



## Discurso político em rede social: as estratégias discursivas dos senadores sobre o Impeachment de Dilma

MILENA MANGABEIRA DA SILVA<sup>1</sup>  
RUTH DE CÁSSIA DOS REIS<sup>2</sup>

### Resumo

As discursividades no território digital ganharam corpo e posição de destaque nos últimos anos, principalmente no que tange o discurso político. Aos poucos, personalidades políticas se apropriaram desse território como campo de conversações e construção de narrativas. Em 2016, o impeachment da presidenta Dilma Rousseff (PT), amplamente divulgado nas redes sociais e na TV, protagonizou a demarcação da polarização política entre esquerda e direita, e que alcançou seu ápice nas eleições de 2018 com a vitória do candidato armamentista do partido nanico PSL, Jair Bolsonaro. As estratégias discursivas em rede social são os principais caminhos para se construir narrativas e buscar convencer os interlocutores sobre as “verdades” nas redes sociais. A partir de estudos acerca das construções discursivas baseadas no semiolinguista Patrick Charaudeau, identificamos que a estratégia da emoção, vinculadas a outras, é usada como forma de alcançar os interlocutores em um processo de construção de identidade entre o narrador e ouvinte, entre o político e o eleitor. Essa proposta faz parte dos resultados alcançados na dissertação de mestrado<sup>3</sup> sobre discurso político no Facebook.

Nossa proposta é apresentar o processo metodológico que combina análise do discurso, análise de conteúdo e análise de redes sociais, nos debruçando sobre publicações realizadas pelos senadores sobre impeachment. O conjunto de 27.119 mensagens foi selecionado a partir de coletas publicações realizadas entre 17 de abril e 31 de agosto de 2016, das quais buscamos identificar apenas aquelas referentes ao processo de impeachment. Nossa proposta também objetiva apresentar as principais estratégias discursivas usadas pelos senadores quanto ao tema impeachment.

Palavras-chave: discurso político; Facebook; impeachment; narrativa.

### Introdução

O Brasil viveu em 2016 o desfecho de uma crise política e institucional iniciada pelo menos em 2014, logo após o resultado da eleição presidencial que deu vitória apertada à candidata Dilma Rousseff (PT) à reeleição para a Presidência da República. Com a votação do impeachment de Dilma, no dia 31 de agosto de 2016, e sua destituição do cargo assumido há pouco mais de um ano do seu segundo mandato, encerrou-se uma etapa importante da vida política brasileira e deu-se início a outra, não

---

<sup>1</sup> Pesquisadora do Labic-UFES, Mestre no programa de pós-graduação em Comunicação e Territorialidades da UFES; graduanda em Ciências Sociais pela UFES; e-mail: milena.manga@gmail.com

<sup>2</sup> Professora do Curso de Comunicação Social da UFES e do programa de Pós-graduação em Comunicação e Territorialidades da Universidade da UFES; orientadora da dissertação da autora, e-mail: [ruthdosreis@gmail.com](mailto:ruthdosreis@gmail.com).

<sup>3</sup> Dissertação de mestrado defendida pela autora deste resumo em abril de 2018 sob o título “Comunicação política e redes sociais: produção discursiva dos senadores no Facebook sobre o impeachment de Dilma Rousseff”.

menos importante, porém turbulenta e problemática, com a efetivação do vice, Michel Temer (PMDB), no cargo de presidente.

Esta foi a primeira grande crise política brasileira em que a internet teve um papel central no desenrolar da sequência de episódios que levaram a esse resultado. As inúmeras mobilizações populares contra e a favor de Dilma realizadas nas ruas tinham um paralelo nas redes online, enquanto o Parlamento parecia apenas cumprir as formalidades do que parte da população desejava: a destituição da presidente da República, a primeira mulher a ocupar o cargo na história do Brasil, mesmo que não tivesse sido provada, até o momento, a culpa efetiva de Dilma Rousseff.

Desde a expansão e popularização da internet e, desde os primeiros anos deste século, das redes sociais digitais, tornou-se claro que este seria um novo espaço de ação, presença e participação política. A ele nenhum cidadão, governante ou liderança pode ficar indiferente, uma vez que se mostra como um espaço de grande potência para o desenvolvimento de novas formas de produção da vida cívica. Principalmente tendo em conta as críticas sobre a quantidade e qualidade da representação que o sistema político institucionalizado tem oferecido à sociedade - surgidas a partir de 2010 com as primeiras grandes manifestações populares ocorridas nos países árabes (primavera árabe), na Espanha (15M) e em Nova Iorque (Occupy Wall Street).

O uso das redes sociais como campo de discussão política tem se tornado frequente, principalmente nas disputas políticas eleitorais e diante de pautas complexas e que envolvem costumes, direitos igualitários e cortes no orçamento, que alimentam a efervescência de opiniões, tanto no Facebook quanto no Twitter. As possibilidades de ampliação do alcance das opiniões via rede social e a liberdade de expressão na rede permite que o usuário entre em contato com uma diversidade de atores e de opiniões, aos quais talvez não tivesse acesso sem esse instrumento.

A forte participação política por meio da internet traz para o centro das preocupações os modos de produção e formas de desenvolvimento da comunicação no interior da nova máquina de comunicação, que conecta e institui a sociedade contemporânea. Tendo como premissa que a linguagem é o primeiro e principal meio de constituição de uma sociedade, que as trocas discursivas são a sua materialidade e as formas de mediação têm importante papel nos processos de constituição do social, conhecer mais a fundo os mecanismos e estratégias de produção discursiva contemporânea é essencial para melhor compreender o mundo em que vivemos.

Hoje, uma parte substancial das interações entre agentes políticos e suas bases eleitorais é realizada por meio das redes sociais. Mesmo aqueles políticos ainda resistentes à internet e às suas plataformas de interação ou pouco conhecedores das suas particularidades mantêm perfis e páginas nas redes sociais mais usadas no Brasil (Facebook e Twitter). Por meio delas, conversam com seus

eleitores, disputam ideias, produzem visibilidade e mantêm uma presença permanente no mundo político. As mais diversas tecnologias de interação permitem, hoje, que haja o engajamento em causas sociais e políticas ao mesmo tempo em que a ação acontece. Além disso, a divulgação em tempo real faz da Internet e das redes sociais em si, um território a ser explorado pelos diversos campos de estudos das ciências sociais.

Tendo como meio de comunicação uma rede horizontal, as autoridades políticas se apropriam do modo discursivo oferecido pelo ambiente digital em busca de propor uma pauta política em um ambiente aparentemente livre<sup>4</sup>, sem intermediários - como os meios de comunicação de massa - no qual seus eleitores e demais usuários da rede possam ter acesso aos conteúdos por eles publicados, que reforcem seus posicionamentos e as problematizações acerca dos seus temas de interesse.

Entendemos que na legitimação do discurso o lugar de fala do enunciador é determinante, podendo ele ser influenciador daqueles que recebem a mensagem. Assim, temos como hipótese que a atuação discursiva dos parlamentares, estando eles numa posição privilegiada e legitimada na arena política, pelo acesso aos documentos e aos debates na condição de representantes do povo foi determinante para que prevalecessem algumas narrativas, o que os tornam personagens importantes na construção dos discursos que circularam – e ainda circulam – em torno da crise política que resultou na destituição de Dilma Rousseff, aparentemente sem motivos suficientes para tal medida.

Os momentos de forte disputa de posições, em que as interações se aceleram e ganham mais intensidade, tornam-se preciosos para a pesquisa e conhecimento sobre como se realizam esses processos comunicacionais e as disputas discursivas. O desenrolar do impeachment da presidente Dilma Rousseff foi um desses momentos agudos de aceleração e intensificação de disputa política, com forte investimento na produção de discursos e na busca de adesão e hegemonia no território institucional como no território das redes.

As disputas nas redes sociais também têm suas particularidades. Além de compreenderem um universo de questões relacionadas aos vieses ideológicos, que marcam os tempos históricos e os territórios aos interesses políticos globais ou microinteresses mais imediatos dos agentes políticos ou dos cidadãos, soma-se também o fato de que esses ambientes de comunicação desenvolvem suas

---

<sup>4</sup> O ambiente livre da internet deve sempre vir com ressalvas. Entendemos que a forma como se estabelecem as relações e os acessos no campo informático nos faz sentirnos livres para navegar na web. No entanto, devemos também estar cientes de que há toda uma estrutura algorítmica que organiza toda a estrutura da internet. A condição algorítmica e estrutural esta plataforma, portanto, nos fecha ao mundo da internet livre, que é regida por codificação de dados e termos de privacidade em uma estrutura em rede (LEMOS, 2005).

próprias regras de funcionamento, estabelecendo critérios, limites e procedimentos para a modelagem discursiva, aos quais a comunidade que eles agregam precisa se ajustar.

Por isso, definimos como objetivo indagar sobre o modo como os agentes políticos moldam suas estratégias discursivas nas redes sociais visando alcançar seus ideais em meio às disputas que participam, investigando as disputas discursivas no entorno do impeachment da presidenta Dilma Rousseff no Facebook dos senadores. Definimos, para tanto, um recorte para extração dos dados entre os dias 17 de abril e 31 de agosto de 2016.

Como premissa, entendemos que a construção da subjetividade do sujeito é constituído a partir de constituições sociais, históricas e culturais, resultado da inserção em grupos sociais ou comunidades.

Os estudos de Charaudeau (2005; 2006; 2015; 2016) sobre análise do discurso político serão nossos principais pilares teórico-metodológicos para a busca da compreensão sobre a estrutura e construção da fala política. A condição de comunicação na sociedade passa, primeiramente, pelo entendimento da língua como fato social, para que haja, então, uma relação entre os sujeitos. Bakhtin entende que a partir da língua é que se constitui a fala, sendo ela a concretização, a “materialização da língua” (BRANDÃO, 2002: 9). A materialidade da língua nos permite uma compreensão dialógica entre os sujeitos que compartilham dos mesmos modos de comunicação e cultura.

Para fins de coleta e visualização de dados, buscamos junto ao Laboratório de Estudos sobre Imagem e Cibercultura (Labic) da Universidade Federal do Espírito Santo as ferramentas para a realização desta pesquisa. Criamos um banco de dados com as publicações de 82 senadores, totalizando 27.119 postagens, publicadas no intervalo entre 17 de abril de 2016 e 31 de agosto de 2016 com o objetivo de identificar quais as principais narrativas criadas no período de ascensão e finalização do processo de impeachment de Dilma Rousseff por parte desses senadores mais influentes na rede social Facebook. Para o objetivo de análise, a Mandala de palavras nos permitirá identificar de maneira quantitativa os principais termos que constituem as narrativas alimentadas pelos perfis selecionados. Em nossa pesquisa completa, observamos os dez senadores com mais curtidas e delimitamos quatro para realizarmos a análise mais aprofundada.

Nas páginas a seguir, demonstraremos nossa metodologia de coleta e análise dos dados utilizada para o desenvolvimento da dissertação da autora. Em um primeiro momento, o banco foi constituído de grande número de publicações, mas com o decorrer da mineração e observação da pesquisadora, reduziu o corpus da pesquisa com fins de encontrar uma estrutura possível de ser aplicada em outros bancos de dados de conteúdo político. Esse processo foi realizado para identificar o modo de apropriação das estratégias discursivas e os efeitos de sentido que produzem. Nosso objetivo foi

estabelecer um diálogo entre os estudos da semiolinguística aos estudos das redes sociais, criando uma forma de entender os processos comunicacionais e as estratégias discursivas no território das redes sociais digitais.

### **Metodologia de coleta e análise**

A grandiosidade do universo pesquisado exigiu que recorrêssemos a uma metodologia múltipla, que pudemos designar de multimétodo. Trabalhamos com métodos quantitativos e qualitativos, combinando análise de conteúdo, análise do discurso, e análise de redes sociais, o que Jensen e Jankowski denominam de triangulação de métodos e de dados (apud FIGARO, 2011). Os autores consideram quatro tipos de triangulação: de dados, de investigador, de teoria e de métodos explicando-os da seguinte forma.

A triangulação de dados trata das diferentes dimensões de tempo, de espaço e de nível analítico a partir dos quais o pesquisador busca as informações para sua pesquisa. A triangulação de pesquisadores é a construção de equipe composta por investigadores de diferentes áreas do saber. A triangulação de teorias pressupõe a abordagem do objeto empírico por perspectivas conceituais e teóricas diferentes. A triangulação metodológica é adotada quando se utiliza diferentes métodos de investigação para a recolha de dados e análise do objeto em estudo (JENSEN; JANKOWSKI, 1993 apud FIGARO, 2011: 3).

Para esta pesquisa, adotamos a triangulação de dados, recorrendo ao método documental para a contextualização sócio-histórica e métodos automatizados para extração de dados das redes sociais. Também adotamos a triangulação de metodologia, aplicando a análise de redes sociais para a compreensão do contexto dos atores políticos nas redes sociais, análise de conteúdo para as primeiras aproximações ao universo discursivo relacionado ao nosso objeto e análise de discurso para o aprofundamento e compreensão das estratégias linguageiras usadas nas interações.

A primeira questão que se colocou como desafio teórico para nós foi definir uma base de dados de pesquisa empírica que nos permitisse ter acesso a um conjunto de discursos enunciados por meio da rede social Facebook<sup>5</sup>. Uma pesquisa<sup>6</sup> publicada em janeiro de 2017 revelou que o Facebook é a principal rede social de 119 país entre os 149 analisados (Fig. 1), com mais de 2 bilhões de usuários cadastrados até novembro de 2017<sup>7</sup>. Além da popularidade da rede social Facebook, outra característica que também nos instigou foi a aplicação de reações às publicações, em que o usuário pode apontar um sentimento diante da mensagem recebida. Além disso, sabemos que as redes sociais são geradoras de uma quantidade gigantesca de dados que se apresentam de forma

---

<sup>5</sup> Criada em 2004 por um grupo de estudantes da Universidade de Harvard, escolhemos essa rede social como base para nosso estudo empírico, devido a sua capacidade de oferecer possibilidades discursivas diferentes como texto, vídeo e imagem, abrindo um leque de análises a serem adotadas, além de não limitar a capacidade do usuário em quantidade de caracteres publicados.

<sup>6</sup> VISCOSBLOG. Disponível em: <<http://vincos.it/world-map-of-social-networks/>>

<sup>7</sup> LINK ESTADÃO. “Facebook alcança 2,07 bilhões de usuários no mundo”. Disponível em: <<http://link.estadao.com.br/noticias/empresas,facebook-alcanca-2-07-bilhoes-de-usuarios-no-mundo,70002069551>>

fragmentada numa multiplicidade de trocas discursivas, o que exige a adoção de procedimentos de pesquisa que se aproximam do campo do Big-data.

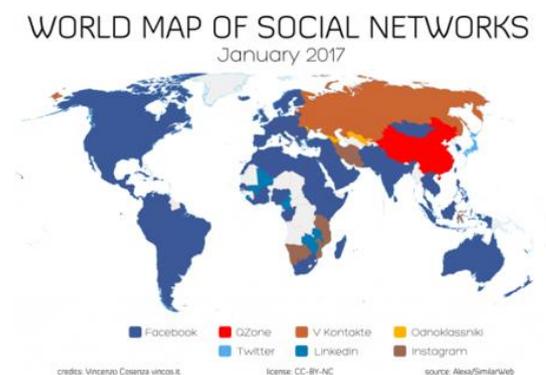


FIGURA 1

Gráfico de uso do Facebook nos países do mundo]

[Fonte: VISCOSBLOG, 2018]

Os estudos de *Big Data* têm ganhado notoriedade na pesquisa científica no campo das ciências sociais aplicadas e na área de comunicação. Trabalhar com grande volume de dados requer o auxílio de tecnologias específicas para analisar e visualizá-los. Para a obtenção dos dados do Facebook, buscamos junto ao Laboratório de Estudos Sobre Imagem e Cibercultura da Universidade Federal do Espírito Santo (Labic - UFES) ferramentas que nos auxiliaram nessa etapa. O *script* desenvolvido pelo Labic, denominado *Facebook Feeds*, tem o objetivo de realizar coleta de informações públicas disponibilizadas por esta rede social. Os dados coletados apresentam ao pesquisador informações sobre o número de usuários que seguem determinadas páginas, quantidade de publicações, número de curtidas, compartilhamentos e reações<sup>8</sup> que as publicações tiveram, assim como a quantidade de comentários e seus conteúdos. A ferramenta disponibiliza quatro modos de coleta: *basic*, *classic*, *advanced* e *popularity*. Para esta pesquisa, na qual trabalhamos unicamente com as publicações dos parlamentares em suas páginas, utilizaremos a coleta *Classic*, que em seu modo de operação configura a coleta de dados a partir de um número de identificação da página do Facebook (ID), extraindo informações referentes às publicações realizadas, gerando uma planilha de dados (*dataset*), contabilizando o número de curtidas, comentários, compartilhamentos, reações (raiva, haha, amei, triste, gratidão e uau), além da data e horário de publicação.

<sup>8</sup> Curtida, compartilhamento e reações são ações dos usuários da rede social Facebook diante de uma publicação ou comentário. São formas de interação que possibilitam aos usuários participarem do debate, compartilharem um ponto de vista e se mostrarem dentro da discussão. As reações, ou emoções, foram liberadas para a versão brasileira do Facebook em 24 de fevereiro de 2016 e podem ser acessadas a partir no botão "Curtir", sendo elas "Amor", "Haha", "Yay", "Wow", "Triste" e "Bravo". Outro modo de interação é o comentário em si, que pode ser realizado tanto debaixo da própria publicação em uma área reservada para tal ação como pode ser feita no ato de compartilhar uma publicação.

Também recorreremos a procedimentos de visualização dos dados, que nos deram uma organização infográfica dos resultados da coleta de dados e também possibilidades de interpretação. Esses recursos de visualização de dados são *softwares* livres, aperfeiçoados pelo Labic. Utilizamos a ferramenta Mandala, que se fundamenta na lexicometria para tratamento estatístico dos corpora discursivos, que conduz a padrões semânticos e abre para uma análise das enunciações. Essa ferramenta demonstra visualmente a frequência de uso de determinadas palavras, e palavras que estão a essas associadas, na forma de co-ocorrências.

Por meio desta visualização, buscamos identificar a frequência do uso de palavras pelos atores políticos, o que nos encaminhou para um mapeamento temático, indicado pelos termos mais utilizados, possibilitando a criação de um banco de léxicos mais frequentes. Essa parte do trabalho encontra fundamento nos estudos de análise de conteúdo (BARDIN, 1977), que propõe identificar de modo quantitativo a ocorrência de palavras para a posterior configuração de inferências sobre as principais temáticas e narrativas acerca do impeachment.

O analista trabalha com índices cuidadosamente postos em evidência por procedimentos mais ou menos complexos. Se a descrição (a enumeração das características do texto, resumida após tratamento) é a primeira etapa necessária e se a interpretação (a significação concedida a estas características) é a última fase, a inferência é o procedimento intermediário, que vem permitir a passagem, explícita e controlada, de uma a outra (BARDIN, 1977: 39).

O *Facebook Feeds*<sup>9</sup> nos permitiu criar uma visualização dos dados extraídos de páginas de cada senador da República no Facebook, na qual pudemos ter acesso a diversas estatísticas referentes às interações e ações dos usuários com a *fanpage*. Este procedimento nos forneceu um ranking quantitativo de frequência de publicações e, conseqüentemente, nos remeteu aos atores políticos mais influentes desse território a partir da identificação dos senadores que mais realizam publicações, dos que tiveram maior grau de engajamento na rede, e dos que têm maior número de interação dos usuários no período do impeachment da presidenta Dilma Rousseff.

No processo de participação na rede social Facebook, a interação entre os usuários vêm por meio de curtidas, comentários e compartilhamentos. Recentemente, as reações emotivas foram introduzidas na plataforma. Essas ações resultam no engajamento do usuário com a publicação, um processo de interação e envolvimento. Com a aplicação das reações no Facebook, os internautas passaram a se expressar diante das publicações. Por meio dessa informação, podemos identificar uma pista inicial sobre a relação entre o sentimento da recepção da informação pelo usuário e o efeito das estratégias discursivas dos políticos na rede social.

---

<sup>9</sup> Devido a diversas alterações do Facebook em seus algoritmos nos últimos anos, as possibilidades de coleta por meio do Facebook Feed estão suspensas por tempo indeterminado. Os pesquisadores do Labic estão em constante busca de aprimoramento no processo de coleta e análise de dados do Facebook.

O Facebook oferece seis reações fixas (ícones representando emoções como curtir (*like* ) , amei (*love* ) , haha () , uau (*wow* ) , triste (*sad* ) e grr ou raiva (*angry* ) ) e uma comemorativa referente ao Dia das Mães com a reação de gratidão (*thankful* ) às publicações e comentários. A mais comumente acionada é o curtir (*like*)<sup>10</sup>, adicionado à rede social em 2009. As demais só foram introduzidas em 2016, numa aposta do Facebook de conseguir identificar com mais exatidão e da forma mais universal possível, as emoções desencadeadas pelas mensagens (TEEHAN, 2016).

A partir desses dados, fizemos a análise do perfil dos atores políticos para identificarmos os temas mais comentados pelos senadores com a leitura das publicações e análise das mandalas de co-ocorrências de palavras. Desta forma, conseguimos encontrar quais os temas e narrativas mais frequentes nas publicações dos senadores, padrões de escrita, estrutura textual e uma possibilidade de comparação entre os modos narrativos dos senadores.

Com a organização das publicações, por ordem decrescente do número de curtidas, selecionamos as três postagens com maior volume de curtidas de cada um dos dez senadores, de acordo com o banco de dados filtrado. Por elas, identificamos os discursos mais dominantes nas páginas e que possuem maior resposta do usuário. Em um segundo momento, organizamos a mandala de co-ocorrências de palavras para identificarmos os termos mais recorrentes, e a partir daí os contextos em que se inseriam, relacionando-os à análise das publicações, criando um único padrão de entendimento sobre o senador. Além disso, identificamos os perfis mais ativos nas disputas discursivas e mapeamos os principais temas e narrativas desenvolvidas pelos parlamentares acerca do impeachment.

Após a fase já descrita, analisamos como a principal rede social em atuação no Brasil, o Facebook, foi apropriada pelos senadores em busca da consolidação das narrativas em torno do impeachment da presidenta Dilma Rousseff, tendo como referência metodológica a análise do discurso político baseada na semiolinguística de Patrick Charaudeau (2005; 2006; 2015; 2016) e principalmente as estratégias discursivas de persuasão e convencimento.

No que tange a metodologia de análise do discurso, Charaudeau nos apresenta um leque de possibilidades que dentro do que chamou de visadas de linguagem. Essas visadas, direcionam o caminho para a compreensão dos atos de linguagem, que basicamente consistem em estudos

---

<sup>10</sup> Para “curtir” uma publicação, basta clicar no botão com o mesmo nome, e pronto. O movimento já está no imaginário do usuário dessa rede social, e é mais simples para aqueles que não são muito familiarizados com a dinâmica da rede. Já para acionar as demais reações, o usuário precisa direcionar o cursor do mouse, caso esteja acessando pelo computador, e posicioná-lo sobre o botão “curtir” para que as opções apareçam. Caso o acesso seja pelo smartphone, basta fazer o mesmo movimento, segurando sobre a tela do aparelho o ícone do “curtir”.

centrados no discurso que “circulam no mundo social e que testemunham, eles próprios, aquilo que é o universo do pensamento e de valores que se impõem em um tempo histórico dado” (CHARAUDEAU, 2015: 37). Por visadas, como aponta Charaudeau (2004; 2010), entende-se as condições de classificação da linguagem que determinam a finalidade pragmática do ato de linguagem, visando ao tipo de influência gerada sobre o sujeito destinatário ideal. Por ato de linguagem, o autor entende ser um encontro dialético em que os sujeitos participam da troca discursiva (CHARAUDEAU, 2016).

O discurso político nos orienta ao entendimento da política como exercício da prática social, constituída por forças simbólicas e de poder para, assim, ser exercido legitimamente. Para isso, o político que domina a palavra deve se mostrar crível e persuasivo diante dos indivíduos, partilhando valores e visões (CHARAUDEAU, 2015). Desta forma, o político deve ocupar um espaço de responsabilidade na formulação do seu discurso, sabendo que ele será influenciador de um conjunto de seguidores e também estará exposto a toda a sociedade.

O agente político tem em si uma capacidade persuasiva, de influência, que pode ser impulsionada a partir das estratégias discursivas utilizadas por ele. Assim, o discurso político é constituído de fato político como atos e decisões de autoridades, organização e estruturação das relações sociais e leis que regem a sociedade. Nesse processo comunicativo por meio do discurso político, Charaudeau (2015) aponta duas orientações, uma direcionando para os conteúdos do discurso, configurados pelas proposições dos políticos, valores dos argumentos, ao *logos*, sendo esse pertencente à percepção da razão, do convencimento; e a outra voltada para os mecanismos da comunicação, como procedimentos, estratégias persuasivas, os efeitos do *ethos* e do *pathos*, por sua vez, relacionados ao domínio das emoções, à construção da imagem.

Compreende-se que essas duas orientações determinam o discurso, que faz parte do jogo político, e se desenvolve principalmente no entorno de ideologias. Apesar disso, Charaudeau entende que o discurso político tem se apoiado mais na emoção do que referencialmente à razão. Ele diz que o discurso político “deslocou-se do lugar do *logos* para o do *ethos* e do *pathos*, do lugar do teor do argumento para o de sua encenação” (CHARAUDEAU, 2015: 46).

Efetivamente, se é verdade que o pensamento pode ter em si influência, ocorre que ele pode igualmente ser mascarado por procedimentos de comunicação empática tais que, ao final dessas manipulações comunicativas mais ou menos voluntárias, se constroem outras formas do pensamento político (CHARAUDEAU, 2015: 47).

Na tentativa de estabelecer uma relação de confiança com o interlocutor, o político busca refletir por meio do discurso o que o outro gostaria de enxergar. Isso, de acordo com Charaudeau (2015), “desperta o imaginário coletivo dos sentimentos e das emoções” (: 81). Com a emoção, o

discurso age de modo estratégico, ao produzir no público uma imagem do sujeito político que busca a união e o equilíbrio por meio da fala. A articulação do discurso político deve compor, portanto, um arcabouço mítico, simbólico ou imaginário, que acompanhe os anseios do interlocutor. Ao criar laços entre os componentes do diálogo é possível que a adesão ao objeto da fala seja impulsionada com a estratégia emocional, o sentimento. Christophe Prochasson (2005) também entende a influência da emoção na concepção das relações políticas. Para ele, “a adesão mobiliza todo um conjunto de processos complexos, que jamais se esgotam na cognição, mesmo em se tratando dos mais racionais dos interesses. É esta parte emocional que preside a constituição do vínculo político” (PROCHASSON, 2005: 309).

### **Discursos e narrativas do Impeachment**

As discursividades que nos propusemos a analisar são referentes ao período entre os dias 17 de abril de 2016 e 31 de agosto de 2016. O Senado Federal foi o responsável pela avaliação final do processo de impeachment, tendo a participação dos 81 senadores na votação que culminou no afastamento definitivo de Dilma Rousseff. Para a construção de nosso banco de dados, identificamos 82<sup>11</sup> páginas de senadores, que estiveram em posição de julgador durante o processo. Ao fim da coleta, obtivemos uma planilha com o total de 27.119 linhas de texto. Neste arquivo, tivemos acesso a todas as publicações realizadas pelo conjunto de políticos selecionados, isso considerando os diversos temas no entorno do cenário político e social do Brasil, e não apenas sobre o impeachment.

O Senado brasileiro é o poder legislativo que representa os estados da União, sendo eleitos três senadores em cada um dos 26 estados e Distrito Federal. Do ponto de vista partidário, considerado a 55ª legislatura, o PMDB é o partido que possui o maior número de cadeiras atualmente, com 18 senadores, seguido por PT e PSDB, com 12 cada um. Os três partidos mais representativo no Senado estiveram envolvidos diretamente nas narrativas sobre o impeachment de Dilma Rousseff. O PT, partido da ex-presidente; o PMDB, partido do vice-presidente/presidente interino e atual presidente

---

<sup>11</sup> Aqui cabe a explicação do motivo pelo qual temos 82 perfis, uma vez que o Senado brasileiro possui 81 cadeiras: no início do processo de impeachment, o senador José Serra (PSDB-SP) ocupava sua cadeira na Casa de Leis. No entanto, a partir do dia 12 de maio, data na qual o vice-presidente Michel Temer (PMDB) assume interinamente o cargo de presidente da República, Serra é nomeado ministro das Relações Internacionais.

TALENTO, A. Michel temer é notificado e se torna oficialmente presidente interino. Folha de São Paulo, Brasília, 12 de mai. 2016. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/poder/2016/05/1770532-temer-e-notificado-e-se-torna-oficialmente-presidente-interino.shtml>>. Acesso em: 15 out. 2016.

O senador Romero Jucá (PMDB-RR) também foi nomeado ministro do Planejamento, Desenvolvimento e Gestão. No entanto, no dia 23 do mesmo mês de maio, renuncia ao cargo e retorna ao senado após a divulgação de áudio comprometedor que indicava participação do parlamentar em conversa sobre um possível “pacto nacional” contra a operação Lava-Jato, comandada pelo Ministério Público Federal e que investiga casos de corrupção e lavagem de dinheiro envolvendo políticos, empresários e postos de gasolina. Sendo assim, seu suplente, Wirlande da Luz, atuou como senador entre os dias 17 e 23 de maio.

Jucá se licencia após escândalo de gravações; entenda processos e acusações contra homem forte de Temer. BBC, 23 de mai. 2016. Disponível em: <<http://www.bbc.com/portuguese/brasil-36348511>> Acesso em: 15 out. 2016.

do Brasil; e o PSDB, partido do qual faz parte o senador Aécio Neves, candidato derrotado nas eleições de 2014<sup>12</sup> e também o relator do processo de impeachment, senador Antônio Anastasia (MG).

Mesmo com grande número de senadores do PT, a base aliada foi diminuindo seu tamanho na mesma medida em que o impeachment ganhava adeptos. Nas redes, o PT reuniu grandes números de curtidores e seguidores participativos, mesmo assim, perdeu espaço para a oposição no quadro geral de curtidas. Dos dez senadores mais curtidos em nosso *dataset*, sete são classificados como favoráveis ao impeachment, um neutro (Marcelo Crivella – PRB-RJ) e apenas dois na oposição (Gleisi Hoffmann – PT-PR - e Lindbergh Farias – PT-RJ) (Gráfico 1). Isso já um dos indicadores da disputa no território das redes sociais, em particular no território do Facebook.

Aécio Neves (PSDB-MG) é um dos principais políticos no cenário brasileiro e possuía em 2017 o maior número de curtidas na rede social Facebook, com 4.192.154 curtidores e 3.988.134 seguidores (Gráfico 6). Durante as eleições presidenciais de 2014, Aécio conquistou diversos fãs, chegando a ganhar 586.588 novos curtidores em apenas quatro dias<sup>13</sup>. O lugar de oposição ao governo petista e o destaque dado pela imprensa durante as eleições pode ter provocado esse aumento de curtidas, o que o faz figurar o primeiro lugar de nosso ranking dos senadores no Facebook.

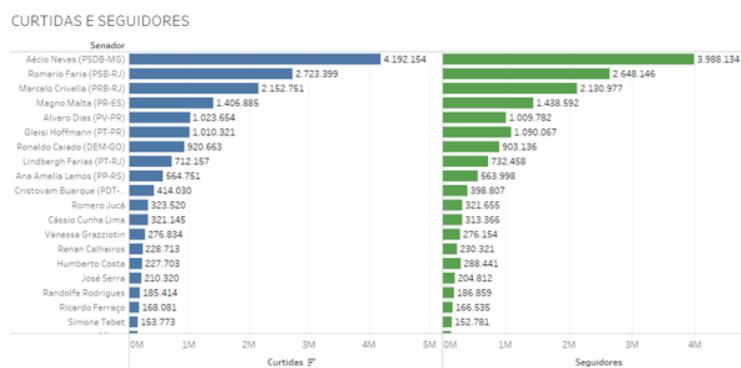


GRÁFICO 1

Número de curtidores e seguidores dos senadores

[Fonte: dataset abril a agosto/16 – coletado no Facebook]

Organizamos todas as publicações de nosso dataset a partir das três reações mais usadas pelos usuários (amei, raiva e triste). No nosso senso comum, reações como amor, tristeza e raiva estão

<sup>12</sup> Aécio Neves disputou a presidência em 2014 pela coligação Muda Brasil, composta pelos seguintes partidos: PSDB / PMN / SD / DEM / PEN / PTN / PTB / PTC / PT do B). Dilma Rousseff foi a vencedora das eleições pela coligação Força do Povo, composta por PT / PMDB / PSD / PP / PR / PROS / PDT / PC do B / PRB. Fonte: TSE.

<sup>13</sup> Uma pesquisa realizada e publicada pela plataforma de análise de mídias sociais Socialbakers divulgou em 2014 que, após o resultado que colocou Dilma Rousseff (PT) e Aécio Neves (PSDB) no segundo turno, o senador mineiro foi quem mais ganhou curtidas no Facebook, 586.588, enquanto Dilma obteve 124.975 novas curtidas. Disponível em: <<http://proprmark.com.br/digital/aecio-neves-e-o-que-mais-cresce-no-facebook>>

reservadas para questões de ordem pessoal e que incitem os afetos mais cândidos ou profundos nos seres humanos. Nas redes sociais a premissa também se confirma ao observarmos as três publicações mais “amadas”, “odiadas” e que despertaram “tristeza”, publicadas pelo senador Marcelo Crivella (PRB-RJ). As principais publicações de Crivella, que também é pastor, fazem referência a questões morais e de compaixão, além de trazer à tona fatos sobre racismo.

Apesar das principais publicações de cada reação/sentimento ocuparem, em parte, a posição de afeto, na política, onde supostamente a racionalidade impera, elas também se fazem presentes, seja por ressignificação desses sentimentos, seja por sua banalização. Outros senadores e temas também conseguiram despertar esses sentimentos como as publicações referentes ao prosseguimento do processo de impeachment, ações do Supremo Tribunal Federal e aparições públicas, que provocam “amor” no usuário, enquanto que a “raiva” se mostra principalmente nas postagens relacionadas às manifestações e ações políticas envolvendo Michel Temer e à crise econômica. O sentimento de tristeza, por sua vez, aparece em diversos tipos de postagens que expressam a violência policial contra manifestantes do MTST.

Dessa maneira, identificamos que curtida e engajamento determinam perspectivas diferentes de análise no campo do discurso político, nos permitindo compreender que para gerar conversa em rede é necessária a participação do conjunto, dos usuários comuns, que administram seus próprios perfis, e das páginas de figuras públicas.

### **Palavras, narrativas e padrões discursivos**

Cada sujeito constrói seu discurso com base nas suas experiências e posicionamentos, sendo este um grande influenciador da maneira de como se dirige ao interlocutor. Encontrar um padrão discursivo na rede social foi um dos desafios propostos neste trabalho para que pudéssemos identificar os modos de organização discursiva dos senadores. Para tanto, usamos como recurso a mandala de co-ocorrência de palavras, para que, em meio ao numeroso conjunto de dados, nos apresentasse um panorama geral dos temas postos em discussão pelos senadores em suas páginas no Facebook. Esse recurso nos permitiu observar o conjunto de termos usados com maior recorrência dentro do dataset escolhido.

A mandala se subdivide em duas camadas: a primeira é composta por 15 palavras, que aparecem com maior frequência na coluna *Message* do dataset (um arquivo em formato .csv, convertido para xls) selecionada no momento do processamento da mandala. A segunda é uma sequência de cinco (5) palavras, associadas aos termos identificados na primeira camada. A segunda camada, portanto, é composta por termos de maior ocorrência na mesma frase daquelas que compõem a primeira camada.

Percebemos, logo de início, ao analisarmos as postagens das 82 páginas dos senadores durante o último mês de tramitação do impeachment - agosto de 2016 - que há uma polarização política. De um lado estão os agentes políticos que definem o processo de impeachment, como um instrumento constitucional aplicável a Dilma Rousseff, e do outro os que julgam o processo como “golpe” (Fig. 2). Apesar de acreditarmos que o ideal para realizar uma representação mais ampla do círculo temático do conjunto dos senadores seria processar todos os dados do período coletado (abril a agosto), esbarramos em limitações técnicas relacionadas à capacidade de processamento dos computadores disponíveis para esta pesquisa. Por isso, definimos como alternativa para esta parte da análise trabalhar apenas com os dados do mês de agosto, considerando essa amostra, ainda assim, representativa dos debates travados durante todo o processo de impeachment, a partir do que coletamos e observamos ao longo do período dentro e fora das redes sociais. A agenda do impeachment predominou durante todo o período, num debate que foi sustentado pela grande mídia, de forma significativamente monocórdia. As principais controvérsias se evidenciaram nas redes sociais, e ali também se concentraram na disputa sobre a legalidade ou não do impeachment, além das discussões acerca da natureza golpista ou não das iniciativas do Congresso Nacional e do Judiciário.

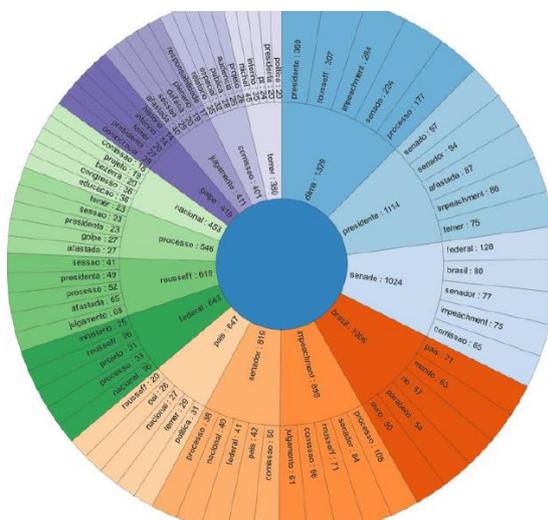


FIGURA 2

Mandala geral de termos coletados do mês de agosto de 2016, último período de discussão do impeachment no Senado correspondente às páginas de todos os senadores]

[Fonte: dataset abril a agosto/16, coletado no Facebook]

Observamos nas visualizações produzidas que a narrativa impeachment-golpe sustentou toda a discussão nas páginas dos senadores no Facebook, criando dois principais grupos compostos por oposição e aliados ao governo petista. No primeiro conjunto, temos como principal articulador o senador Aécio Neves (PSDB-MG), seguido por Ronaldo Caiado (DEM-GO), e que, juntos, compõem as

mandalas de palavras com mais menções ao impeachment e ao governo do PT. Já o segundo grupo, o dos aliados, tem como protagonistas os senadores Lindbergh Farias (PT-RJ) e Gleisi Hoffmann (PT-PR), defensores da tese do “golpe”.

A constituição dos dois grupos se deu tendo como premissa dois principais pontos: o primeiro se relaciona à quantidade de interações provocadas pelos usuários nas publicações associadas à quantidade de curtidas na página do senador. O segundo remete ao envolvimento do senador no debate, sua participação em defesa de um ponto de vista e seu processo sócio-histórico, que traz para a discussão seus posicionamentos e disputas políticas no cenário brasileiro.

A polaridade no processo de impeachment é que dita a organização do discurso político dos senadores, que buscam mostrar seus posicionamentos, opiniões e certezas sobre os fatos. A presença co-ocorrente dos termos “golpe” e “processo” nos direcionam para um polo, enquanto as palavras mais legalistas como “impeachment”, “comissão”, “interino” e “afastada” nos apontam para um lado oposto. Assim se formam as narrativas polarizadas que direcionaram todo o debate do processo de impeachment. A construção da narrativa do “governo interino”, tem a figura de Michel Temer como ator principal. Toda a narrativa do impeachment e do golpe versa sobre a administração de Dilma e o PT, e a alternativa para a mudança, com Temer e o PMDB.

### **Considerações finais**

O presente artigo buscou de forma reduzida mostrar uma parcela do processo metodológico usado na dissertação de mestrado da autora com o objetivo de analisar os perfis de senadores que se envolveram na discussão do impeachment na rede social Facebook. No trabalho completo, foi definido como objetivo principal identificar como os agentes políticos usam as ferramentas disponíveis nas redes sociais para se constituírem como atores de disputas discursivas e narrativas, na pretensão de compreender as principais formas enunciativas adotadas pelos senadores no Facebook, além dos temas e narrativas mais evidentes e que provocaram engajamento na rede. Já neste artigo, buscamos apontar os processos metodológicos de coleta e mineração de dados, bem como o processo de identificação dos discursos com base em Charaudeau e seus estudos sobre o discurso político. Buscamos, portanto, identificar as estratégias discursivas dos políticos usadas com o intuito de criar legitimidade em seus argumentos.

Compreender as possibilidades da tecnologia e o papel dos atores envolvidos incita a consciência de que humanos e máquinas ocupam um mesmo espaço, um mesmo território ou campo. Entretanto, acreditamos que as funções desempenhadas por esses agentes não podem ser consideradas iguais. Assim, entendemos que são as relações entre os agentes humanos nas redes sociais que provoca a interação, a influência e legitimam os discursos políticos.

Usando a análise do discurso, baseada nos estudos de Patrick Charaudeau, pudemos entender que a construção discursiva é influenciada pela formação sócio-histórica do sujeito linguageiro, pelo lugar de fala que ocupa, pelas influências do contexto e relações sociais dentro de um espaço de diálogo. Também compreendemos que o ato comunicacional adotado pelos falantes, ao recorrer a estratégias discursivas e gerar efeitos de sentidos, busca influenciar o interlocutor e convencê-lo a aderir às suas pretensões.

Nosso aporte teórico nos permitiu compreender o discurso político como uma prática social, sustentada por forças simbólicas e disputas de poder, uma vez que ao adentrar na arena política, há um trabalho de convencimento para adesão à pauta defendida. O *ethos* e o *pathos* são, por sua vez, determinações dominantes no discurso, e, na maior parte das situações, a emoção supera os aspectos racionais, se valendo da forma como o narrador constitui o acontecimento, apropriando-se de frações do todo para criar um discurso credível. Os processos discursivos, com suas palavras, imagens e narrativas, constroem um imaginário coletivo, o político conquista um público e cria laços, provoca sentimentos.

Foi possível concluir que uma das principais estratégias discursivas usadas pelos políticos envolve roteirizar e dramatizar fatos do cotidiano na vida política e narrá-los de forma a constituir a si e ao outro, produzindo efeitos, ora de proximidade e compartilhamento de interesses, ora de distanciamento e polarização. A dramatização do discurso identificada por Charaudeau (2015) nos permitiu compreender a configuração das narrativas encenadas, cujo fim é convencer e persuadir.

Ao sugerirmos o Facebook e as publicações dos senadores da República para esta análise, nos propusemos a enxergar o uso de estratégias semelhantes para a construção de suas narrativas sobre o processo de afastamento da presidente Dilma Rousseff. Com os recursos de visualização das palavras que permitiram uma outras formas de analisar os discursos coletados, ficou ainda mais evidente a presença da polarização política que tomou conta das redes sociais em 2014 e que resultou em um processo eleitoral ofensivo e violento em 2018.

Em suma, chegamos à conclusão de que os agentes políticos, quando organizados para atuar nas redes sociais, conseguem unir sua legitimidade política à construção de um *ethos* crível na rede social, provocando a participação de curtidores, seguidores e demais usuários do Facebook por meio de argumentos racionais e da força das emoções usadas no processo de construção do discurso político.

## Referências

- BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo** (1977). Lisboa (Portugal): Edições, v. 70, 2010.
- BRANDÃO, Helena H. Nagamine. **Introdução à análise do discurso**. Editora da UNICAMP, 2002.
- CHARAUDEAU, Patrick. **A conquista da opinião pública: como o discurso manipula as escolhas políticas**. São Paulo. Editora Contexto, 2016.
- CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das Mídias**. São Paulo. Editora Contexto, 2006.
- CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso Político**. São Paulo. Editora Contexto, 2015.
- CHARAUDEAU, Patrick. **Linguagem e Discurso**. São Paulo. Editora Contexto, 2016.
- CHARAUDEAU, Patrick. **O discurso propagandista: uma tipologia**. Tradução: Machado, Ida Lucia & Mello, Renato. In: *Análises do Discurso Hoje*, vol. 3. Rio de Janeiro: Nova Fronteira (Lucerna) 2010, p.57-78, 2010.
- CHARAUDEAU, Patrick. Uma análise semiolinguística do texto e do discurso. In: PAULIUKONIS, M. A. L. e GAVAZZI, S. (Orgs.) **Da língua ao discurso: reflexões para o ensino**. Rio de Janeiro: Lucerna, 2005, p. 11-27., 2005
- CHARAUDEAU, Patrick. Visadas discursivas, gêneros situacionais e construção textual. In: Ida Lucia Machado e Renato de Mello. **Gêneros reflexões em análise do discurso**. Belo Horizonte, Nad/Fale-UFMG, 2004.
- JANOWSKI, Daniele Andrea. A teoria de Pierre Bourdieu: Habitus, campo social e capital cultural. **Memoria Académica: compartimos lo que sabemos**. UNLP-FaHCE. VIII Jornadas de Sociología de la UNLP, 2014.
- TEEHAN, Geoff. Reactions: Not everything in life is Likable. **Medium**, 2016. Disponível em: <<https://medium.com/facebook-design/reactions-not-everything-in-life-is-likable-5c403de72a3f>>
- PROCHASSON, Christophe. **Emoções e política: primeiras aproximações**. *Varia Historia*, v. 21, n. 34, p. 305-324, 2005.