de acidente vascular cerebral hemorrágico de nível 4 na escala Fisher e que logo seria transferida para a UTI. De acordo com a reportagem, “em reação à informação que acabara de receber, um colega de Gabriela, o médico residente em urologia Michael Hennich, ‘brincou’ quando ela disse que dona Marisa não tinha sido levada, ainda, para a UTI: ‘Ainda bem!’”. Gabriela respondeu com risadas” (HERDY, 2017). O comentário de maior repercussão, contudo, foi o do neurocirurgião Richam Faissal Ellakkis. Segundo a reportagem,

“Esses fdp vão embolizar ainda por cima”, escreveu, em referência ao procedimento de provocar o fechamento de um vaso sanguíneo para diminuir o fluxo de sangue em determinado local. “Tem que romper no procedimento. Daí já abre pupila. E o capeta abraça ela”, escreveu Ellakkis” (HERDY, 2012).

A médica do Sírio-Libanês, Gabriela Munhoz, e o neurocirurgião Richam Ellakkis foram demitidos na mesma semana em que as conversas foram divulgadas.

Essa onda de ódio teve dois momentos cruciais, de maior intensidade: o primeiro no dia 24 de janeiro, data do anúncio da internação da ex-primeira-dama, e o segundo no dia 3 de fevereiro, data do anúncio de falecimento. O site *Pragmatismo Político* reuniu algumas postagens recortadas de caixas de comentários das páginas no Facebook dos portais de notícias *GI*, *UOL* e *Veja*, embora tenha falhado em especificar qual recorte pertence a qual veículo. O comentários constam na Figura 18:

Figura 18 – Comentários no Facebook sobre o falecimento de Dona Marisa Letícia



Ralf Tavares Foi mesmo. Viveu num luxo e num patamar que o salário de um ex-presidente nunca daria. Foi cúmplice e usufruiu de todo o dinheiro da roubalheira. Que pena que morreu, esperava que ela se recuperasse para ver a sua decadência e de sua família de safados. Pena não estar viva para ver o Luladrão e os seus filhos milionários presos, com a cabeça raspada e em cela comum. Quem viver verá... que venham as delações !!!!!
Curtir · Responder · Enviar mensagem · 1 minuto

Dóris Cavalcanti A inútil Marisa viva só interessava a seus iguais e à Justiça, morta só interessa a seus iguais e aos vermes.
Curtir · Responder · Enviar mensagem · 5 min

Jorge Cruz Inútil é vc fascista de merda!
Curtir · Responder · Enviar mensagem · 2 · 4 min

Dóris Cavalcanti Jorge Cruz Rosna para tua laia de vadios, comunista idiotizado!
Curtir · Responder · Enviar mensagem · 3 min

Leticia Setim Rossigalli Lamentável.
Curtir · Responder · Enviar mensagem · Agora mesmo

Escreva uma resposta...

Victor Hugo Dutra Baia Preferia ver na cadeia mas aqui se faz aqui se paga
Curtir · Responder · Enviar mensagem · 7 min

Santos Santos Antes dela milhares morreram, pois o dinheiro q ela ajudou o lula a roubar poderia ter sido investido na saúde pública e salvado muitas outras vidas também. Ela faleceu em um hospital, muitos prejudicados por ela e pelo lula faleceram por falta de atendimento médico. E se o Aickmin tiver o destino dela também é bem feito. Político corrupto é criminoso e merece tudo de ruim que acontece para ele.
Curtir · Responder · Enviar mensagem · 1 · 1 h · Editado

32 Respostas · 1 minuto

Fonte: Site Pragmatismo Político (2017)

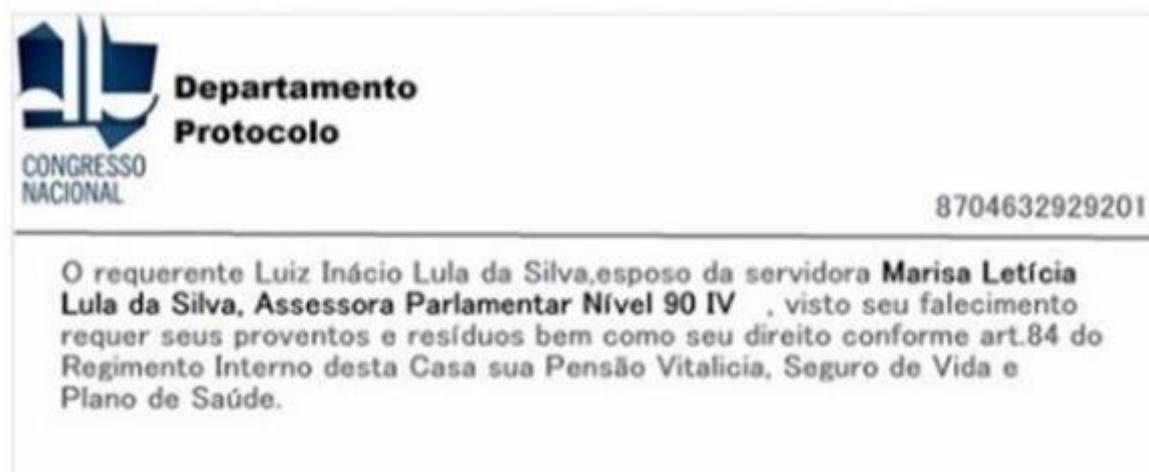
Podemos dispensar comentários a respeito dessas mensagens. Como dito, pretendemos trazer uma pequena amostra do ódio destilado nas redes sociais à época, uma espécie de catarse coletiva, um “ir à forra” geral de um grupo muito ao extremo no espectro polarizante de crenças e convicções, por demais arraigado do seu lado desse espectro e impossibilitado de qualquer movimentação, sequer na direção da menor demonstração de humanidade independentemente de antipatias políticas.

As horas e dias que se seguiram à morte de Dona Marisa viram o tecer de outra manifestação de ódio, mais lenta e perversa, na forma de teorias e notícias falsificadas, mas

compartilhadas como verdadeiras. Tal tipo de compartilhamento sem checagem de fonte é o tipo de fenômeno que levou a Universidade de Oxford a declarar “*post-truth*” (pós-verdade) a palavra do ano de 2016, sobretudo pela influência que esse tipo de ação teve nas eleições norte-americanas, no Brexit (saída do Reino Unido da União Europeia) e no fracasso dos acordos de paz entre as FARC e o governo colombiano. Esse tipo de narrativa fabricada é facilmente repassado adiante porque legitima uma visão de mundo prévia de quem compartilha, que tem uma inclinação a acreditar, uma preferência pela versão factóide contada naquela narrativa. Santaella e Lemos (2010, p. 93) já observavam essa tendência ao colocar que “na era das mídias sociais, a ênfase não é mais na informação que nós buscamos, mas sim na informação que recebemos através das nossas conexões sociais”.

Algumas das histórias que circularam davam conta, por exemplo, de que Marisa Letícia era servidora do Congresso, recebia um salário mensal de R\$ 68 mil e que Lula havia entrado com um pedido de pensão após a sua morte. O site de notícias UOL desmentiu a história, que teria começado em correntes no *WhatsApp*. De acordo com a reportagem de Leandro Prazeres (2017), haveria inclusive um requerimento em nome do ex-presidente comprovado pela seguinte imagem compartilhada nas redes sociais:

Figura 19 – Falsa imagem de suposto documento protocolado junto ao Congresso



Fonte: Site UOL (2017)

A imagem é falsa. Ainda assim, muito do dano já estava feito e o alcance de uma reportagem que desmente a história, por não legitimar a visão de mundo dos que a compartilhavam, nunca terá o mesmo alcance que a narrativa fabricada possui. Esta é basicamente a descrição do fenômeno da pós-verdade catalisado pela hipermobilidade nas redes sociais. Outras histórias, que não convém detalhar, afirmavam que Lula teria colocado a culpa pela morte de sua esposa no Juiz Federal Sérgio Moro, que Dona Marisa não poderia doar os seus órgãos por ter mais de 70 anos e

que, portanto, o anúncio da doação teria sido inventado (é oportuno registrar que Dona Marisa faleceu aos 66 anos; além disso, não existe limite de idade para doação de órgãos) e que Dona Marisa não havia morrido, mas fugido do país com milhões de dólares e que a morte teria sido forjada; essa história era acompanhada de uma imagem de Dona Marisa na Itália para demonstrar que a ex-primeira-dama já estava em outro país; a fotografia em questão foi feita em 2005.

É pelos dados que dispomos nesta seção que vemos o espectro polarizante como um cenário real e cujas forças centrípetas afastam os sujeitos de ambos os lados do centro (que representaria aqui um denominador comum, uma possibilidade de diálogo com a cessão de terreno e espaço para aceitação de pontos de vista alheios) e, conseqüentemente, uns dos outros. A possibilidade de diálogo válido e legítimo fica severamente minimizada em um cenário em que as partes se tratam nesses termos, vilanizando uns aos outros a ponto de apagar qualquer traço de empatia humana diante da morte de um semelhante. Por esse motivo, acreditamos que, para o sujeito de um lado do espectro polarizante, encenar um ato de linguagem que envolva uma proposta de contrato de comunicação ao outro, do lado oposto ao seu, é considerado por ele ineficaz, pois o sujeito não anseia pelo entendimento deste outro — tampouco deseja ser entendido por ele. Pelo contrário, o que este sujeito valoriza é enunciar um discurso capaz de apelar apenas aos participantes do seu lado do espectro polarizante, dos que compartilham as suas convicções e os seus valores, e que portanto tratariam de validar sua visão de mundo — nunca desafiá-la, como qualquer boa argumentação é capaz de fazer. O ódio pelo outro lado desse espectro de crenças, convicções e valores está no centro do problema da assimetria deliberada do ato, que é assimétrico em relação ao lado oposto, não ao seu.

Enfatizamos ainda que o caso de Dona Marisa Letícia foi trazido para esta pesquisa independentemente de qualquer convicção política, sobretudo porque procuramos analisar, em nosso *corpus*, respostas a *tweets* de ambos os lados do espectro polarizante do qual falamos. O que ocorreu à Dona Marisa pode ser considerado fundamentalmente errado do ponto de vista humano; vilipêndio em praça pública do corpo, ainda que metafórico, por um grupo organizado em torno de tochas e rastéis e movido por um ódio endereçado inicialmente não a ela, mas a Lula, e do qual a ex-primeira-dama foi feita alvo. Quem escreveu muito bem sobre o assunto foi Eliane Brum (2017), em sua coluna no jornal *El País*, referindo-se às histórias fabricadas a respeito de Marisa.

Marisa ali não era uma pessoa em processo de morte. Mas um objeto de transferência, um repositório do ódio a Lula. [...] Tratava-se ali de interditar a possibilidade de identificação com Lula num momento de dor. Marisa era coisa. E, como coisa, não tinha vida nem morte. Podia ser colocada onde fosse mais conveniente. Animada artificialmente (BRUM, 2017).

Neste contexto, Marisa Lécia foi utilizada, com oportunismo e conveniência, pelos enunciadores Renato Barbosa e Ailton Lopes como ponto de apoio para suas narrativas com objetivo de fortalecer e preservar suas identidades ao mesmo tempo em que se antagoniza o lado oposto (respectivamente Leonardo Boff e Reinaldo Azevedo). Veremos o *corpus* com que trabalhamos em mais detalhes a seguir.

6.1.2 Dois *tweets* e suas respostas

Acreditamos não haver necessidade de uma abordagem mais ampla de respostas no recorte que decidimos fazer para o *corpus* de análise — essas cinco ou seis respostas representam bem o tipo de reação que o contexto político nacional acaba fertilizando e com que achamos pertinente ilustrar esta pesquisa. Pretendemos, contudo, por uma questão de síntese, focar nossos esforços de análise sobre apenas uma resposta de cada *tweet*; os demais podem emoldurar o cenário do tipo de pensamento e reação que ambos os *tweets* causaram.

Como é comum no *Twitter*, o autor do *tweet* que recebe muitas respostas é, em geral, mais popular e possui mais seguidores do que aqueles que respondem, de modo que podemos traçar um perfil e determinar, razoavelmente, o posicionamento desse sujeitos mais precisamente em relação àqueles que oferecem respostas. Para efeito de comparação, Leonardo Boff e Reinaldo Azevedo, OPs, autores dos *tweets*, possuem respectivamente 173 mil e 472 mil seguidores; Renato Barbosa e Ailton Lopes possuem 594 e 88 seguidores (dados do dia 7 de junho de 2017). Além disso, os dois primeiros são personalidades formadoras de opinião desde muito antes da popularização do *Twitter* no Brasil.

Leonardo Boff é um filósofo e teólogo catarinense respeitado internacionalmente. Nascido em 1938, foi ordenado sacerdote pela Ordem dos Frades Menores em 1964; em 1970, doutorou-se em Filosofia e Teologia pela Universidade de Munique. É um dos principais responsáveis pela introdução no Brasil da Teologia da Libertação. Publicou, em 1981, o livro *Igreja: Carisma e Poder*, em que tece críticas à Igreja Católica enquanto instituição e hierarquia, afirmando, por exemplo, que “a igreja como instituição não estava nas cogitações do Jesus histórico, mas que ela surgiu como evolução posterior à ressurreição, particularmente com o processo progressivo de desescatologização” (BOFF, 1982, p. 123). O livro lhe rendeu um processo junto à Congregação para a Doutrina da Fé, à época dirigida por Joseph Ratzinger. Foi condenado em 1985 a um ano de

“silêncio obsequioso”³¹. Ainda na década de 80, aumentou sua participação em questões ecológicas como derivado da Teologia da Libertação. Em 1992, renunciou suas atividades como padre, Seus prêmios literários incluem a medalha de ouro da instituição Nautilus pela publicação de *The Tao of Liberation* (2009) nos EUA e o prêmio Sérgio Buarque de Holanda pela publicação de *Ecologia: grito da Terra, grito do pobre* (1995). Recebeu ainda os múltiplos títulos de doutor *honoris causa* em política pela Universidade de Turin em 1991, em teologia pela Universidade de Lund (Suécia) em 1992, em teologia, ecumenismo, direitos humanos, ecologia e entendimento entre os povos pelas Faculdades EST de São Leopoldo em 2008 e pela Cátedra del Água da Universidade de Rosário na Argentina em 2010.

Reinaldo Azevedo é jornalista político, atualmente colunista da Folha de São Paulo e comentarista político na *Rede TV!*. É formado em jornalismo pela Universidade Metodista de São Paulo. Foi editor-chefe das revistas *Bravo!* e *Primeira Leitura*, redator-chefe do *Diário do Grande ABC* e articulista da *Revista Veja*. Foi um dos críticos mais ferrenhos de Lula e de Dilma Rousseff durante o governo federal do PT. Entre suas principais obras estão *O País dos Petralhas* (Editora Record, 2008) e *O País dos Petralhas II – O inimigo agora é o mesmo* (Editora Record, 2012).

Como enfatizamos anteriormente, procuramos ilustrar esta pesquisa com *tweets* de lados opostos do espectro polarizante; neste caso, o contexto político nacional. Com o espectro polarizante desenhado, podemos entender como se posicionam discursivamente os enunciadores a partir de suas respostas aos autores de cada *tweet*, entendendo, em primeiro lugar, a posição atribuída a estes pelos enunciadores.

Leonardo Boff: teólogo, filósofo, ecologista e professor da Universidade Estadual do Rio de Janeiro. Leonardo Boff é posicionado à esquerda, polo A do espectro polarizante.

Reinaldo Azevedo: jornalista, colunista da Folha de São Paulo e comentarista político da *Rede TV!*. Reinaldo Azevedo é posicionado à direita, polo B do espectro polarizante.

O *tweet* de Leonardo Boff é “Dona Marisa ao ódio respondeu doando seus órgãos”, com um link para um artigo opinativo em seu blog, O *tweet* de Reinaldo Azevedo é “Velório de Marisa Leticia virou comício, e seu corpo, palanque [...]” com um link para um artigo opinativo em seu antigo blog na página da revista *Veja*. Ambos são do dia 5 de fevereiro de 2017. Nossa análise,

³¹ Pena eclesiástica aplicada pela Santa Sé. O eclesiástico fica, pelo período de tempo determinado, afastado da pregação e da publicação de textos.

contudo, recairá não sobre os *tweets* de Boff e de Azevedo, mas sobre as respostas que usuários do Twitter deram a eles. Especificamente as respostas do usuário Renato Barbosa ao *tweet* de Boff e do usuário Ailton Lopes ao *tweet* de Azevedo. São essas respostas responsáveis por posicionar os autores dos *tweets* em lados opostos e compor uma cenografia na qual seus discursos são ilegítimos e impertinentes. Veremos mais profundamente na análise.

6.2 ANÁLISE DO *CORPUS*

Passemos agora à análise do *corpus* com base nos dispositivos teóricos apresentados. Primeiramente, vamos analisar, a resposta de Renato Barbosa ao *tweet* de Leonardo Boff; na sequência, analisamos a resposta de Ailton Lopes ao *tweet* de Reinaldo Azevedo.

6.2.1 Resposta ao *tweet* de Leonardo Boff

Trazemos na Figura 20, o *tweet* de Leonardo Boff e as respostas que o acompanham, incluindo a resposta que tomaremos para análise.

Figura 20 – *Tweet* de Leonardo Boff



Fonte: *Twitter* (2017)

Conforme descrição anterior, esse é o *tweet* de Leonardo Boff, que utiliza em seu perfil na rede o seu nome social e uma foto de si mesmo, além de outras informações como uma breve biografia e uma localização física: Petrópolis, no Rio de Janeiro, cidade em que Boff reside de

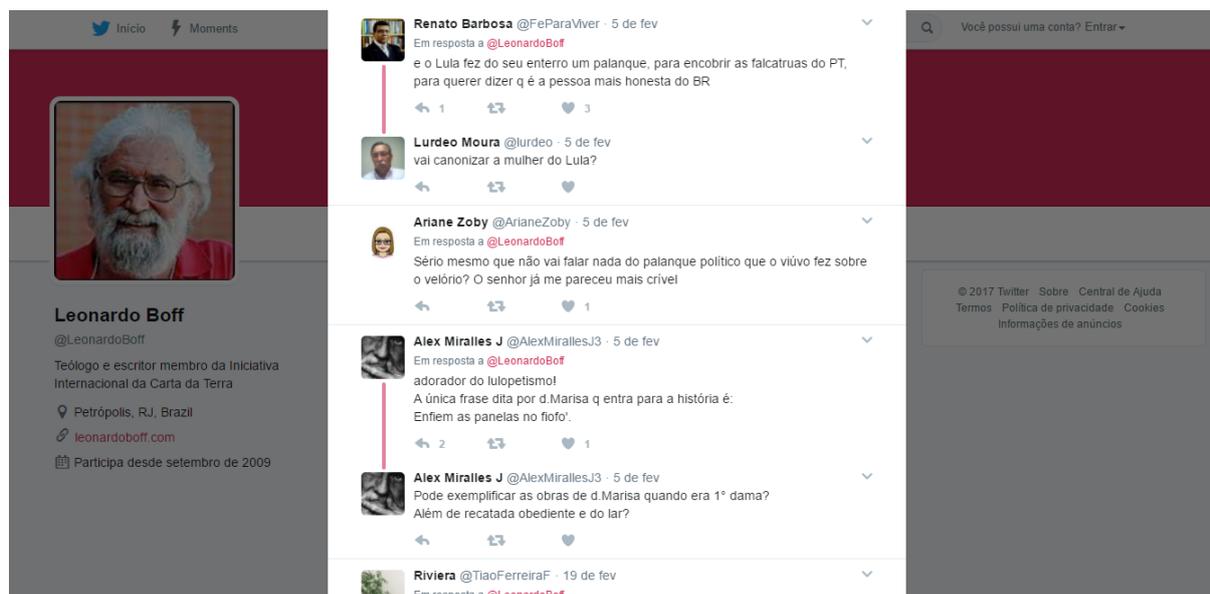
acordo com as informações que ele mesmo cedeu ao site. No caso, podemos ver ilustrada a ubiquidade do sujeito OP (*original poster*) Boff como um bom exemplo para podermos visualizar o conceito: supondo que tenha tuitado de sua residência em Petrópolis, podemos situar o sujeito físico Boff na cidade da serra fluminense, e o sujeito virtual, projetado por ele às 7h45min de uma manhã de domingo, no *tweet* em questão (lembrar da metáfora visual que utilizamos em *8½*, de Fellini: o homem suspenso na nuvem, espaço virtual, mas atado ao seu correlativo físico). A articulação entre ambos forma o sujeito ubíquo, ocupante de múltiplos lugares sociais ao mesmo tempo. Ainda assim, a noção de que sua posição física não pode ser mais do que uma hipótese é precisamente uma consequência da hipermobilidade de que nos fala Santaella (2013a, p. 4).

As mesmas mídias que nos fornecem o acesso são também mídias de comunicação. Redes sem fio e, conseqüentemente, móveis são a tônica tecnológica do momento. Isso disponibiliza um tipo de comunicação ubíqua, pervasiva e, ao mesmo tempo, corporificada e multiplamente situada que está começando a se insinuar nos objetos cotidianos com tecnologia embarcada, a tão falada internet das coisas.

O fato de vivermos um tempo em que a internet das coisas é uma realidade para quem possui acesso à rede nos impede de determinar a posição física exata do sujeito — e inclusive faz minorar a relevância dessa delimitação. A conexão Wi-Fi pode ser embarcada nos mais variados objetos, como vimos no capítulo 3, e o acesso pode ser obtido nos mais variados lugares — desde praças públicas a locais que são semoventes por natureza, como ônibus, aviões e metrô. Mesmo que o local exato do enunciador não possa ser determinado, isso não significa que ele não exista: o ser social projetado está sempre amarrado ao ser físico; o registro na conta do *Twitter* e as postagens daquele perfil sempre partem de uma pessoa física e o ato é sempre ético e responsável (BAKHTIN, 2012), mas também é ubíquo porque é encenado por uma dinâmica entre ambas as posições sociais: física e virtual, ocupadas simultaneamente pelo enunciador EUu Leonardo Boff.

O *tweet* é simplesmente o título do seu texto, um *tweet* de divulgação de um artigo que acaba funcionando também como um texto opinativo independente. As respostas subsequentes são reações à sentença “Dona Marisa Leticia ao ódio respondeu doando seus órgãos”, não ao conteúdo do texto presente no blog do escritor. Este, aliás, é um exercício de hipertextualidade que o leitor das redes sociais vem deixando de fazer; poderíamos pedir auxílio a Chartier (2014), além de Santaella (2013a), para entender por que o leitor cada vez mais raramente ainda clica em links que o levem a um outro lugar e os tirem momentaneamente da rede social que ocupam — isso, contudo, é tema para uma pesquisa ulterior. Podemos considerar ainda que o *tweet* recebeu 152 *retweets*, 342 curtidas e 10 respostas. Um *tweet* de relativo bom alcance. Na sequência (Figura 21), podemos ver as respostas de outros usuários.

Figura 21 – Respostas ao *tweet* de Leonardo Boff



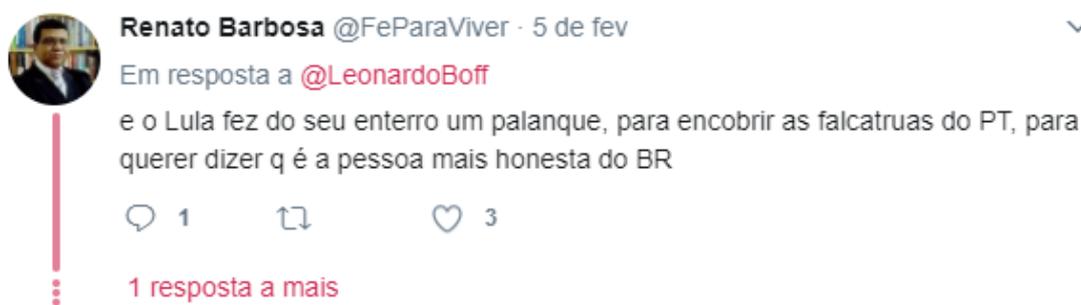
Fonte: *Twitter* (2017)

Há cinco respostas legíveis na Figura 21; vamos focar, entretanto, na resposta de Renato Barbosa. Em primeiro lugar, definamos aqui os papéis linguageiros dos sujeitos presentes no ato de linguagem:

- OP (*original poster*) / destinatário aparente: Leonardo Boff;
- Enunciador (EUu): Renato Barbosa;
- Destinatário (TUu-*instituição destinatária*): público/seguidores de Renato Barbosa.

O ponto do qual partimos é a resposta de Renato Barbosa; em nosso cenário, portanto, ele é o enunciador EUu. Como já colocado, EUu é uma articulação entre EUC físico + EUC virtual. Pode ser ilustrado da mesma forma como fizemos com Leonardo Boff, sendo que Barbosa utiliza também seu nome social e foto real em seu perfil. O sujeito no *Twitter* é uma projeção do sujeito físico; ambos enunciam em uma dinâmica entre sujeitos psicossociais presentes em mais de um lugar social ao mesmo tempo, configurando o sujeito ubíquo. A posição do sujeito nessa rede social não está desconectada da psicologia e constituição do sujeito; sua posição é única e singular dentro desse espaço social, ainda que conjugada junto à posição social e física do sujeito no espaço externo ao virtual; seu ato, portanto, é um ato ético responsável (BAKHTIN, 2012).

Podemos ver especificamente o *tweet* de Renato Barbosa de forma ampliada na Figura 22:

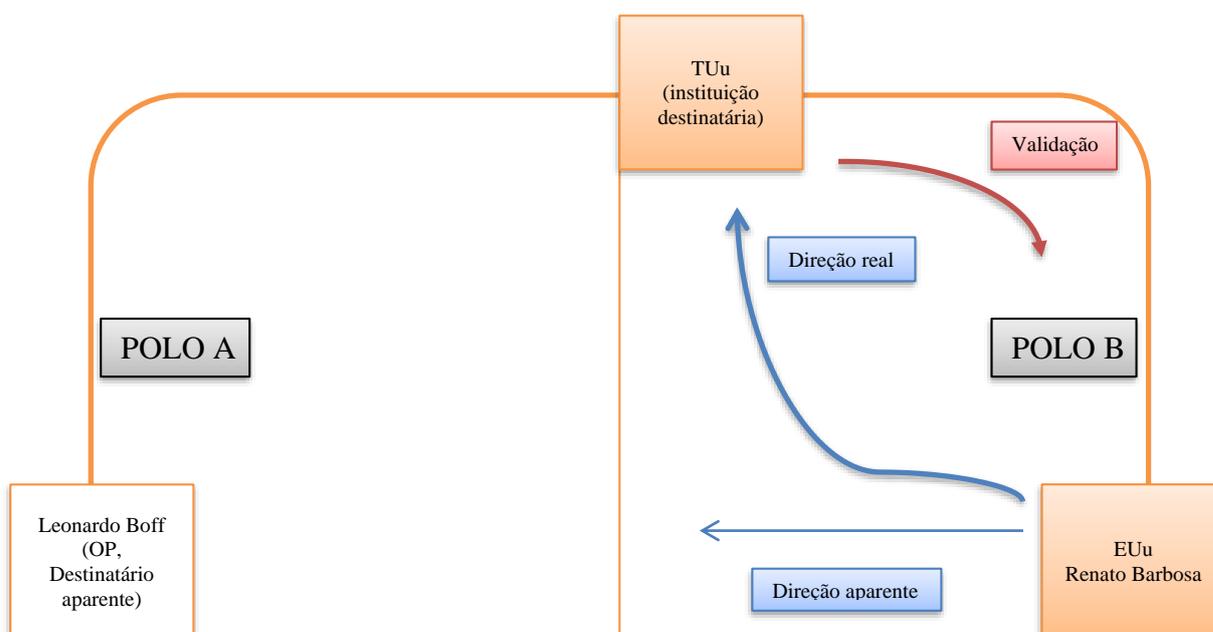
Figura 22 – *Tweet* de Renato Barbosa

Fonte: *Twitter* (2017)

A transcrição do *tweet* de resposta de Renato Barbosa é a seguinte: “e o Lula fez do seu enterro um palanque, para encobrir as falcatruas do PT, para querer dizer q é a pessoa mais honesta do BR”. A resposta, evidentemente, vai de encontro à perspectiva adotada por Boff e está carregada de valor estético (“*falcatruas* do PT”); o enunciador EUu o posiciona, portanto, do lado oposto ao seu no espectro polarizante.

Como podemos observar, o *tweet* de Renato Barbosa possui três (3) curtidas. Essas três pessoas que aprovaram o seu *tweet*, além das que leram, concordaram, mas não chegaram a utilizar o botão “curtir” ou “retweetar” (o que constitui a maioria nas redes sociais: o leitor registra, forma um juízo de valor e segue em frente, *scrolling down*), constituem o destinatário verdadeiro de Renato Barbosa, em um esquema (Figura 23) que podemos montar da seguinte forma:

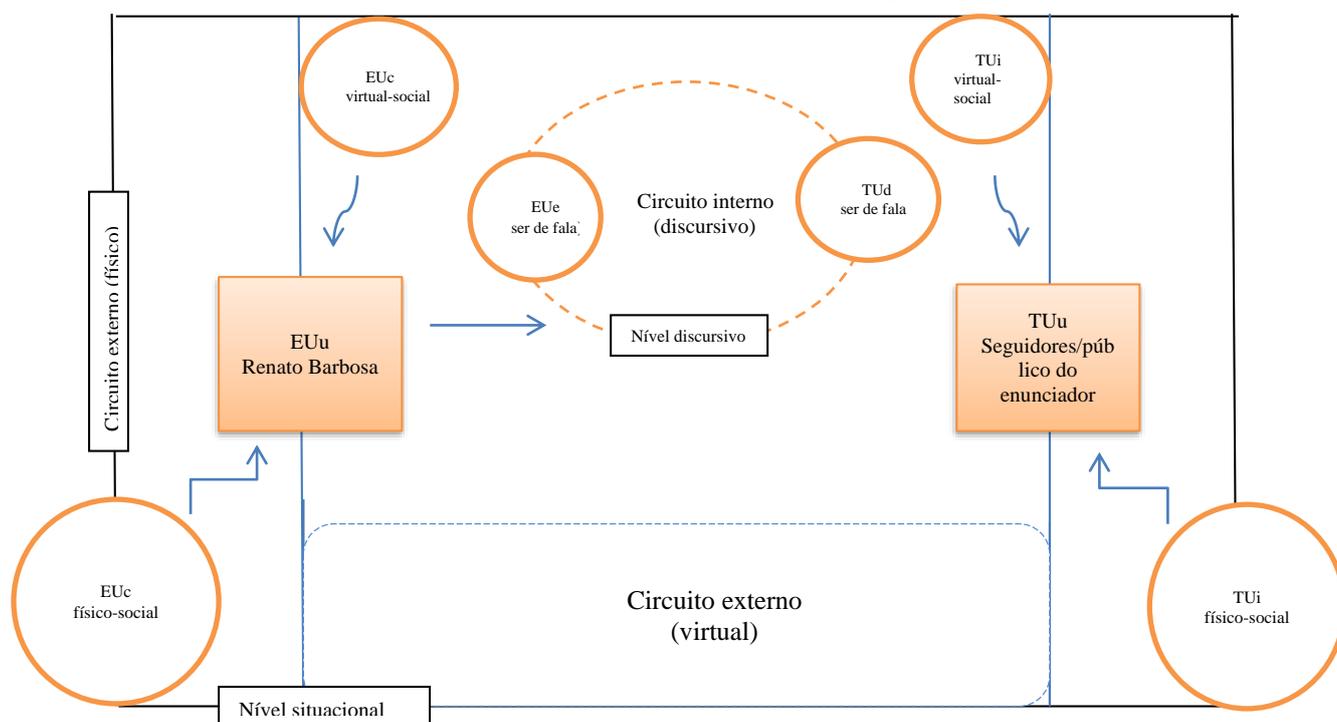
Figura 23 – O verdadeiro destinatário do EUu Renato Barbosa no espectro polarizante



Fonte: elaborado pelo autor

EUu Renato Barbosa se coloca à direita, Polo B, e posiciona o antagonista de sua encenação, o OP Leonardo Boff, à esquerda, no Polo A. Vamos passar diretamente ao quadro do ato de linguagem conforme elaborado na ubiquidade (SANTAELLA, 2013a), Figura 24. Na sequência vamos explicar e analisar as duas figuras.

Figura 24 – O ato de linguagem ubíquo nº 1



Fonte: elaborada pelo autor

É correto afirmar que o primeiro (Figura 23) quadro contém o segundo (Figura 24). O que podemos reparar de início é que o destinatário aparente, Leonardo Boff (OP), não faz parte do quadro do ato de linguagem encenado por Renato Barbosa (EUu). Isso ocorre porque o enunciador não o contempla em seu projeto de fala: a direção do seu ato de linguagem é outra, representada pela seta azul mais espessa, direção verdadeira do seu discurso, em detrimento da direção aparente, representada na seta azul mais fina. Recordemos o que os dois lados do espectro representam: o polo A, a “esquerda”; o polo B, a “direita”. Ao enunciador só interessa o seu lado do espectro polarizante. Conforme já discorremos anteriormente, não há entre EUu e OP, destinatário aparente, saberes partilhados suficientes, tampouco um imaginário sóciodiscursivo comum. Maingueneau (2005) diria que os sujeitos não compartilham a mesma cena validada. Por seu turno, Charaudeau (2012) trata muitas vezes, em sua Teoria Semiolinguística, da questão da legitimidade para falar, um estatuto que não pode ser autoconferido, mas precisa ser reconhecido pela figura do outro.

Às vezes, há normas mais ou menos institucionalizadas que auxiliam nessa interrogação angustiante e parecem evitar que o sujeito falante se coloque essa questão. Assim, um conferencista, apresentado como tal, durante um congresso, com seus títulos e funções, pode achar-se autorizado a falar. Igualmente, o animador de um debate, quando é reconhecido pelos outros parceiros, está autorizado a questionar; e um professor na sua sala de aula, desde que lhe seja reconhecido esse estatuto, é, ele também, autorizado a exercer certos papéis linguageiros (CHARAUDEAU, 2012, p. 1).

O enunciador oferece resposta (*reply*) ao autor do *tweet*, mas não reconhece sua legitimidade para a troca já que não busca com ele “princípios, pertinência, influência e regulação comuns” (CHARAUDEAU, 2012, p. 1). O contrato é firmado não com o autor do *tweet*, destinatário aparente do enunciador, mas com a instituição destinatária formada por seu público e seguidores, que dividem com ele o mesmo imaginário sociodiscursivo, o mesmo lado do espectro polarizante. A direção verdadeira do ato de linguagem do enunciador Renato Barbosa (EUu) se faz evidente pelo tom emotivo-valorativo (BAKHTIN, 1997) que ele aplica em seu *tweet*. Lembrando Bakhtin (1997), o estilo não trabalha com palavras, mas com componentes e valores do mundo e da vida. Ao usar “falcatruas do PT”, Renato Barbosa seleciona, por uma perspectiva dialógica, um termo corrente nas trocas discursivas prévias entre os dois lados do espectro polarizante. “O enunciado é sulcado pela ressonância longínqua e quase inaudível da alternância dos sujeitos falantes e pelos matizes dialógicos” (BAKHTIN, 1997, p. 318). Ainda de acordo com Bakhtin (1997), a oração e a palavra, enquanto unidades da língua, são desprovidas de um elemento fundamental à relação emotivo-valorativa do locutor: a entonação expressiva. Se uma única palavra é proferida com entonação expressiva, ela já não é uma palavra, mas um enunciado completo. “A relação valorativa com o objeto do discurso (seja qual for esse objeto) também determina a escolha dos recursos lexicais, gramaticais e composicionais do enunciado” (BAKHTIN, 1997, p. 308).

O enunciador faz uma escolha lexical (“falcatruas”) complementada por “do PT” que separa de imediato destinatários em dois grupos: os que aceitam o tom emotivo-valorativo carregado em seu discurso e os que o rejeitam. Não pode haver meio termo porque “Falcatruas do PT” é em si mesmo um enunciado polarizante; com ele não se inicia um debate porque se trata de uma sentença determinante de valor (tais atos daquele grupo *são* “falcatruas”); um diálogo com alguém posicionado no outro polo esbarra na própria revisão que este destinatário faria do enunciado (tais atos *não são* “falcatruas”). O ato de linguagem só encontraria recepção e simetria por parte de quem divide previamente o mesmo universo de pensamento do enunciador, para quem tais atos *são*, de fato, falcatruas. Por isso o ato de linguagem do enunciador, por uma valoração estética que só encontra correspondência no polo B do espectro (direita), não pode ser direcionado ao polo A (esquerda), onde esbarra em um julgamento de valor conflitante que trava uma possibilidade de simetria do ato. O enunciador não deseja ter suas convicções e saberes desafiados, tampouco deseja

desafiar as convicções e saberes do autor do *tweet*, fazendo com que este habite seu universo de pensamento. A seleção lexical feita é um indício de que o enunciador se fecha em sua consciência identitária ao invés de colocá-la no campo aberto da troca linguageira, pois o diálogo com alguém de convicções contrárias às nossas é sempre um desafio à nossa identidade.

Ao invés disso, o caminho tomado é oposto ao da troca linguageira legítima: o enunciador (EUu) antagoniza o autor do *tweet* (OP), levando-o, neste caso, ao estatuto de “personagem de valor” ou figura de referência do lado oposto: embrenhado no discurso de Barbosa ao seu público e seguidores (TUu) está a seguinte mensagem: Leonardo Boff pertence à mesma gama de figuras que o “nosso” polo do espectro despreza: Dilma e Lula. Tudo que vem da direção oposta do espectro, ou seja, tudo que venha “da esquerda” é ruim e não constitui discurso legítimo para o qual vale a pena oferecer resposta. Representantes do outro polo no espectro não têm sua legitimidade para fala reconhecida e ficam de fora da troca linguageira, servindo meramente como referências antagônicas na encenação discursiva do enunciador, que contempla outro destinatário em seu projeto de fala. Como aponta Charaudeau (2009, p. 312), “o risco está no fato de que, ao rejeitar o outro, o eu não disponha mais da diferença a partir da qual se definir; ou, ao torná-lo semelhante, perca um pouco de sua consciência identitária, visto que esta só se concebe na diferenciação”. O jogo de regulação da consciência identitária do sujeito visa à preservação e fortalecimento de sua identidade, o que ocorre por um duplo movimento: [1] quanto mais *diferente* do antagonista (OP Leonardo Boff) e dos personagens de valor que ele representa; [2] quanto mais *semelhante* a TUu e seus respectivos personagens de valor.

Em seu ato de linguagem, o EUu Renato Barbosa projeta os seres de discurso EUe e TUd, este representado na figura não de Leonardo Boff, como já abordamos, mas do seu público imaginado — de pessoas do seu lado do espectro polarizante. O projeto de fala de EUu é claro: buscar validação junto ao seu grupo; para isso, EUu deve impor ao seu destinatário um determinado comportamento através da estratégia discursiva de captação (CHARAUDEAU, 2010a). Como nos lembram Barbisan et al. (2010, p. 128, grifo do autor), “a *captação* consiste em seduzir ou persuadir o interlocutor, provocando nele certo estado emocional”. Desse modo, a finalidade contratual de EUu busca “estabelecer uma *relação de influência* entre locutor e interlocutor num comportamento ALOCUTIVO” (CHARAUDEAU, 2010a, p. 82, grifo do autor). Pauliukonis (2004b, p. 266, grifo do autor) comenta que esta organização ocorre por um duplo processo.

No primeiro – processo de transformação – temos a passagem de um mundo *a significar* para um mundo *significado*, o que se faz por meio das seguintes categorias linguísticas: *designação, determinação, atribuição, processualização, modalização e relação*. No segundo — processo de transação —, o mundo significado torna-se objeto de troca

linguagem, entre os participantes do ato interativo, por meio de estratégias de construção textual, constituída por sequências ou modos de organização do discurso.

O EUu impõe ao TUu-*instituição destinatária* a visada discursiva de “fazer-concordar”, validando o seu discurso através de ferramentas como o “curtir”, o “retweetar” ou por meio de uma resposta de apoio. Segundo Charaudeau (2010a, p. 82), “o sujeito falante enuncia sua posição em relação ao interlocutor no momento em que, com o seu dizer, o implica e lhe impõe um comportamento. Assim, o locutor age sobre o interlocutor”. Não podemos avaliar a reação de quem apenas concordou em silêncio, mas no caso das três pessoas que reagiram utilizando o botão “curtir”, é possível concluir que o ato de linguagem de EUu cumpriu sua finalidade contratual e impôs a esses sujeitos, constituintes de TUu-*instituição destinatária*, um comportamento específico, utilizando uma das ferramentas disponibilizadas pelo *Twitter* para expressar conformidade ou dar sua “uma contrapartida de convivência” (CHARAUDEAU, 2010a, p. 56).

6.2.2 Resposta ao *tweet* de Reinaldo Azevedo

Na Figura 25, apresentamos o *tweet* do jornalista Reinaldo Azevedo e suas respostas.

Figura 25 – *Tweet* de Reinaldo Azevedo

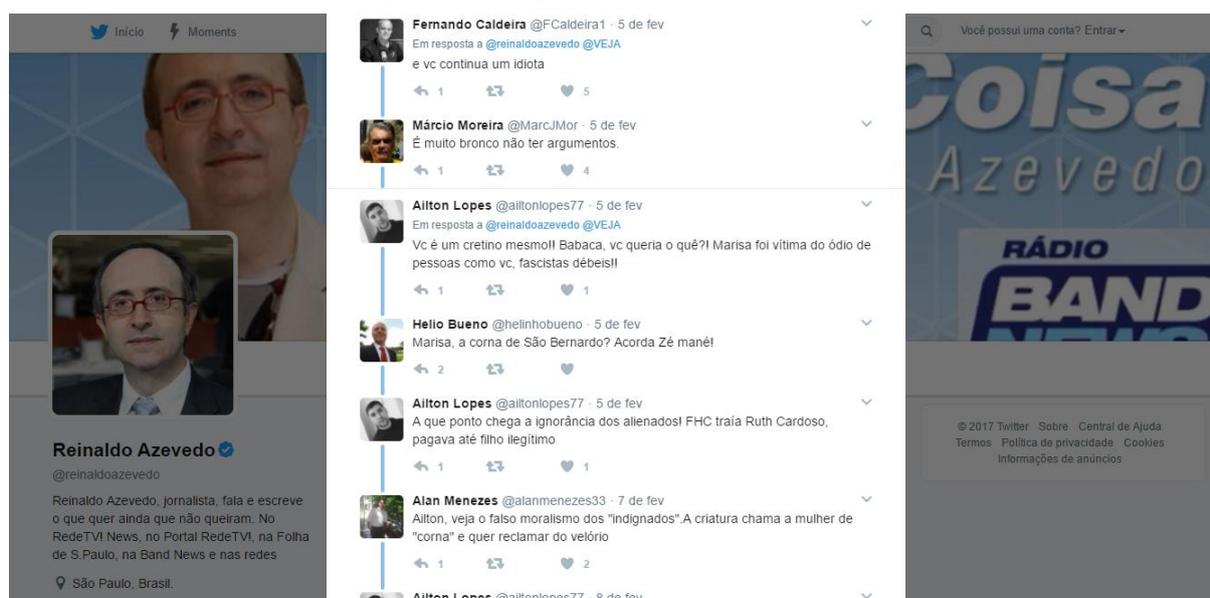
Fonte: *Twitter* (2017)

Assim como no *tweet* analisado anteriormente, Reinaldo Azevedo utiliza nome social e foto real em seu perfil. Sua localização hipotética é São Paulo capital e o *tweet* foi publicado à 1h:55min da manhã de domingo, 5 de fevereiro de 2017; Lembrando Santaella (2013a), em função das

características da hipermobilidade, é impossível determinar ao certo a posição física do sujeito no momento da publicação. Vivemos a era dos dispositivos de comunicação móveis (SANTAELLA, 2013b), independentes de um ponto fixo para serem conectados, como o antigo PC e sua conexão por internet discada. Por isso o ato é sempre ético, ainda que sua posição seja incerta, pois esta incerteza é típica da ubiquidade. Conforme já vimos em Bakhtin (2012), o sujeito não dispõe de álibi em sua existência, pois tudo que ele faz de determinada posição configura um ato ético, singular, irrepetível, já que esta posição é também singular e insubstituível. A própria vida é em si mesma um ato ético, já que apenas o indivíduo pode ocupar o lugar único que ocupa, não importa qual seja o espaço social ocupado: no interior daquele espaço, sua posição é única e impenetrável por parte de outro. “É apenas o não-álibi no existir que transforma a possibilidade vazia em ato responsável real” (BAKHTIN, 2012, p. 99). Já que o sujeito não dispõe de álibi para viver, recai também sobre ele toda a responsabilidade ou “responsabilidade” (SOBRAL, 2008) sobre ações realizadas a partir de sua posição ímpar no mundo, o que cabe tanto ao *tweet* de Reinaldo Azevedo quanto ao *tweet* de resposta.

O *tweet* de Reinaldo Azevedo é o seguinte. “Velório de Marisa Leticia virou comício, e seu corpo, palanque [...]”; do mesmo modo, o *tweet* é título do artigo de Reinaldo Azevedo, mas também funciona como texto independente que provoca as reações vistas nos comentários. O *tweet* tem 402 *retweets*, 817 curtidas e obteve 151 respostas; um *tweet* de grande alcance, portanto — ao menos para os padrões de uma coluna opinativa. As respostas na Figura 26.

Figura 26 – Respostas ao *tweet* de Reinaldo Azevedo



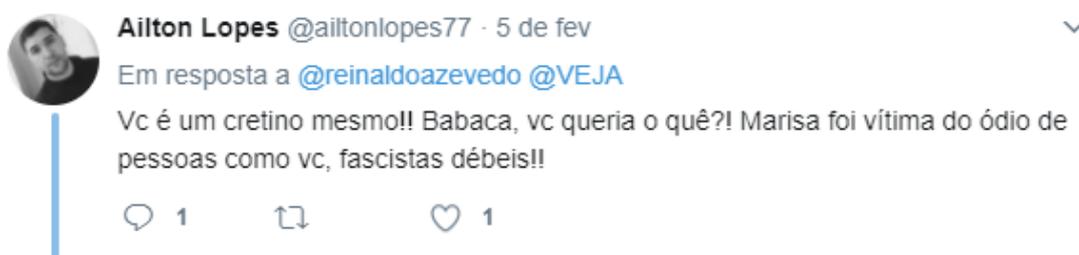
Fonte: *Twitter* (2017)

Os papéis no ato são os seguintes:

- OP (*original poster*) / destinatário aparente: Reinaldo Azevedo;
- Enunciador (EUu): Ailton Lopes;
- Destinatário (TUu-*instituição destinatária*): público/seguidores de Ailton Lopes.

Poderíamos ter selecionado como base o *tweet* de Fernando Caldeira, “e vc continua um idiota”, com cinco curtidas; ainda assim, preferimos o de Ailton Lopes, com apenas uma curtida, por não se tratar de apenas um insulto direto. Ailton Lopes oferece algumas respostas ao *tweet* de Azevedo; vamos nos concentrar, contudo, em apenas uma: “Vc é um cretino mesmo!! Babaca, vc queria o quê?! Marisa foi vítima do ódio de pessoas como vc, fascistas débeis!!”. O *tweet* pode ser visto ampliado na Figura 27:

Figura 27 – O *tweet* de Ailton Lopes



Fonte: *Twitter* (2017)

Aqui a questão de o enunciador EUu não ter um projeto de fala verdadeiro endereçado a OP é ainda mais clara do que no caso anterior. O *tweet* possui no mínimo três insultos diferentes em que o tom emotivo-valorativo (BAKHTIN, 1997) do enunciador fica cristalino, sendo que um deles é a palavra “fascistas”, sobre a qual devemos nos debruçar por um momento para entender por que, nesse contexto, consideramos que a palavra é um insulto (mesmo isolada do complemento “débeis”). George Orwell (2017) joga luz sobre o tema desde o longínquo ano de 1944, quando publicou o ensaio “O que é Fascismo?”.

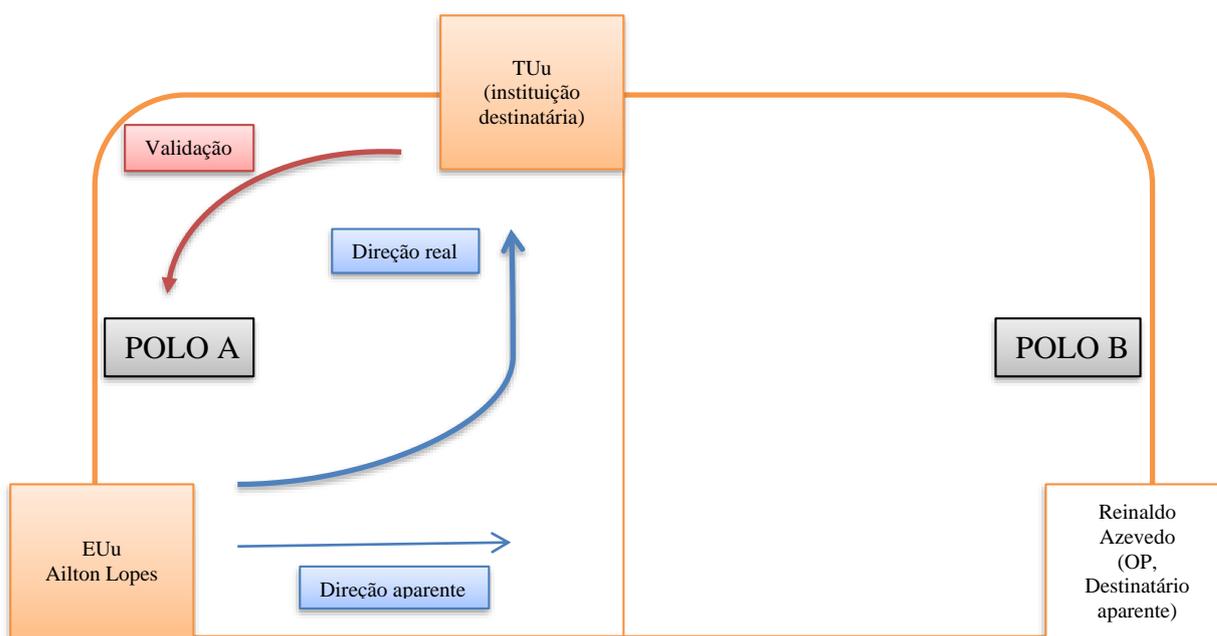
Vai-se constatar que, do modo como é usada, a palavra ‘fascismo’ é quase desprovida de todo o significado. Numa conversa, é claro, é usada até mesmo mais desarrazoadamente do que quando impressa. Ouvi o termo ser aplicado a agricultores, a lojistas, ao Crédito Social, ao castigo corporal, à caça à raposa, às touradas, ao Comitê de 1922, ao Comitê de 1941, a Kipling, Gandhi, Chiang Kai-Shek, à homossexualidade, aos programas de rádio de Priestley, aos Albergues da Juventude, à astrologia, às mulheres, aos cães e a não sei o que mais. [...] Mas o fascismo também é um sistema político e econômico. Por que, então, não podemos ter dele uma definição clara e aceita por todos? [...] Tudo o que se pode fazer no momento é usar a palavra com certa medida de circunspeção e não, como usualmente se faz, degradá-la ao nível de um palavrão. (ORWELL, 2017)

É importante ter presente que o termo sofre com uma degradação histórica e é usado mais frequentemente como um palavrão, não como noção que objetive definir um sistema político. Com a palavra “fascista”, hoje e mesmo naquela época, quer-se definir pessoa intransigente e totalitária, além de não ignorar o valor que a história cola ao termo, usado em um debate político considerando

a cena validada (MAINGUENEAU, 2005) de que governos totalitários e ditatoriais atropelaram direitos humanos e fracassaram ao longo do século XX. O uso da palavra faz sentido porque ela é aplicada com frequência em debates políticos para antagonizar o lado oposto. “Fascista” esteve presente em outros discursos como palavrão, confirmando o que Orwell (2017) receava e ilustrando o dialogismo de que trata Bakhtin (1997, p. 314) quando afirma que “nossas palavras estão repletas das palavras dos outros. As palavras dos outros introduzem sua própria expressividade, seu tom valorativo, que assimilamos, reestruturamos, modificamos”.

Como destacamos anteriormente, com este tipo de tom emotivo-valorativo (BAKHTIN, 2012), o enunciador não procura simetria do ato de linguagem, nem propõe ao OP um projeto de fala firmado sobre um contrato que pressupõe estratégias e visadas discursivas (CHARAUDEAU, 2010a). O enunciador não busca estabelecer diálogo com Azevedo, não incumbe a ele papel efetivo que o autorizaria a participar da troca linguageira. O ato é deliberadamente assimétrico e a direção do ato de linguagem do EUu Ailton Lopes é claramente outra, posicionando Reinaldo Azevedo do lado oposto ao seu no espectro polarizante, conforme podemos ver na Figura 28:

Figura 28 – O verdadeiro destinatário do EUu Ailton Lopes no espectro polarizante

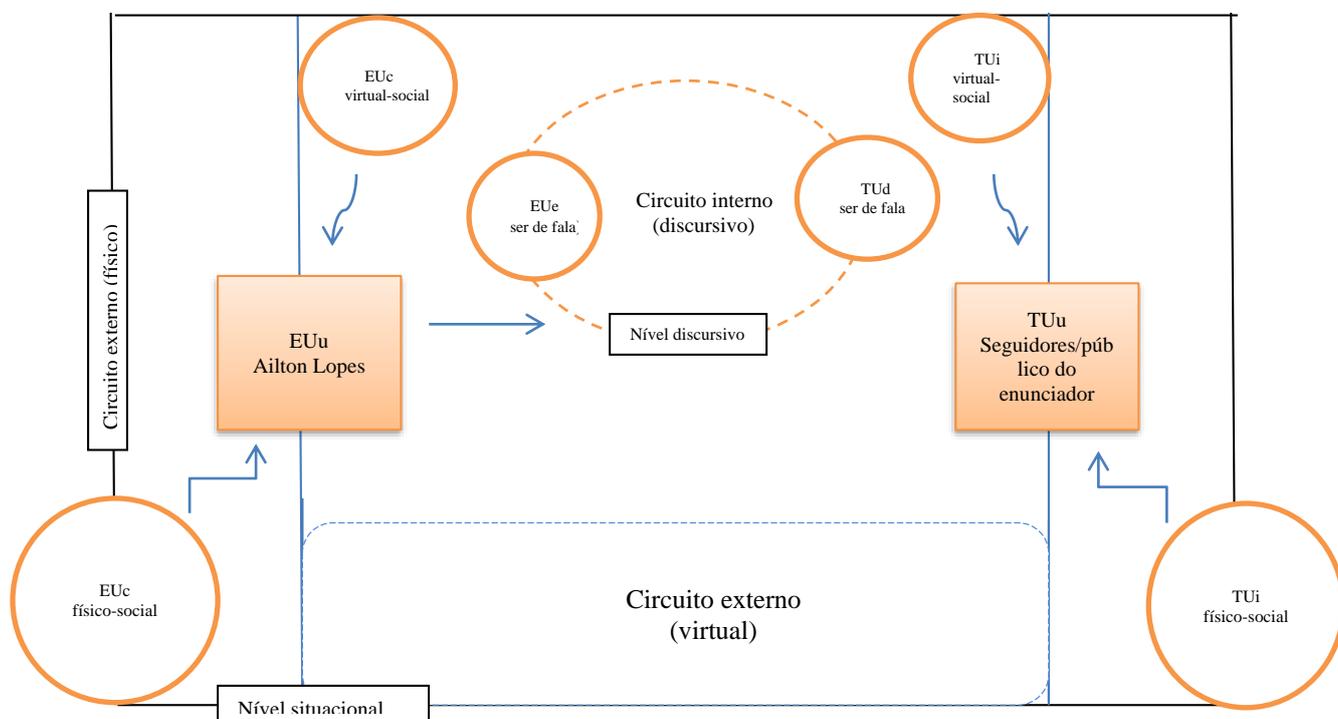


Fonte: (elaborado pelo autor)

Lembrando que definimos “polo A” como esquerda e “polo B” como direita. A encenação do ato de linguagem de EUu é realizada na direção de TUu-*instituição destinatária* formada por seguidores e público projetado (TUd) por EUu, enquanto OP Reinaldo Azevedo é antagonizado e

posicionado no polo oposto do espectro. O EUu busca validação ao seu discurso, concedida por TUu na forma de uma “curtida”. TUu pode ser composto tanto por seguidores de EUu quanto pelo público em geral, “transeuntes virtuais” que sequer o conhecem ou nunca tiveram uma interação com ele previamente. A maior parte das “curtidas” é distribuída simplesmente em função do *tweet* específico que é “curtido”, independentemente da pessoa que o escreveu, pois as relações no *Twitter* são formadas com base em um interesse pelo conteúdo que aquela pessoa a ser seguida produz na plataforma. “No Twitter, os laços sociais são dinâmicos e multidirecionais, ultrapassando as categorias primárias de seguidores e seguidos” (SANTAELLA, 2010, p. 96). Por essa razão, não podemos nos referir ao TUi-*instituição destinatária* ao qual se dirige o enunciador como composto apenas pelos seguidores deste. O público-alvo do enunciador é formado por todo e qualquer destinatário que entrar em contato com seu *tweet* desde que compartilhe do seu imaginário sociodiscursivo. Em nosso *corpus*, usuários que se posicionaram contra o autor do *tweet* original são todos público uns dos outros, ainda que previamente não sigam uns aos outros. A partir do momento em que o *tweet* de resposta do enunciador é lido por outros usuários, estes podem oferecer algum tipo de reação dentro dos limites das ferramentas oferecidas pelo *Twitter*, como seguir o enunciador, retweetar, curtir o *tweet* ou oferecer também uma resposta. O esquema do ato de linguagem (Figura 29) contido neste espectro polarizante pode ser desenhado da mesma forma como no caso anterior, variando apenas o sujeito enunciativo e sua instituição destinatária.

Figura 29 – O ato de linguagem ubíquo nº 2



Fonte: elaborada pelo autor

Devemos ter sempre em vista que, “na era dos fluxos, virtual e real são sentidos como se fossem uma só e a mesma coisa” (SANTAELLA, 2010, p. 94). Em função desta nova configuração, em que “virtual” e “real” (relembrando que, nesta pesquisa, assumimos como oposto ideal para “virtual” a noção de “físico”) são percebidos como indistintos e intercambiáveis, não é possível traçar fronteiras maciças entre o que seria um plano e o que seria outro, pois as regras que funcionam em um funcionam igualmente no outro. Trata-se de circuitos diferentes, pois um está localizado no plano físico e o outro no plano virtual, mas ambos estão localizados no nível situacional visto que compartilham a dimensão social: o ser social ubíquo (EUu) é o mesmo, ainda que o ser social e físico (EUc) e o ser social e virtual (EU virtual) possam ser distinguidos.

Desse modo, podemos traçar dois circuitos externos, duplicados na dimensão do social, e um circuito interno, discursivo. Semelhante ao que vimos no caso anterior, o OP Reinaldo Azevedo não aparece no ato de linguagem do enunciador EUu senão como uma metapresença, como um personagem de valor vilanizado, representante, desta vez, do polo B, da “direita”. Como dito por Bakhtin (2012, p. 142), “a vida conhece dois centros de valores, diferentes por princípio, mas correlatos entre si: o eu e o outro, e em torno destes centros se distribuem e se dispõem todos os momentos concretos do existir”. Aceitar o centro de valor alheio impõe um desafio à identidade do sujeito. Aceitamos este desafio todos os dias ao entrarmos em contato com o mundo exterior, aventurarmo-nos na sociedade e conhecer a ameaça imposta pelo olhar do outro, através do qual, paradoxalmente, também nos constituímos como sujeito. Como consta em Charaudeau (2016, p. 24), “[...] o olhar do outro se encarrega de nos enviar uma imagem de nós mesmos, um aspecto de nossa identidade que varia em função dos diferentes olhares que pousam sobre nós”. Para o EUu Ailton Lopes, ocupante do polo A do espectro, aceitar uma troca linguageira com o OP Azevedo, ocupante do polo B, é permitir que o olhar do outro imponha desafios à sua consciência identitária. Continua Charaudeau (2016, p. 24), “[...] queremos nos sentir em comunhão com os outros, mas, ao mesmo tempo, ao ver como funciona o grupo, temos medo de perder nossa singularidade”. Para não submeter sua consciência identitária à ameaça do diferente, de alguém que não compartilha de suas convicções, o enunciador não pretende oferecer uma resposta a OP que permita o início de uma troca linguageira; ao contrário, seu ato de linguagem segue na direção de destinatários ocupantes do seu lado no espectro polarizante, com visões de mundo similares dos quais ele busca validação para seu discurso e, por consequência, fortalecimento da sua identidade.

O contrato de comunicação proposto por EUu é firmado com TUu-*instituição destinatária*, e não OP. De acordo com Charaudeau (2012, p. 6, grifo do autor), que o “‘contrato de comunicação’ une os parceiros num tipo de aliança objetiva que lhes permite *coconstruir* sentido se

autolegitimando". EUu não constrói o sentido junto de OP, tampouco o legitima para troca nem deseja sua legitimação. Por isso o OP Reinaldo Azevedo não é destinatário verdadeiro de EUu; o destinatário com quem EUu firma o contrato, constrói sentido e negocia legitimação são os destinatários do seu lado do espectro. Este contrato possui uma finalidade: fazer TUu legitimar seu discurso. Como afirma Charaudeau (2010a, p. 82, grifo do autor), "quaisquer que sejam a identidade psicossocial e o comportamento efetivo do interlocutor, este é instado, pelo ato de linguagem do locutor, a ter uma determinada reação: responder e/ou reagir (*relação de influência*)". Esta relação de influência estabelecida entre EUu e TUu transcorre sob uma estratégia discursiva de captação, cujo objetivo é fazer o destinatário "*entrar no universo de pensamento que é o ato de comunicação* e assim partilhe a intencionalidade, os valores e as emoções dos quais esse ato é portador" (CHARAUDEAU; MAINGUENEAU, 2008b, p. 93, grifo nosso).

A captação, no caso de um destinatário que ocupa o mesmo polo do enunciador, tem como objetivo também reforçar a identidade do TUu, que, sentindo-se validado e tendo sua consciência identitária reforçada, tende a reagir revalidando o discurso de EUu em um processo de negociação em que a moeda de troca que circula entre os parceiros é o aval, a "contrapartida de convivência" (CHARAUDEAU, 2010a, p. 56) (representado, no caso, pelas ferramentas que o *Twitter* dispõe); ambos têm uma referencia antagônica comum (o polo B, povoado por figuras como o OP Reinaldo Azevedo) que ameaçaria suas identidades em caso de uma troca linguageira legítima. EUu, pelo contrário, estabelece a troca com um sujeito que tem a mesma referência antagônica que a sua para que ambos reforcem suas consciências identitárias.

A identidade de EUu se constitui a partir da identidade do outro. "Quanto mais forte é a consciência do outro, mais fortemente se constrói a sua própria consciência identitária" (CHARAUDEAU, 2009, p. 310). O reforço de sua própria consciência identitária ocorre por um duplo movimento: [1] quanto mais *diferente* do antagonista da encenação (OP Reinaldo Azevedo); [2] quanto mais *semelhante* a TUu, com quem EUu busca validação. Como TUu também percebe EUu como seu semelhante em relação a um ponto de referência antagônico comum (Reinaldo Azevedo), ele concede a EUu sua validação por se sentir legitimado em suas próprias convicções. A preocupação comum entre ambos é estar ocupando o lado "correto" do espectro polarizante. Desde que essa narrativa seja legitimada, ainda que em um círculo autofágico que se retroalimenta sem entrar em contato real com a visão do outro, sem se colocar à mercê de um *desafio* discursivo, EUu terá satisfeito sua finalidade contratual com TUu e ambos deixarão a arena discursiva com suas identidades reforçadas e ainda mais arraigados em suas próprias concepções.

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Expor a identidade no campo aberto do jogo discursivo é um desafio. Talvez não tão simples quanto gostaríamos, tampouco agradável, mas absolutamente necessário para a evolução do campo sobre o qual se discute e, por que não, para o crescimento pessoal dos indivíduos que se envolvem e se “aventuram” pelo universo de pensamento do *outro*. Estabelecer um ato de linguagem deliberadamente assimétrico com aquele que se considera estar do lado oposto ao seu em termos de crenças, convicções e visão de mundo para preservar sua própria identidade não é um fenômeno exclusivo da comunicação ubíqua, mas a polarização acirrada em torno de todo e qualquer assunto promovida pelas redes sociais certamente catalisou esse tipo peculiar de encenação discursiva. O escopo dos participantes dessa troca costuma ser a validação da sua perspectiva de mundo em contato com pessoas que compartilham dos mesmos pontos de vista; perspectivas conflitantes são vilanizadas, deslegitimadas e utilizadas como acessório para reforço dessa identidade.

A questão da consciência identitária do indivíduo torna-se uma questão do grupo no qual ele se coloca, do grupo ao qual ele se opõe e, finalmente, de volta ao indivíduo. Os sujeitos parecem sempre cair na armadilha de um dispositivo binário de discussão, não importa qual seja o tema (se esquerda versus direita, liberais versus conservadores, militantes da causa A versus militantes da causa B), em que os participantes preferem assumir uma postura defensiva em relação às suas crenças e convicções porque essas representam também fragmentos de sua identidade, e caso seja apontada uma falha na posição política que assumem, a própria fundação de sua identidade se fragiliza. A ameaça às suas convicções se torna facilmente, portanto, uma ameaça pessoal. Nesse cenário os sujeitos não se abrem ao diálogo, pelo contrário, o medo pela ameaça à sua identidade os fazem fechar-se em si mesmos e demonizar o “lado” oposto, sendo que esta oposição não é dada pela natureza ou manifestada por concepção divina, pois ela é fabricada pelas narrativas que os sujeitos adotam e pelo modo como se organizam.

O tema da presente pesquisa se delimita pela encenação do ato de linguagem na rede social *Twitter*, em que a comunicação é ubíqua, atravessada pela hipermobilidade e negociada por sujeitos ubíquos, ocupantes de múltiplos espaços sociais ao mesmo tempo. Como tratamos, a *RSI Twitter* foi selecionada por considerarmos que o ritmo veloz de comunicação que ocorre na rede, bem como a indexação de tópicos por meio de *hashtags*, fizeram do *Twitter*, ao longo dos anos, um fórum de debate a respeito dos assuntos discutidos no momento capaz de emoldurar com precisão a temperatura da opinião pública.

Desse modo, é oportuno frisar que, ao refletir sobre essas questões, formulamos o seguinte problema de pesquisa: como ocorre a encenação do ato de linguagem à luz da comunicação ubíqua e do ato ético e o que motiva a encenação de discursos deliberadamente assimétricos reproduzidos no *Twitter*? Como foi ponderado anteriormente, consideramos que a aplicação das teorias de Bakhtin e Charaudeau à comunicação nas redes sociais, apesar de não terem sido elaboradas para essa realidade, é, além de possível, absolutamente pertinente. As noções de encenação do ato de linguagem e de ato ético, contudo, quando para analisar as particularidades das trocas linguageiras nas RSIs, demandam um apoio extra, providenciado pela concepção de comunicação ubíqua da pesquisadora paulista Lucia Santaella. Foi sobre essas três bases que pudemos elaborar a ideia de que a encenação do ato ubíquo ocorre pela articulação (EUu) entre dois seres sociais, um físico e um virtual, que ocupam concomitantes dois lugares sociais ao mesmo tempo.

Esse problema se desdobra ainda em quatro questões complementares: (a) de que modo os interlocutores ubíquos validam mutuamente suas noções de identidade e reafirmam suas posições sociais dentro do espectro polarizante? Para tratar dessa questão, consideramos que, como é comum a toda troca linguageira (em especial àquela que gira em torno de sujeitos que se opõem), há uma lógica praticamente inelutável de preservação da consciência identitária do sujeito que é seguida durante a troca. No caso da comunicação ubíqua situada no espectro polarizante, os sujeitos enunciam transfigurando seu destinatário aparente em antagonista de uma encenação destinada aos parceiros verdadeiros da troca, responsáveis por validar e reforçar suas posições prévias; (b) como localizar e delimitar o sujeito ubíquo no *Twitter*, presente simultaneamente em espaços múltiplos, de quem parte o ato de linguagem? Responder a essa questão envolveu pensar o sujeito, desde o princípio, como um duplo, e, portanto, como um desafio inerente à ideia de singularidade da posição do sujeito de que trata Bakhtin (2012) na filosofia do ato responsável. Entendemos, porém, que longe de se oporem, essas noções se complementam. Ainda é elementar definir a posição social do sujeito, principalmente quando ocupante de realidades sociais múltiplas. Como o plano virtual e o plano físico constituem planos sociais diferentes (embora interdependentes, já que o primeiro é projetado pelo segundo), consideramos que a singularidade da posição do sujeito no interior do plano social em que ele se encontra (seja físico, seja virtual) permanece intocada, assim como a perspectiva bakhtiniana para o ato ético; (c) quais são as identidades e posições sociais dos sujeitos envolvidos e implicadas discursivamente pelo ato de linguagem do enunciador? Essa questão tratou de identificar os sujeitos envolvidos nos atos que compõem o corpus, bem como os papéis que eles desempenham ou que lhes são atribuídos pelos enunciadores de cada ato; no caso dos enunciadores OP, Leonardo Boff e Reinaldo Azevedo, identificamos que lhes são negados os papéis de

destinatários e lhes são atribuídos os papéis de antagonistas; e (d) como ocorre o jogo de fortalecimento e enfraquecimento da identificação do enunciador com os diferentes destinatários envolvidos no ato linguageiro? Complementando o processo pelo qual respondemos à questão anterior, os antagonistas do ato são utilizados junto aos destinatários reais dos enunciadores para fortalecer as identidades e posições sociais destes. Quanto mais diferente do antagonista do ato o enunciador se coloca, e mais semelhante aos ocupantes do seu lado do espectro, mais forte será sua posição e sua identidade, pois são validadas pelo destinatário verdadeiro do enunciador. Atribuindo um mero papel ao seu destinatário aparente, o de um peão em sua encenação (que é destinada a outro parceiro), o enunciador deixa claro, conseqüentemente, que não firma com ele um contrato de comunicação, dotado de um projeto de fala, de visadas discursivas, de estratégias e de uma intenção de persuasão e influência.

Dessa forma, e à luz desse problema de pesquisa e questões complementares, elaboramos a hipótese de que o ato de linguagem no *Twitter* é encenado por uma articulação entre um ser social que é físico e virtual, projetado pelo primeiro; esta articulação forma o sujeito enunciador ubíquo (EUu), ocupante de múltiplos lugares sociais (físico e virtual) simultaneamente. O ato é ético e responsável porque o lugar social que o sujeito ocupa é único dentro do plano em que ele se encontra, seja físico, seja virtual.

Nosso objetivo geral, articulado com o problema de pesquisa, foi assim elaborado: analisar e discutir o funcionamento do ato de linguagem na era da hipermobilidade, lugar do sujeito ubíquo, de modo a representar os termos que compreende a situação de comunicação, local dos espaços sociais físico e virtual, circuito ubíquo onde se desenvolve o jogo de mútua legitimação entre EUu e TUu. Retomando o que abordamos antes, a semiolinguística e a filosofia do ato responsável são perspectivas que consideramos válido atualizar sob uma noção que trate dessa nova configuração de comunicação em que os sujeitos são fragmentados e os espaços fluidos, o que coube à ideia de comunicação e sujeitos ubíquos de Santaella (2013a), uma espécie de parte recuperada da planta, agora completa, para entendermos o funcionamento dessa máquina discursiva na hipermobilidade. Como ações que se desdobram desse objetivo maior, concebemos quatro objetivos específicos: (a) descrever a encenação do ato de linguagem no *Twitter* em um contexto de polarização em que os sujeitos EUu e TUu atuam para preservar e legitimar sua consciência identitária, negociando a “contrapartida de convivência” como moeda de troca para validar e revalidar seus discursos. Como demonstrado, o jogo discursivo que transcorre no espectro polarizante atribui papéis de destinatários aparentes e verdadeiros aos envolvidos no ato, sendo que os aparentes servem à encenação como pontos de apoio para fortalecer a identidade do enunciador junto ao destinatário

verdadeiro. Dessa forma, o enunciador negocia a contrapartida de convivência, com seu destinatário verdadeiro, relegando o destinatário aparente a uma função que, quando se trata de contribuir para a construção de sentido dentro do ato, é estéril; (b) demonstrar a articulação entre ser físico e social de onde é encenado o ato de linguagem como um ato ético responsável. Da interação que propomos entre os três pesquisadores (Bakhtin, Charaudeau e Santaella) nasce o que, esperamos, seja nossa contribuição específica para os estudos da encenação do ato de linguagem na hipermobilidade: o enunciador ubíquo (EUu). Conforme elaborado anteriormente, concluímos que o ato é encenado não simplesmente por um ser social que projeta um ser de discurso, mas por uma articulação entre dois seres sociais, um físico e um virtual, ocupantes de espaços múltiplos simultaneamente; (c) identificar os papéis languageiros dos sujeitos envolvidos na encenação discursiva: o enunciador ubíquo, o destinatário aparente, transformado em antagonista da *mise-en-scène* de EUu, e o seu destinatário verdadeiro. Como desenvolvido na análise, identificamos que o enunciador ubíquo é uma articulação que ocupa dois espaços sociais ao mesmo tempo, que o enunciador OP (Leonardo Boff, em um caso, e Reinaldo Azevedo no outro) a quem o enunciador ubíquo oferece sua resposta é apenas um destinatário aparente (com quem não há contrato de comunicação firmado) e que o destinatário, TUi, é uma instituição destinatária composta por todos que já ocupam, previamente à troca, o mesmo polo do espectro habitado por EUu; e (d) demonstrar o duplo movimento de acentuação de diferenças com o destinatário aparente e de acentuação de semelhanças com o destinatário verdadeiro. Na análise dos casos que formam o corpus, vimos que o enunciador não objetiva entrar em um entendimento com seu destinatário aparente, ou seja, a assimetria do seu ato é deliberada. Quanto maior essa assimetria e quanto mais distantes no espectro polarizante esses sujeitos se encontrarem, mais semelhantes e próximos no espectro estarão o enunciador e seu destinatário verdadeiro, com quem é buscada validação.

Tendo em vista essas questões, formulamos a seguinte tese: a comunicação na RSI *Twitter*, quando negociada em torno de uma matéria altamente polarizante, como a política, tende a firmar contratos exclusivamente entre sujeitos que dividem o mesmo polo da argumentação, visando a uma mútua legitimação e mantendo a construção de sentido presa no interior de um circuito autofágico que gira sobre seu eixo sem sair do lugar. Essa comunicação é ubíqua e seus participantes estão situados de modo ambivalente sobre um espaço social físico e um espaço social virtual. Tal condição, de existência dupla, vem dar origem ao enunciador ubíquo (EUu), que encena o ato de linguagem através de uma articulação entre duas presenças sociais simultâneas: sua projeção virtual e seu correlativo físico.

Conferimos, a partir da análise dos dois casos que compõem nosso *corpus*, que os sujeitos ubíquos EUu e TUu negociam entre si uma contrapartida de conivência com o propósito de reforçar suas consciências identitárias. Os enunciadores EUu de ambos os casos analisados, Renato Barbosa e Ailton Lopes, encenam um ato de linguagem que tem como visada discursiva o “fazer concordar”, em que buscam a aprovação de TUu para seus discursos na forma das ferramentas oferecidas pela RSI *Twitter* através do “curtir” ou do “*retweet*”. Seus destinatários reais são o público, formado por seus seguidores ou não, com que compartilham o mesmo lado no espectro polarizante. Os destinatários Leonardo Boff e Reinaldo Azevedo, a quem oferecem seus *tweets* de resposta, são apenas destinatários aparentes, objetificados em sua encenação discursiva como antagonistas do ato de linguagem, representantes do polo oposto do espectro. O propósito do projeto de fala dos enunciadores EUu não envolve persuasão ou influência para seus destinatários aparentes, apenas para TUu, público que habita o mesmo polo de EUu no espectro e divide com ele suas crenças e convicções. Estabelecer com este outro um contrato de comunicação significa expor sua consciência identitária ao desafio de entrar em contato com aquilo que lhe é diferente; ao invés disso, o sujeito encena com este outro, do lado oposto do espectro, um ato de comunicação deliberadamente assimétrico e busca validação do discurso junto ao seu grupo, no polo comum do espectro. O fortalecimento da identidade de ambos, EUu e TUu, é realizado em uma dupla operação: (1) quanto mais *semelhante* a TUu; (2) quanto mais *diferente* do antagonista da encenação (os antagonistas Leonardo Boff e Reinaldo Azevedo).

Verificamos, portanto, que ao lançar seu olhar sobre o outro, o indivíduo constrói sua consciência identitária e se constitui como sujeito, colocando-se em um polo do espectro e posicionando o outro, quando identificado como seu “diferente”, no polo oposto. Isso ocorre porque o ato de linguagem transcorre no que chamamos “espectro polarizante” (por exemplo, no caso do contexto político nacional, os polos são “esquerda” e “direita”), sobre o qual os sujeitos se organizam em grupos dos que compartilham de suas convicções e dos que não compartilham.

Demonstramos, por fim, que o ato de linguagem em um contexto de comunicação ubíqua deve ser representado de forma a levar em consideração múltiplos espaços sociais habitados concomitantemente pelos participantes da interação verbal. A encenação do ato e a projeção dos seres discursivos EUe e TUD são feitas não por um ser individual e ocupante de uma única posição física e bem delimitada no espaço. Essa encenação é realizada pela articulação entre um ser físico e social e um ser virtual e social que batizamos de EUu, enunciador ubíquo, ocupante de mais de um lugar social simultaneamente: o lugar físico e o lugar virtual. Do mesmo modo, seu destinatário é também um sujeito ubíquo, um TUu, ocupante ao mesmo tempo de um lugar físico e de um lugar

social. O ato encenado por este EUu é um ato ético responsável, já que, apesar de ele não ser singular no sentido de ser ímpar e ocupante de um espaço único e estritamente delimitado, ele é invariavelmente singular dentro do plano social em que se insere; assim, no caso de ocupar um lugar social no Twitter, seu lugar dentro dessa rede social é único, e o discurso enunciado a partir dali, irrepetível.

Nosso estudo possui algumas limitações e espaços para desenvolvimentos futuros. A comunicação ubíqua é uma noção recente, pois se aplica sobre uma revolução contínua das mídias e formas de comunicação que também é de ordem recente. Escolhemos como base para nosso *corpus* interações verbais ocorridas em uma RSI específica, o *Twitter*. Pesquisas ulteriores, contudo, podem se estender a outras RSIs, com regras e ferramentas específicas. O *Facebook*, por exemplo, oferece não apenas a opção “curtir”, mas um quadro de “reações” que o usuário pode oferecer. Outra situação com potencial, que, em nome do foco, não exploramos neste estudo, é a questão do *retweet* como uma ferramenta ora de endosso ao que foi dito, ora de destaque negativo.

Esperamos, com esta pesquisa, contribuir para a ampliação das aplicações possível da Teoria Semiolinguística do Discurso de Charaudeau, bem como as noções recentes trazidas por Lucia Santaella a respeito da comunicação ubíqua. A revolução nas comunicações experimentada nos últimos anos é um processo ainda em constante transformação e evolução. As interações ocorridas nas redes sociais, também para além do *Twitter*, constituem *corpus* muito rico para a articulação entre teóricos canônicos, como Bakhtin, e teóricos ativos na contemporaneidade, como Charaudeau e Santaella. A conjugação entre essas teorias pode nos ajudar a compreender o funcionamento da comunicação em mídias que, apesar de recentes, operam sob regras próprias e alteram ou intensificam o comportamento dos sujeitos.

Por fim, uma última nota sobre o medo e sobre o ódio. Sabemos que o processo de conservação identitária é próprio do ser humano, este “animal político” ou político animal sempre açoitado pela sua condição de homem: fraco, pequeno, faminto. Ainda assim, há algo de podre e de perverso nessa natureza inescapável quando se passa inadvertidamente por cima de um momento como a hora da morte, em que a dignidade humana já é posta à prova o suficiente pela verdade universal de que o corpo humano, afinal, decai e se extingue. O tratamento dado nas redes sociais a Dona Marisa Letícia expõe as mazelas do bicho assustado que é o homem. Vivemos uma era de ódio, polarização e intolerância alimentada e tornada pública pelas redes sociais. Das noções de comunicação mais básicas, parece faltar o reconhecimento ao outro como um ser humano capaz de ouvir, de entender e cujas motivações para pensar de uma outra forma que não a “minha” sejam legítimas. Caso encontre um *outro* assim na sociedade, seja esta sociedade física ou transplantada

para o plano virtual, os instintos de proteção do sujeito à sua identidade reagem com violência e ele passa a não ver o outro como alguém que entenda sua língua, mas como um símbolo andante de tudo que há de errado com o mundo simplesmente porque as crenças dele entram em conflito com as suas e desafiam a concepção de zona de conforto que o sujeito inventou para si e que procura dia após dia revalidar. Vemos o ódio e o medo como motivações naturais para toda e qualquer demonstração de falta de humanidade, talvez porque tal discurso exerce certo efeito paliativo sobre o choque. Apesar disso, nada denuncia de modo mais frontal a ligação telúrica do homem ao pó do que estes dois grilhões, perpétuos e invulneráveis, que nascem da alteridade: temer e odiar a diferença.

REFERÊNCIAS

BAKHTIN, Mikhail. *Estética da criação verbal*. 2.ed. São Paulo, SP: Martins Fontes, 1997.

_____. *Para uma filosofia do ato responsável*. São Paulo: Pedro & João Editores, 2012.

BOFF, Leonardo. *Igreja: Carisma e Poder – Ensaio de Eclisiologia Militante*. Petrópolis: Editora Vozes, 1982.

BRANDÃO, Helena Hathsue Nagamine. Da estilística aos gêneros do discurso no ensino de Línguas. In.: *Estudos Lingüísticos XXXIV*, 2005. Disponível : < <http://www.gel.org.br/estudoslinguisticos/edicoesanteriores/4publica-estudos-2005/4publica-estudos-2005-pdfs/1-convidado-helena.pdf> >. Acesso em: 9 jul. 2017.

BRUM, Eliane. *O nada e o ódio*. El País, 2017. Acesso em: 8 jun 2017. Disponível em: < http://brasil.elpais.com/brasil/2017/03/06/opinion/1488822564_205808.html >. Acesso em: 6 jul. 2017.

CASTELLS, Manuel. *A sociedade em rede*. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CHARAUDEAU, Patrick. Uma teoria dos sujeitos da linguagem. In: MARI, Hugo; MACHADO, Ida Lúcia; MELLO, Renato. (Orgs.). *Análise do discurso: fundamentos e práticas*. Belo Horizonte: NAD/FALE/UFMG, 2001. p. 23–37.

_____. Visadas discursivas, gêneros situacionais e construção textual. In: MACHADO, Ida Lucia; MELLO, Renato de. *Gêneros reflexões em análise do discurso*. Belo Horizonte, Nad/Fale-UFMG, 2004. Disponível em: <<http://www.patrick-charaudeau.com/Visadas-discursivas-generos.html>>. Acesso em: 9 jul. 2017.

_____. Uma teoria dos sujeitos da linguagem. In: LARA, Glaucia Muniz Proença; MACHADO, Ida Lúcia; EMEDIATO, Wander. *Análises do discurso hoje*. , v.1. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2008a. p. 11–30.

_____; MAINGUENEAU, Dominique. *Dicionário de análise do discurso*. São Paulo: Editora Contexto, 2008b.

_____. Identidade social e identidade discursiva, o fundamento da competência comunicacional. In : PIETROLUONGO, Márcia. (Org.) *O trabalho da tradução*. Rio de Janeiro : Contra Capa, 2009, p. 309-326. 2009.

_____. *Linguagem e discurso: modos de organização*. São Paulo, SP. 2010a.

_____. *Discurso das Mídias*. São Paulo, SP. 2010b.

_____. Uma problemática comunicacional dos gêneros discursivos. *Revista Signos*, vol. 43, 2010c. Disponível em: < <http://www.patrick-charaudeau.com/Uma-problematica-comunicacional.html> >. Acesso em: 12 nov. 2012.

_____. O discurso propagandista: uma tipologia. In: MACHADO, Ida Lucia; MELLO, Renato. *Análises do Discurso Hoje*, vol. 3. Rio de Janeiro: Nova Fronteira (Lucerna) 2010d. p.57-78. Disponível em: <<http://www.patrick-charaudeau.com/O-discurso-propagandista-uma.html>>. Acesso em: 12 nov. 2012.

_____. O contrato de comunicação na sala de aula. *Inter-Ação*, Goiânia, v. 37, n. 1, 2012, p. 1–14.

_____. *A conquista da opinião pública: como o discurso manipula as escolhas políticas*. Editora Contexto. 2016.

CHARTIER, Roger. A escrita na tela: ordem do discurso, ordem dos livros e maneiras de ler. In: RETTENMAIER, Miguel; RÖSING, Tânia M. K. (orgs.). *Questões de leitura no hipertexto*. Passo Fundo: UPF editora, 2007, p. 200–222.

DUBOIS et al. *Dicionário de Linguística*. São Paulo: Editora Cultrix. 2004, p. 246–251.

FREITAS, Ernani Cesar de. Cultura, linguagem e trabalho: comunicação e discurso nas organizações. *Desenredo*, Passo Fundo: Ed. da Universidade de Passo Fundo, v. 7, n. 1, p. 104–126, jan./jun. 2011.

HALL, Stuart. A identidade em questão. In: _____. *A Identidade cultural na pós-modernidade*. 11^a Ed. – Rio de Janeiro: DP&A, 2006.

HERDY, Thiago. *Após compartilhar dados sigilosos de Marisa, médica do Sírio é demitida*. 2017. Acesso em: 7 jun 2017. Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/brasil/apos-compartilhar-dados-sigilosos-de-marisa-medica-do-sirio-demitida-20864217>>. Acesso em: 6 jul. 2017.

INTERNET WORLD STATS. *World internet usage and population statistics*. Disponível em: <<http://www.internetworldstats.com/stats.htm>>. Acesso em: 27 abr. 2017.

KRESS, Gunther. Multimodality. In: KALANTZIS, Mary; COPE, Bill. *Multiliteracies: literacy learning and the design of social futures*. London: Routledge, 2000. p. 179-188.

LÉVY, Pierre. *Tecnologias intelectuais e modos de conhecer: nós somos o texto*. 1998. Disponível em: <<http://www.caosmose.net/pierrelevy/nossomos.html>>. Acesso em: 6 jul. 2017.

MAINGUENEAU, Dominique. Ethos, cenografia, incorporação. In: AMOSSY, R. (Org.) *Imagens de si no discurso: a construção do ethos*. São Paulo: Contexto, 2005. p. 69-92.

_____. Gêneros do discurso e web: existem os gêneros web?. In.: *Revista ABRALIN*. Curitiba, v. 15, n. 3. 2016.

MARCUSCHI, Luiz Antônio. Gêneros textuais: definição e funcionalidade. In: DIONISIO, A. P. et al. (org.) *Gêneros textuais & ensino*. Rio de Janeiro, Lucerna, 2010.

ONDDA. *AVC de Dona Marisa causa avalanche de comentários de ódio*. 2017. Disponível em: <<http://ondda.com/noticias/2017/01/avc-dona-marisa-comentarios-de-odio>>. Acesso: 6 jul. 2017.

ORWELL, George. *O que é fascismo? e outros ensaios*. Companhia das Letras. 2017.

PIRES, Carolina L. *Imagens de Pernambuco: uma análise semiolinguística do discurso publicitário turístico*. 1. ed. Recife: Editora Universitária, 2009.

PRAGMATISMO POLÍTICO. *Médicos comemoram e satirizam morte de Dona Marisa Letícia*. 2017. Disponível em: < <http://www.pragmatismopolitico.com.br/2017/02/medicos-comemoram-e-satirizam-morte-de-dona-marisa-leticia.html> >. Acesso em: 6 jul. 2017.

PRAZERES, Leandro. *UOL Confere: Marisa Letícia nunca foi servidora do Congresso nem recebia R\$ 68 mil...* 2017. Acesso em: 7 jun 2017. Disponível em: < <https://noticias.uol.com.br/politica/ultimas-noticias/2017/02/15/uol-confere-marisa-leticia-nao-recebia-r-68-mil-do-congresso-nacional.htm> >. Acesso em: 6 jul. 2017.

SANTAELLA, Lucia. *Matrizes da linguagem e pensamento*. São Paulo: Iluminuras, 2001.

_____. *Culturas e artes do pós-humano: da cultura das mídias à cibercultura*. São Paulo: Paulus, 2003.

_____. *Navegar no Ciberespaço – O perfil cognitivo do leitor imersivo*. São Paulo: Paulus, 2004

_____. *Linguagens Líquidas na Era da Mobilidade*. São Paulo: Paulus, 2007.

_____; LEMOS, Renata. *Redes sociais digitais: a cognição conectiva do Twitter*. São Paulo: Paulus, 2010.

_____. *Comunicação ubíqua: repercussões na cultura e na educação*. [E-BOOK]. 1a. ed. São Paulo: Paulus, 2013a.

_____. Desafios da ubiquidade para a educação. In.: *Ensino Superior UNICAMP*, 2013b. Disponível em: < <https://www.revistaensinosuperior.gr.unicamp.br/artigos/desafios-da-ubiquidade-para-a-educacao> >. Acesso em: 16 jun. 2016.

_____. Gêneros discursivos híbridos na era da hipermídia. In.: *Bakhtiniana*, São Paulo, 9 (2): 206–216, Ago./Dez. 2014a

_____. *Sociotramas: estudos multitemáticos sobre redes digitais*. 1. ed. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2014b.

SANTAELLA et al. Desvelando a internet das coisas. In.: *Revista Geminis*. N. 2, v. 1, p. 19–32. 2013. Disponível em: < <http://www.revistageminis.ufscar.br/index.php/geminis/article/view/141> >. Acesso em 30 abr 2017.

SILVA, Glayse Ferreira Perroni da. *O Twitter como um novo gênero digital para o ensino de língua materna a partir de uma análise textual e discursiva do gênero literário microconto*. UNIVERSIDADE DE TAUBATÉ, 2013. Disponível em: < http://www.btdt.unitau.br/tesdesimplificado/tde_arquivos/4/TDE-2014-01-13T140304Z-536/Publico/Glayse%20Ferreira%20Perroni%20da%20Silva.pdf >. Acesso em: 9 jun. 2013.

SOBRAL, Adail. O ato “responsável” ou ato ético, em Bakhtin, e a centralidade do agente. *Revista Signum*. Estudos de Linguagem, Londrina, PR, v.11, 2008, p. 219 - 235.

SOUZA E SILVA, Adriana de. Do ciber ao híbrido: tecnologias móveis como interfaces de espaços híbridos. In: *Imagem (Ir)realidade: comunicação e cibermídia*. Araujo, Denize Correa. (Org). Porto Alegre: Sulinas, 2006.

UOL. *UOL Confere: Marisa Letícia nunca foi servidora do Congresso nem recebia R\$ 68 mil*. 2017 Disponível em: < <https://noticias.uol.com.br/politica/ultimas-noticias/2017/02/15/uol-confere-marisa-leticia-nao-recebia-r-68-mil-do-congresso-nacional.htm> >. Acesso em: 6 jul. 2017.

XAVIER, Antônio Carlos. Reflexões em torno da escrita nos novos gêneros digitais da internet. 2005. Disponível em: < <http://www.nehte.com.br/artigos/Reflexoes%20em%20torno%20da%20escrita%20nos%20novos%20generos%20digitais-Xavier.pdf> >. Acesso em: 19 out 2017.