

O DISCURSO “LIBERAL” NO FACEBOOK: MBL E LIVRES

Erick Lucas Migoto Teodoro¹ – Universidade de Taubaté
Bianca Martins Peter² – Universidade de Taubaté

Resumo:

O presente trabalho discorre sobre os resultados de uma Iniciação Científica realizada em 2018, em que objetivou-se identificar as estratégias discursivas de dois grupos políticos de influência a partir de análise de suas páginas na rede social *Facebook*. Foi realizada uma análise comparativa entre os discursos das páginas do Movimento Brasil Livre e Livres, que se reconhecem como grupos liberais, baseando-se no modelo comunicacional de Charaudeau (2009) e no sistema de hipergenericidade de Rezende (2007) para estudo do discurso digital. A partir da análise dos *corpora*, foi possível evidenciar as diferentes estratégias utilizadas para legitimarem seus discursos e seus diálogos com a ideologia liberal. Ainda, foi oportunizada a hipótese de um Discurso-Produto e a consequente análise de como os grupos em questão respondem a essa tendência corrente no meio digital.

Palavras-chave: Análise do Discurso Digital. Identidades Discursivas. Discurso Político.

Abstract:

This paper discusses the results of a Scientific Initiation research developed in 2018 which aimed to identify the discursive strategies of two political groups of influence through analysis of their pages on the social network Facebook. A comparative analysis was performed between the speeches on the pages of Livres and Movimento Brasil Livre, groups of influence that recognize themselves as liberals, based on Charaudeau's (2009) communicational model and Rezende's (2007) hypergenericity system for the study of digital discourse. From the *corpora* analysis, it was possible to highlight the different strategies used to legitimize their discourses and dialogues with liberal ideology. Furthermore, the hypothesis of a Product-Discourse was evolved, as well as the consequent analysis of how the groups in question responded to this current trend in the digital environment.

Keywords: Digital Discourse Analysis. Discursive Identities. Political Discourse.

Introdução

O presente projeto buscou compreender a articulação discursiva de dois grupos políticos, Movimento Brasil Livre (MBL) e Livres, no ambiente digital. O trabalho tomou por perspectiva precisamente a atuação desses grupos na rede social *Facebook*, na qual ambos possuem o maior número bruto de seguidores – não levando em conta o alcance, apenas os números informados pelo perfil em cada plataforma – em comparação às suas páginas em outras redes digitais. Com fundação no final de 2014 e no início de 2016, respectivamente, MBL e Livres participam de um processo da ascensão dos discursos neoliberal e liberal impulsionado pela instabilidade política no Brasil nos últimos anos, como o começo das investigações da “Operação Lava Jato”, em 2014, e os episódios que culminaram no *impeachment* da então presidente Dilma Rousseff, em 2016. Apesar das inaugurações próximas, a criação dos grupos

¹ Graduado em Letras (Português, Inglês e suas respectivas literaturas) na Universidade de Taubaté, bolsista Pibic/CAPES entre 2018 e 2019.

² Graduada em Letras (Português, Inglês e suas respectivas literaturas) pela Universidade de Taubaté e graduanda em Pedagogia pela mesma instituição.

se desenvolveu em termos diferentes. O Movimento Brasil Livre foi desenvolvido a partir de um movimento de manifestação popular em apoio à Lava Jato, enquanto o Livres foi incubado dentro do Partido Social Liberal (PSL), até se tornar um movimento suprapartidário em decorrência do rompimento com o PSL em 2018 (quando o partido decidiu por abrigar a candidatura de Jair Bolsonaro à presidência da República).

Os grupos podem também ser denominados de *think tanks*, ou seja, grupos de influência organizada da opinião pública. Ainda que dialoguem, ao menos enquanto apresentação, com a tradição liberal, os grupos possuem formas pouco consonantes de interpretar a liberdade e de apresentar suas ideias para a sociedade. Por meio da comparação desses discursos, esperou-se identificar e descrever como os grupos dialogam (ou deixam de dialogar) com a tradição em que supostamente se inserem, considerando seus posicionamentos durante a eleição presidencial de 2018, a primeira da qual fariam parte como grupos oficialmente fundados.

Para tal, o trabalho fundamentou-se no modelo comunicacional de Patrick Charaudeau (2009), cujos elementos constitutivos são: dispositivo socio-comunicacional, imaginário socio-discursivo e mise-en-scène discursiva. O modelo foi adaptado para objetivo do trabalho pela assimilação do sistema de hipergenericidade de Rezende (2017).

A seleção dos corpora atendeu a um recorte temporal: a eleição presidencial de 2018, sendo recolhidas amostras entre agosto e novembro. No presente trabalho, foram selecionadas como exemplos as que melhor representassem os padrões encontrados na análise do espaço amostral do qual originalmente são parte.

Ao final do trabalho chegou-se à hipótese de um discurso-produto, um discurso feito para ser apropriado e reproduzido (no caso, por meio da ferramenta de compartilhamento do *Facebook*), buscando automatizar sua reprodução – em especial, por meio da impessoalidade.

1. Dispositivo socio-comunicacional

“O quadro socio-comunicacional é o lugar em que se estabilizam as trocas sociais constituindo dispositivos de troca que funcionam como contratos de comunicação” (CHARAUDEAU, 2009, p.9). O dispositivo socio-comunicacional adequa a enunciação ao contexto situacional na qual ela se inserirá; por conta disso, escolheu-se aqui analisá-lo a partir também da ‘competência semiolinguística’ (CHARAUDEAU, 2009, p.9), que permitem ao sujeito “[...] combinar formas (escolha das formas em relação com o sentido e as regras de combinação), em função das restrições da língua, e em relação com as restrições do quadro situacional e os dados da organização discursiva”.

Considerando novamente o que foi apresentado, ambos os grupos surgem diante de uma situação socio-histórica de instabilidade política. O MBL surge de manifestações de grande adesão, seja aderindo a essas, seja produzindo-as; o Livres surge, ao que se pode inferir, como uma tentativa organizada de aproveitamento do discurso liberal, sendo composto por diferentes lideranças e incubado em um partido como tendência.

Desses aspectos, podem-se distinguir seus perfis. Por mais que ocupem posições discursivas (ORLANDI, 1999) muito próximas, os dois grupos possuem identidades sociais legitimadas de modos diferentes: o MBL pela posição empírica de participante das manifestações, a legitimidade vinda da experiência; o Livres pela posição de grupo político-intelectual, tendo em mente a constituição de um conselho acadêmico, busca ser legitimado pela competência, pelo saber-fazer (CHARAUDEAU, 2009; 2016).

É possível inferir, dessa forma, que a linguagem do MBL é mais permissiva por, justamente, buscar uma legitimação empírica. Sua estratégia consiste em tentar criar uma identificação imediata com o público-alvo e, por conta disso, apresenta postagens linguisticamente informais, simplistas e objetivas, sendo produzidas, possivelmente, para serem lidas e replicadas de forma quase instantânea. As publicações baseadas em imagens, por sua vez, tendem a ser chamativas, apresentando majoritariamente fontes grandes em cores de destaque (amarelo ou branco sobre fundo preto), quando não memes (montagens com teor humorístico).

Figura 1 – Textos-imagens na página do Movimento Brasil Livre



Fontes: <https://www.facebook.com/mblivre/photos/perdeu-playboy/1092813510842791/>;
<https://www.facebook.com/mblivre/photos/a.204296283027856/1092813510842791/?type=1&theater>.

O dispositivo socio-comunicacional do Livres funciona de forma quase totalmente diferente. Primeiramente, é adotada uma linguagem mais formal ao texto, que permite menos

nuances e costuma se centrar em expor ideias ou em servir de “chamada” para um outro texto associado ao grupo. Imagem e texto se relacionam de forma diferente: quase toda publicação é acompanhada de um texto complementar e, em diversos momentos, a imagem funciona como atrativo para o texto. A cor mais utilizada tende a ser o roxo e o branco, que acaba por ser menos visualmente carregado, pelo menos a nível de contraste. Diferentemente do MBL, cujo dispositivo, apesar de permissivo quanto ao tom das postagens, as restringe a serem objetivas, o Livres possui ao menos duas linhas observáveis de postagens: os textos-produtos e os textos autorais.

Como discurso-produto, a autoria individual é ocultada e passa a valer uma autoria do coletivo, em que não há um(a) autor(a) nomeado(a) de quem se possa desconfiar, não há um nome para romper com a identificação/empatia do público. Não há quem deslegitimar. Colocado como grupo homogêneo, o texto-produto é assinado por uma ideia e não por uma pessoa (ao menos na percepção do público). Por conta disso, apenas a autoria de não-representantes diretos do grupo é compartilhada pelo MBL, e mesmo nas imagens de *Twitter*, por exemplo, compartilham respostas como coletivo, salvo os não representantes.

Figura 2 – Exemplo de publicação com autoria explícita na página do Livres



Fonte:

<https://www.facebook.com/EuSouLivres/photos/a.296075163806607/1900075010073273/?type=3&theater>

Os textos autorais por sua vez se opõem diretamente à lógica do discurso-produto, principalmente quebrando a hegemonia nos posicionamentos do grupo de forma mais ou menos clara. No Livres, essa configuração costuma ser assumida. A foto, o nome e as qualificações ou

ocupação do autor ficam destacadas no texto-imagem de modo a criar uma maior legitimidade, seja pela competência ou por outro fator semelhante. Essa postura, que está na maior parte de suas publicações dialoga bem com a ideia de uma heterogeneidade democrática, que dentro do imaginário funcionaria como “liberdade individual”. Ao menos em tese, essa ramificação também facilitaria na criação de identificação com o público alvo, seja por passar uma ideia de autenticidade, seja por cobrir um número maior de opiniões.

2. Sistema de hipergenericidade

O sistema de hipergenericidade de Rezende (2017) contribui para o modelo comunicacional de Patrick Charaudeau (2009) à medida que os enunciados na internet, sobretudo os das “postagens” em redes sociais como o *Facebook*, atendem ao que Maingueneau (2015, p. 130) define como “hipergênero”, ou seja “[...] uma formatação com restrições fracas que pode recobrir gêneros muito diferentes”. A partir do exposto por Maingueneau (2015), Rezende (2017) buscou entender como o compartilhamento seria administrado, o que levou ao sistema de hipergenericidade, em que “[...] cada página compartilha aquilo que lhe é ‘legítimo’ compartilhar, a depender da relação construída entre sua própria identidade discursiva e o campo semântico que engloba as unidades compartilhadas” (REZENDE, 2017, p. 52).

2.1 Movimento Brasil Livre

Quanto ao funcionamento desse sistema de hipergenericidade, a página do MBL segue, de modo geral, duas formas. Na primeira forma, e mais comum, os outros gêneros estão incorporados ao texto: trata-se de uma sobreposição de gêneros, sendo comumente imagens que remetem a outras plataformas (como o *Twitter* ou sites jornalísticos), mas que estão inseridas no texto-base sem link direto, ou seja, sem possibilidade de redirecionamento para o conteúdo original.

Figura 3 – Exemplos de referência a jornais e *tweets* na página do MBL



Fontes: <https://www.facebook.com/mblivre/photos/parab%C3%A9ns-kim-kataguri-lugar-de-bandido-%C3%A9-na-cadeia-n%C3%A3o-em-campanha/1097984313659044/>,
<https://www.facebook.com/mblivre/photos/a.204296283027856/1093677380756404/?type=1&theater>

A segunda forma funciona por meio de *links*, que normalmente direcionam a outros conteúdos do próprio grupo, seja no site ou em outras plataformas como o *Youtube*. Nessa modalidade, os links também levam a sites de alinhamento próximo.

Figura 4 – Exemplo de link incorporado na página do MBL



Fonte: <https://www.facebook.com/mblivre/posts/1089573891166753>

A escolha de qual forma é mais viável para cada possibilidade de compartilhamento se dá de maneira, aparentemente, padronizada. Na primeira, por meio de incorporação de imagens, busca-se fazer um recorte específico do conteúdo de outro gênero; dessa forma, consiste numa forma de filtro, em que o que será mostrado não está sob o completo controle do grupo, e, por conta disso, deve ser vinculado com cautela. Cria-se, portanto, um recorte que facilite a apropriação somente da parte do discurso que convirja aos interesses ideológicos do grupo. Esse mecanismo traz ao enunciado certa legitimidade ao mesmo tempo em que não oferece

riscos imediatos para o discurso enunciado – sejam esses riscos a quebra da automatização do compartilhamento (criando pausas de leitura por exemplo), ou a possibilidade de uma informação oposta à imagem que se pretende construir.

Quando é vinculada uma matéria de jornal, a parte apropriada costuma ser a manchete. Pelo nome do jornal, legitima-se a notícia ao apresentar uma fonte que comprova a veracidade da informação. Por outro lado, não são incorporados o texto na íntegra ou ainda um *link* de acesso à informação, privando o leitor de um canal direto ao conteúdo e a possíveis opiniões quanto à notícia apresentada. No caso do *Twitter*, a lógica é muito semelhante; no entanto, a legitimação vem pela tentativa de soar autêntico, e, por conseguinte, criar identificação com o público. Parece remeter à legitimação pela experiência, como nas manifestações de rua realizadas pelo grupo, proporcionando um contato mais próximo com o público-alvo. O compartilhamento de uma piada ou de uma resposta a um adversário político normalmente é feita em tom irônico e possui autoria de um indivíduo que não responde pelo grupo – apesar de complementá-lo –, próprio do funcionamento do discurso-produto. Essa forma de compartilhar promove um recorte em que a legitimidade é dada de forma atrativa e próxima, mas, assim como em relação às notícias, sem oportunizar o compartilhamento de opiniões divergentes.

Na segunda forma de compartilhamento, a lógica é ainda mais evidente, pois as postagens incorporadas não oferecem risco imediato; em se tratando de uma proximidade ideológica significativa, muito provavelmente não oferecerão riscos de nenhuma ordem. Ainda que possam desautomatizar o compartilhamento (caso haja interação com o *link* e a possível leitura do texto oferecido), o texto provavelmente reforçará a postura do grupo e tornará válido seu compartilhamento.

2.2 Livres

Apesar de se aproximarem das publicações do MBL quanto à sua natureza de grupo de influência da opinião pública que, inevitavelmente, localiza textos num discurso-produto, os textos-produtos produzidos pelo Livres não perdem a linguagem formal, não adotam tom humorístico ou irônico, e utilizam-se de estratégias discursivas e de legitimação diferentes: buscam persuadir, apelando à razão, mais do que seduzir, apelando para emoção do leitor.

A principal semelhança entre os enunciados está nas postagens mais simples, com uma ênfase maior no texto enquanto imagem: são palavras em fonte média ou grande, cores claras sobre um fundo mais escuro, normalmente branco sobre roxo, mas que não chegam a criar o contraste tão evidente quanto nas do MBL. O fundo também pode ser uma imagem colorida em

roxo ou natural. Já a principal diferença é que, mesmo inseridas num contexto de discurso-produto, é comum que haja um texto complementar além de um texto-imagem.

Figura 5 – Exemplo de texto-imagem com texto complementar na página do Livres

A reação fortíssima da sociedade contra o aumento dos salários de ministros do STF, aprovado nesta quarta (07) no Senado, tomou o debate público. A medida, que segue para sanção ou veto do presidente, prevê um reajuste de 16% nos salários dos ministros, que dos atuais R\$ 33,7 mil chegarão a R\$ 39,3 mil.

Um aumento desse quilate agora - quando o Brasil enfrenta a realidade de estados falidos, Previdência insustentável, país recém-saído da maior crise econômica da sua história - já é, por si mesmo, imoral. Mas os desdobramentos do reajuste ainda expandem o problema.

Isso porque o salário de um ministro do STF é a limite máximo do que um funcionário público pode ganhar, o que chamamos de teto constitucional. Pior ainda: muitas categorias têm seus salários atrelados aos dos ministros. Se a remuneração destes sobe, a daqueles segue a tendência.

É o "efeito cascata" da medida. O impacto do reajuste afeta as contas públicas do nível federal ao municipal, atingindo cifras bilionárias e inflacionando um sistema que já vai de mal a pior mesmo sem a nova despesa.

Não podemos deixar que os privilegiados continuem alimentando as próprias mordomas às nossas custas. Assine a petição contra a medida: <http://bit.ly/2OyRSLz> #AumentoNão

ENTENDA EFEITO CASCATA	
AUMENTO DE 16,38% DO SALÁRIO DOS MINISTROS	
R\$ 33.763 para R\$ 39.293	
Algumas categorias que têm o salário atrelado proporcionalmente ao de ministros do Supremo. O jurista estimado do reajuste seria distribuído da seguinte maneira:	
Poder Judiciário (federal)	R\$ 717 milhões
Ministério público (federal)	R\$ 258 milhões
Executivo e Legislativo (federal) + Defensoria Pública da União	R\$ 400 milhões
Servidores estaduais	R\$ 2,6 bilhões
TOTAL: R\$4 BILHÕES	
ENQUANTO ISSO AINDA TEMOS QUE RESOLVER	
Déficit fiscal estimado em R\$139 bilhões	
13 milhões de desempregados	

Fonte: <https://www.facebook.com/EuSouLivres/photos/a.296075163806607/2026733440740762/?type=3>

3. Imaginário socio-discursivo

O imaginário socio-discursivo “é o lugar de estruturação das diversas representações sociais.” (CHARAUDEAU, 2009, p.9). São os discursos que já foram enunciados e que estão disponíveis na sociedade, permeando e sendo retomados no discurso.

Os imaginários aqui descritos são apenas recortes de uma dimensão muito extensa e que dificilmente poderia ser descrita em sua completude. Mesmo assim, podemos pensar em alguns dos imaginários evocados por ambos os grupos e aqueles evocados por cada um de forma específica.

Quanto ao imaginário comum, evidencia-se a tradição liberal, em que supostamente se inserem os dois grupos e seus respectivos co-enunciadores. Entretanto, como demonstram os exemplos, os dois grupos têm formas significativamente divergentes de lidar com esse imaginário. No MBL há raríssimas menções ao liberalismo, e, quando realizadas, se mostram superficiais e pouco claras, em que manifestam mais por vocábulos que remetam às ideias liberais do que necessariamente pelos conceitos fundamentais desse espectro ideológico. No Livres, há, com uma certa frequência, uma menção à tradição, cujo papel dentro de uma estratégia de legitimação, apesar de questionável, configura uma relevante distinção se

comparado ao MBL, uma vez que além de citar nominalmente autores ou correntes, também indicam o setor em que se inserem (liberalismo social, político ou econômico).

Essa é a primeira e principal diferença entre o imaginário evocado pelos grupos. Todavia, ao olharmos para as especificidades de cada um, percebe-se a tentativa de construir imagens totalmente diferentes tanto para si, enquanto grupo, quanto para outros grupos.

Remetendo aos exemplos que já foram dados, no MBL observa-se uma construção imagética própria como a figura da oposição à esquerda, que, se colocado em perspectiva, relaciona-se diretamente ao contexto de surgimento do grupo em 2014. O grupo parece estender a ideia de um governo de esquerda para a imprensa tradicional e para outros setores do governo; para isso, constitui o imaginário de uma esquerda hegemônica e homogênea, absoluta e unida, que permeia o país em diferentes níveis. Através de uma construção nós-eles, buscam criar identificação pela “vitimização do povo” e pela “satanização dos culpados” (CHARAUDEAU, 2016), investindo, portanto, na ideia de que é o povo a maior vítima da decadência da nação causada pela esquerda – essa que é, por sua vez, a raiz de todos os males.

O Livres, em seu turno, procura construir uma imagética de atuante em um liberalismo autêntico, conforme pode ser observado no texto autoral usado de exemplo. Texto cujo início, ainda, traz a deslegitimação da figura de Bolsonaro enquanto uma figura liberal. Trata-se portanto de deslegitimar, direta ou indiretamente, outras formas de liberalismo, normalmente focadas mais na economia do que necessariamente nas liberdades individuais e coletivas. Nesse sentido, o Livres busca se colocar como um liberalismo integral (político, social e econômico) que respeitando a diversidade (de gênero e de sexualidade, principalmente).

3.1 Mise-en-scène

A mise-en-scène discursiva é para Charaudeau (2009, p.9) o lugar, no modelo comunicacional, em que

o sujeito, tendo mergulhado nos imaginários socio-discursivos, e levando em conta as restrições do quadro situacional e de suas instruções, procede à organização de seu discurso, e portanto, constrói para si uma identidade mais ou menos “individuada”.

Em outras palavras, é a síntese entre o dispositivo e o imaginário: é o espaço das estratégias discursivas de legitimação, de credibilidade e de captação (CHARAUDEAU, 2009). Dessas, a que mais nos interessa é a de captação. Conforme o mesmo autor:

As estratégias de captação surgem quando o Eu-falante não está, para com seu interlocutor, numa relação de autoridade. Se estivesse, seria suficiente dar uma ordem para que o outro a cumprisse. A captação vem da necessidade, para o sujeito, de assegurar-se de que seu parceiro na troca comunicativa percebe seu projeto de intencionalidade, isto é, compartilha de suas ideias, suas opiniões e/ou está “impressionado” (tocado em sua afetividade) (CHARAUDEAU, 2009, p. 5).

Compreende-se aqui que a captação por parte dos grupos ocorre por meio de estratégias diferentes. No caso do MBL, a sedução, enquanto transformação do alvo seduzido em herói, vem na forma da construção de um povo, ora vítima, ora resgatado pelos seus representantes. O MBL se assume, por conseguinte, ativamente como heróis de si mesmos por meio da influência do grupo. O Livres, com a construção da imagem de liberais autênticos, tenta se legitimar pela pluralidade de ideias, persuadindo e apelando à razão dos indivíduos que os seguem, partindo dos pressupostos tradicionais do liberalismo com que pretendem dialogar – e, nesse sentido, configurando-se a legitimação pela competência.

Considerações finais

Ao tomarmos a análise da autoria a partir de dois eixos de medição, a saber, a identidade construída e da influência, é possível inferir que, em um extremo máximo da autoria, estaria a identidade individual com pouca influência da antecipação – um discurso dito por um indivíduo que não se importa, ao menos não na mesma medida que um grupo político, em fazer-se legitimado ou não. No extremo oposto, estaria o discurso-produto em sua atuação mais evidente, em se percebe a construção de uma identidade coletiva com alta influência de antecipação, tornando o discurso fortemente determinado pela imagem que pretende construir para o público-alvo – e pela imagem que acredita ter sido construída aos olhos desse público – do que por ideias “autorais” de fato. As condições do meio digital, que pedem por discurso flexibilizado que visa a atender uma definida demanda-consumo, tende a agilizar de tal modo o compartilhamento, que, ao automatizá-lo, negligencia embasamentos em determinada tradição e converge para a disseminação de ideias instantâneas a fim de captar novos “consumidores” desse discurso-produto.

Diante disso, teríamos o MBL como caso exemplar de discurso-produto, enquanto o Livres, ainda que o faça, reside em um espaço longe dos extremos desse espectro, constituindo uma identidade coletiva, mas com moderada influência da antecipação. Quanto ao discurso dos grupos em relação ao liberalismo, a identidade construída sobre essa tradição parece constituir uma estratégia de legitimação. No entanto, no Movimento Brasil Livre, por conta da escassa

referência direta a autores, obras, correntes, enfim, a qualquer tradição liberal, solicita-se cautela em inferir diálogos explícitos com esse pensamento político.

Referências

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

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

MAINGUENEAU, D. *Discurso e análise do discurso*. São Paulo: Parábola, 2015.

ORLANDI, E. P. *Análise de discurso: princípios e procedimentos*. 3. ed. Campinas: Pontes, 1999.

REZENDE, B. R. M. P. R. *Hipergênero e sistema de hipergenericidade: análise do funcionamento discursivo do Facebook*. 2017. Dissertação (Mestrado em Estudos Linguísticos) – Programa de Pós-Graduação em Estudos Linguísticos, Universidade Federal de Uberlândia, Uberlândia, MG. Disponível em: <<https://bit.ly/rezendedissertacao>>. Acesso em: 23 jun. 2020.