

**UMA PERSPECTIVA DISCURSIVA: A “VERDADE”  
NO DISCURSO POLÍTICO NA PÓS-MODERNIDADE<sup>368</sup>**

Ana Cláudia Dias Ribeiro (UFTe IFRO)

[anacachinho@gmail.com](mailto:anacachinho@gmail.com)

Maria Deusa Brito de Sousa Apinagé (UFT)

[deusa.gui@hotmail.com](mailto:deusa.gui@hotmail.com)

**RESUMO**

O presente trabalho é resultante das leituras e discussões realizadas na disciplina de Fundamentos em Análise de Discurso, tem por objetivo identificar como o discurso político é afetado por modos próprios de constituição, formulação e circulação, a partir de um *post* do *Twitter* do então presidente Jair Messias Bolsonaro. Mobilizamos como embasamento teórico a Análise de Discurso (AD) de orientação francesa representada nos/pelos trabalhos de Pêcheux, Orlandi, Dias, Courtine, entre outros. Nessa perspectiva, por meio da Análise de Discurso, buscou-se compreender como o objeto simbólico em questão (*tuíte*) produz sentidos, apontando os processos de significação mobilizados pelo texto, por meio dos processos de produção do discurso: a constituição, a formulação, considerando sua inscrição político-ideológica na produção da memória.

**Palavras-chave:**

Discurso. Verdade. Mídias digitais.

**ABSTRACT**

This paper is the result of the readings and discussions conducted in the Discourse Analysis Fundamentals discipline. Its objective is to identify how political discourse is affected by its own forms of constitution, formulation and circulation, based on a Twitter post from the then President Jair Messias Bolsonaro. We mobilize as theoretical basis the Discourse Analysis (AD) of French orientation represented in / by the works of Pêcheux, Orlandi, Dias, Courtine, among others. From this perspective, through Discourse Analysis, we sought to understand how the symbolic object in question (*tweet*) produces meanings, pointing to the processes of meaning mobilized by the text, through the processes of discourse production: the constitution, the formulation, considering its political-ideological inscription in the production of memory.

**Keywords:**

Speech. Truth. Digital media.

---

<sup>368</sup> Trabalho apresentado como requisito de avaliação parcial ao professor João de Deus Leite, na disciplina de Fundamentos em Análise de Discurso, do Programa de Pós-Graduação em Letras: Ensino de Língua e Literatura da Universidade Federal do Tocantins – *Campus Araguaína*.

## 1. Introdução

“O demônio consegue citar as Escrituras a seu favor.”<sup>369</sup> (William Shakespeare, 2002, p. 14 [95])

O foco deste trabalho é identificar como o discurso político é afetado por modos próprios de constituição, formulação e circulação a partir de duas postagens de *Twitter*, realizada pelo atual presidente Jair Messias Bolsonaro, então selecionadas para esta análise. É importante ressaltar, conforme Dias (2018) que os gestos de falar, escrever, digitar/teclar produzem sentidos diferentes e repercutem no modo como nos relacionamos com o conhecimento. Conseqüentemente a forma como o sujeito se relaciona com a linguagem também vai mudar.

Tomamos como embasamento teórico a Análise de Discurso (AD) de orientação francesa representada nos/pelos trabalhos de Pêcheux, Orlandi, Courtine e Dias. Nessa perspectiva, buscamos compreender como o objeto simbólico (tuíte) produz sentidos, mostrando os processos de significação instaurados no texto, descrevendo seu funcionamento. Para a AD a língua é materialidade do discurso, portanto não se pode deixar de considerar sua relação com a historicidade: memória discursiva.

No processo de produção do discurso temos três momentos relevantes: a constituição, a formulação e a circulação (ORLANDI, 2012a). Eles são inseparáveis e se inter-relacionam. A constituição tem a ver com a memória do dizer, que implica no contexto histórico-ideológico. Já formulação diz respeito às condições de produção, enquanto que a circulação seria o “meio” onde o discurso pode se fazer presente. Ocorre que as questões que envolvem a formulação e circulação se sobrepõem quando se trata de tecnologias de linguagem.

Com o advento das mídias digitais o “postar” tornou-se uma atividade de escrita cotidiana, ressignificando a escrita enquanto gesto, ou seja, modificando aspectos da formulação do discurso. Segundo Dias “O postar inclui o percurso, o envio, a espera, a chegada, a saber, o meio, é uma forma de escritura que implica o compartilhamento, a viralização, mas também as *hashtags* ou imagens, memes, vídeos e etc.” (DIAS, 2018, p. 158). Portanto, quando se faz uma postagem é para alguém, isto implica na circulação.

---

<sup>369</sup> “The devil can quote the Scriptures in his favor.”

Ocorre que dentro dos aspectos de formulação e circulação há de se considerar a dimensão técnica do silêncio. Para Dias (2018):

1) dependendo da maneira como circula e das condições de circulação de um objeto simbólico, ele vai produzir certos sentidos e não outros; 2) o meio em que certos dizeres vão circular é também determinante de sua formulação. (DIAS, 2018, p. 184)

O que interessa, na dimensão técnica do silêncio é o não aleatório das circulações discursivas, que vão desvendar suas filiações. Vale ainda ressaltar que a informática produz a ilusão de uma memória não sujeita a falhas. Orlandi chama de memória metálica ou formal, pois “‘lineariza’ o interdiscurso, reduzindo o saber discursivo a um pacote de informações, ideologicamente equivalentes, sem definir posições” (ORLANDI, 1996, p. 15-6). Para Dias (2018) a memória digital se difere da memória metálica, porém tem ligação com ela. Enquanto esta última trabalha com a quantidade de dados armazenados e processados a primeira é aquilo que escapa à máquina e se inscreve no discurso digital por meio do interdiscurso.

## **2. Discurso político**

Giménez (*Apud* DIAS, 2018, p. 174) conceitua a língua de madeira, tomada por jornalistas e políticos, como sendo um “estilo rígido, repetitivo e estereotipado dos discursos”. Produzindo assim efeitos de consenso e legitimidade, como forma de eliminar o contraditório, é muito utilizada por autoridades.

Pêcheux (2011 [1979]) chama de língua de Estado aquela, utilizada pelos líderes totalitários, em que se emprega uma série de estratégias de discurso com o objetivo de eliminar a contradição e maquiagem a existência das relações de classes. Fazendo uso de “uma falsa aparência para contornar indefinidamente o que todo mundo sabe e ninguém pode dizer” (PÊCHEUX (2011 [1979]), p. 86).

O discurso político, de acordo com Courtine, tem sofrido “uma dupla exigência; de uma parte, uma injunção à verdade: ele é o

‘falar verdadeiro’ e exprimiria em sua transparência as próprias coisas. De outra parte um imperativo de simplicidade: ele é então o ‘falar francamente’, língua ordinária, banalização cotidiana das ideias políticas. A maioria dos governantes se aplicam desde então a falar línguas mínimas, *basics*. (COURTINE, 2003, p. 23)

Assim, alguns políticos optam pela economicidade, empregando

poucas palavras, utilizando frases curtas. Compreendendo o discurso como o produto de consumo das massas. Acaba por tornar o discurso político palatável, ocasionando uma identificação na perspectiva do cidadão. Nesse processo de interlocução, por meio das mídias digitais acaba por ocasionar uma “proximidade longínqua”, na qual os interlocutores estão em contato direto com o enunciador.

A informática possibilita por meio dos algoritmos, que os dados lançados na rede virem mercadoria. Através desses dados é possível desvendar o grupo social das pessoas, suas preferências permitindo, àquela mídia social que está sendo utilizada, selecionar os tipos de anúncios, notícias, *links* de *site* que serão veiculadas no *feed* das pessoas. Dessa forma, ocorre o silenciamento, a partir daquilo que o algoritmo não nos mostra ou deixa ver.

A partir da eleição presidencial americana em 2016, esses dados passaram a ser utilizados favorecendo a antecipação que enunciador faz de seu interlocutor quanto as ideias que defende, grupos que participa, preferências políticas. Dessa maneira, conhecendo antecipadamente os desejos e preferência do grupo social a que pretende atingir, ele seleciona seus argumentos visando atingir determinado efeito em seu interlocutor. Segundo publicação da Revista época, Eduardo Bolsonaro procurou orientações de Steve Bannon, que dirigiu a campanha de Donald Trump para formular estratégia de campanha do pai (Jair Bolsonaro). “O suporte e dica de *internet*, de repente uma análise, interpretar dados, essas coisas”, disse Eduardo Bolsonaro. Por isso, as estratégias utilizadas na campanha do candidato brasileiro foram similares as do presidente americano: o uso das redes sociais, os meios de comunicação digitais, a exploração bastante organizada da *big data*, de banco de dados e utilização de robôs. Além de adotar a postura de ataque à imprensa tal qual o presidente estadunidense. Como deixa pontuado, Courtine (2006, p. 23), “[a] mentira hoje é eletrônica, instantânea, global; o produto de uma organização racional e de uma estrita divisão de trabalho”.

### **3. A verdade em tempos de pós-modernidade**

No período pós-moderno, em que nos encontramos vivenciamos o crescimento da produção e da rapidez de circulação das mercadorias pelo mundo. No que diz respeito às informações, se torna cada vez mais difícil diferenciar a verdade da mentira devido à quantidade de informações que nos alcançam de todos os lugares, a todo o momento, em um ritmo

acelerado. Já não se sabe mais se somos informados, intoxicados ou “in-foxicados” de acordo com o Sage Blog:

Em 1996, o físico espanhol AlfonsCornella criou o termo “infoxicação”, um neologismo que resulta da soma da “informação” com a “intoxicação”. Essa patologia moderna promove uma espécie de compulsão pelas notícias e torna o indivíduo incapacitado de realizar qualquer análise crítica sobre a menor informação que recebe. O infoxicado, assim como alguém que está contaminado por um vírus, compartilha mentiras e propaga informações falsas, pois já não consegue avaliar a veracidade daquilo que recebe. Esse indivíduo também não consegue medir as consequências dos danos que pode causar propagando mentiras e não possui qualquer senso de responsabilidade sobre as notícias que compartilha. (SAGE BLOG, 2016)

Conforme Courtine “É a esses tipos de pessoas que se faz circular o que os outros têm forjado e inventado, pois não há homem que debite e espalhe uma mentira com tanta graça como aquele que nela acredita” (COURTINE, 2006, p. 49).

A política também se inseriu nos padrões midiáticos pós-moderno, de acordo com Courtine (2003) “o espetáculo político”, em que o homem “privado” se torna personagem “público”. Bourdieu (citado por Piovezani Filho, 2003, p. 57, grifo do autor) nos diz que “o capital político é uma forma de capital simbólico, **crédito** firmado na **crença** e no **reconhecimento**”. Portanto, suscetível a denúncias e escândalos. Dessa forma, surge uma tensão no campo político em que se contrapõe o par ser/verdade X parecer/mentira-segredo (PIOVEZANI, 2003). Assim, o próprio poder simbólico político atribui à mídia o papel de agente esclarecedora realidade.

Em 2016 Donald Trump foi eleito presidente com o *slogan* “Let’s Make America Great Again!” (em português: “Vamos fazer a América grande novamente!”). É fato que o presidente americano ganhou as eleições disseminando notícias falsas e fatos alternativos em uma era de pós-verdade. Vivenciamos um período em que as notícias são tomadas como falsas e a aceitação da possibilidade de que os fatos têm alternativas tem provocado mudança no jornalismo, notícias e ideias da realidade.

Pennycook (2018) traz alguns pontos de reflexão propostos por Latour, que questiona quando o trabalho de crítica social inspirado por Bourdieu ou Foucault, por exemplo, começou a parecer um pouco com teoria da conspiração. Como se chegou ao fato de ser ridicularizado por

fazer parte de uma “comunidade baseada na realidade”? E os céticos da mudança climática? O terraplanismo? Nas Ciências Sociais “as realidades são socialmente construídas pelos seres humanos através do discurso” e ainda necessita de “um compromisso com a existência e acessibilidade de ‘verdade’, ‘fatos’ e ‘realidades’” (LUKE *apud* PENNYCOOK, 2018).

#### **4. A “arte” de governar**

Os sentidos em torno da palavra arte foram sendo construídos ao longo do tempo e variaram conforme a época, a cultura e a formação discursiva dos sujeitos. Cada filósofo, por exemplo, ao pensar a arte pensou de acordo com o seu modo de ver e compreender o mundo. Desse modo, um mesmo acontecimento, com as mesmas condições de produção, pode ser pensado de maneira diferente porque existem formações discursivas diferentes. De acordo com o Dicionário Etimológico a palavra arte é oriunda do latim e significa “técnica”, “habilidade natural ou adquirida” e se relacionarmos com a palavra governar, resulta em “técnica e habilidade de governar”. Nesse sentido, uma dada formação discursiva, em certa conjuntura, vai se apropriar dessa técnica e habilidade, do modo como ela compreende o mundo, e praticá-la à sua maneira.

Ao assumir o governo da nação brasileira, em 2019, Bolsonaro se apropria de taistécnicas e habilidades frente ao acontecimento de governar. Diante dos estereótipos concebidos pelo povo de que “todo político é mentiroso”, o presidente põe em prática a “arte” de governar. Para isso, ele toma posse, além do cargo e da faixa presidencial, do enunciado bíblico “E conhecereis a verdade, e a verdade vos libertará” (João 8:32). O uso constante desse versículo, em ocasiões importantes e com grande alcance de receptores, tem a intenção de (des)construir o estereótipo criado em relação à imagem dos políticos, melhor dizendo, a imagem de Bolsonaro.

Ao se aposar do versículo de João 8:32, em seus discursos, o presidente tem a pretensão de deixar o cenário político esteticamente organizado, com equilíbrio, com harmonia, valores que representam um conjunto de procedimentos concernentes ao campo da arte. Dito de outro modo, a finalidade é ornamentar um ambiente que está desorganizado. Outro gesto de leitura que pode ser feito diante do versículo “E conhecereis a verdade, e a verdade vos libertará”, é a compreensão de que o povo brasileiro, em momentos anteriores, não conhecia a “verdade” e por isso,

vivia preso, cativo, aprisionado à mentira. A partir do momento em que o povo conhecer a verdade, e a verdade é Bolsonaro, serão libertos. O capítulo bíblico é utilizado como um argumento com a intenção de atingir, especialmente, o público que o elegeu, bem como aos petistas que são tidos como escravos das mentiras do PT, neste caso, ele veio para libertá-los.

Conforme enfoca Orlandi:

Se a argumentação é conduzida pelas intenções do sujeito, este tem no entantossua posição já constituída e produz seus argumentos sob o efeito da sua ilusão subjetiva afetada pela vontade da verdade, pelas evidências do sentido. (ORLANDI, 1998, p. 78)

No intuito de mostrar a verdade, Bolsonaro joga com as técnicas que tem em mãos; projetaa imagem de seus ouvintes e no processo de antecipação, ele se coloca no lugar desses ouvintes para argumentar em favor de seu discurso. Ainda sob a esteira de Orlandi “Argumentar é prever, tomado pelo jogo de imagens” (1998, p.77). Ainda que, nesse processo de antecipação e previsão da imagem do ouvinte, o objetivo do autor seja concordar ou mesmo modificar a posição desse ouvinte, há nesse processo, intencionalidade.

Diante dessas considerações fica evidenciado que não há neutralidade no discurso e que todo discurso, assim como o sujeito, é carregado de intenções.Fica evidenciado, também, que o sujeito não é a origem do que ele diz. Quando ele fala de algo, alguém já falou antes, em outro lugar e em outro momento. Seja com a nomenclatura de “verdade” ou de “mentira” política, esse acontecimento não é novo, “[...] datado, com cor ideológica e nem com nacionalidade, mas atemporal, não-ideológico e universal” (COURTINE, 2006, p. 9). Para Courtine,esse acontecimento é atemporal e universal, pois, atravessa o tempo e o espaço e permanece atual, supondo uma estabilidade nos atos políticos. O que ocorreu foi uma reconfiguração nesse acontecimento devido a chegada das mídias modernas.

É necessário relatar que acontecimento, citado nesta seção, refere-se à noção de acontecimento mencionado por Michel Pêcheux (2015 [1983]) em sua obra, *Estrutura ou acontecimento*. Na qual, é relatado um fato político envolvendo o presidente francês da época, François Mitterrand. Pêcheux nomeia como acontecimento o fato ocorrido por meio do enunciado “On a gagné [Ganhamos.], proferido durante a conquista presidencial por os eleitores que se consideravam vitoriosos por essa conquista. Em uma relação entre os acontecimentos políticos,aqui citados, fica evidenciado o fato da atemporalidade na política, pois mesmo atra-

vessando o tempo e o espaço e produzidos em condições de produção diferentes existe certa regularidade entre os fatos, a semelhança nas posições assumidas, a de presidente da República e nos acontecimentos que são inerentes a essa posição.

### **5. Aspectos da constituição do discurso**

A partir dos três processos de constituição do discurso podemos configurar um percurso de leitura do *corpus* selecionado tendo como base a memória discursiva (implicada na formulação) que se materializa, por meio do texto que concretiza o discurso, portanto, determinado por já-ditos em outros tempos, em outros lugares. Para a AD, a regularidade é marcada como constitutiva, o sentido das palavras não são imanentes, ao contrário, advém de outro lugar, de enunciados já pronunciados e esquecidos. Portanto, em todo gesto de interpretação se faz presente o conceito de memória discursiva/interdiscurso. Nesse sentido, é importante reconhecer a relevância da memória discursiva (constituição dos sentidos) como suporte para a realização da formulação. A interpretação é feita entre a memória institucional (arquivo) e os efeitos da memória (interdiscurso), como explica Orlandi:

a) a memória institucionalizada, ou seja, o arquivo, o trabalho social da interpretação em que se distingue quem tem e quem não tem direito a ela; e b) a memória constitutiva, ou seja, o interdiscurso, o trabalho histórico da constituição da interpretação (o dizível, o repetível, o saber discursivo). (ORLANDI, 1996, p. 67-8)

Conforme a autora, no arquivo, a repetição congela e, no interdiscurso, a repetição é a possibilidade de o sentido vir a ser outro, fazendo trabalhar a influência de uma ausência.

### **6. Condições de produção: O discurso governamental**

Inicialmente, faz-se necessário um percurso de leitura sobre as condições de produção nas quais surge o enunciado proferido por Jair Bolsonaro na Imagem 2: “‘E conhecereis a verdade, e a verdade vos libertará’ (João 8:32). Carrego esta mensagem sempre à frente de nossa missão. Bom dia a todos!”. De acordo com o próprio presidente ele adotou essa passagem bíblica desde que resolveu disputar as eleições de 2018. Esse versículo bíblico foi repetidamente pronunciado por ele, em várias ocasiões, como por exemplo, em uma sessão na câmara dos depu-



## *Círculo Fluminense de Estudos Filológicos e Linguísticos*

tados (01/05/2016), em entrevista para TV Globo (08/10/2018) e em seu discurso logo após ser eleito presidente do Brasil (28/10/2018). No *Twitter*, selecionamos dois momentos em que esse trecho bíblico foi postado. O primeiro, em 3 de maio de 2016 quando ele ainda era deputado federal, aspirante a presidente. E o segundo em 21 de maio de 2019.

Imagem 1: João 8:32



Fonte: *Status do Twitter* de @jairbolsonaro

Imagem 2: Nossa missão



Fonte: *Status do Twitter* de @jairbolsonaro

D'Ancona (2018) revela que a pós-verdade se constitui em uma alteração na percepção e no comportamento das pessoas no sentido de uma perda da perspectiva da verdade como princípio estruturante da sociedade e das decisões de interesse público e privado. As pessoas comuns deixaram a posição de vítimas e alvos passivos e agora passam a exercer papel ativo em boa parte dos processos que alimentam e dão forma à pós-verdade. Replicando um determinado texto, através do compartilhamento

da postagem original.

Bolsonaro se apoia em um dos pilares da pós-verdade: a erosão da confiança. De acordo com d'Ancona o período que corresponde a segunda metade do século XX foi impregnado de escândalos que demoliram a credibilidade da política partidária e da imprensa, atingindo não somente sua reputação, mas fazendo aumentar a crença na existência de um conluio perverso entre elas. Seria, portanto, uma espécie de associação entre o governo e a “grande mídia” para enganar a população e camuflar manobras e interesses de setores de elite. Essa crença deu margem à proliferação de um ceticismo em relação ao jornalismo institucionalizado e à esfera política. Como se o país, antes de Bolsonaro assumir a presidência, tivesse imerso em uma imensidão de mentiras e que ele agora está revelando a verdade conforme vai se passando seu governo.

Nesse sentido, observamos que o versículo bíblico é utilizado por ele como argumento de autoridade para validar suas atitudes nos pronunciamentos. Estabelecendo em seu discurso uma relação direta com o discurso religioso, conferindo a seu discurso uma relação de forças significado pela religião e pela posição-sujeito a qual ele ocupa, de chefe de estado. Como se ele mesmo fosse um representante divino, que falasse em nome de Deus. Como evocam seus seguidores que o chamam de “mito”. Fazendo uma correlação com a mitologia grega, na qual quem profere o mito (poeta-rapsodo) é tido como escolhido dos deuses, capaz de proferir palavras sagradas, incontestáveis, inquestionáveis, tendo as recebido diretamente por revelação divina (CHAUÍ, 2000. p. 32). Dessa forma como a personagem do atual presidente da república assumiu o papel de poeta-rapsodo, e seus discursos são tidos como verdade absoluta para seus apoiadores/seguidores.

Outro fator importante a ser observado na análise do enunciado “E conhecereis a verdade, e a verdade vos libertará” é o meio pelo qual ele circula. Sobre esse assunto, vejamos o que ressalta Orlandi (2012b):

Acrescentamos ainda a importância da instância da circulação onde os dizeres são como se mostram. Os trajetos dos dizeres. E isto nos interessa pois, como procuraremos mostrar, os “meios” não são nunca neutros. Ou seja, os sentidos são como se constituem, como se formulam e como circulam (em que meios e de que maneira: escritos em uma faixa, sussurrados como boato, documento, carta, música etc). (ORLANDI, 2012b, p. 11)

As materialidades selecionadas para esta análise, circulam por meio do *Twitter*, um tipo de *microblog* que tem como objetivo divulgar o

que está acontecendo no momento aqui e agora, limitando as postagens a um máximo de 280 caracteres. É esse dizer “aqui e agora” que sustenta a formulação no digital, de modo que não há como separar a circulação da circunstância da enunciação (DIAS, 2018). Dessa forma, a comunicação política ao utilizar o *Twitter*, faz uso de frases curtas, sem muita profundidade nas informações, mas assegurando seu teor ideológico. Contudo, essa brevidade ou simplicidade explicitadas no discurso não garantem a transparência das intenções, visto que são frutos de uma argumentação feita para atingir o maior público possível.

No que se refere às eleições de 2018, ocorreu uma mudança significativa no cenário político brasileiro. As mídias sociais foram usadas como um instrumento poderoso para fazer circular e mobilizar a campanha eleitoral, do presidente eleito, pelo país. Esse meio de comunicação proporciona uma relação entre locutor e interlocutor de forma rápida e interativa, possibilitando a aproximação entre os interlocutores. Esse mo(vi)mento instaura o novo nas discursividades referentes ao meio político.

## **7. O discurso governamental e os seus sentidos**

Ao adotar o versículo bíblico como justificativa para suas ações, Bolsonaro provoca a produção de

[...] um efeito de sentido que nos leva a uma leitura que silencia ao gosto do discurso da mundialização o fato de que somos um Estado, uma Nação com suas especificidades, com seu povo, com suas diferenças, como é próprio do capitalismo. Ao jeito do discurso neoliberal, mundializado, homogêneo, em que noções como democracia, cidadania não se calçam de determinações concretas (ORLANDI, 2013, p. 26)

Promovendo assim, o silenciamento de que o Brasil é um país laico, em que as pessoas são livres para professar a sua fé, formado por uma diversidade de credos e religiões. A esse respeito há dúvida da própria religião professada por Bolsonaro. Pois há registros em fotos e vídeos onde ele se casa na igreja católica, em outro, mais recente, registra o casamento dele com a atual esposa (Michele) em celebração realizada em uma igreja evangélica. Há fotos que mostram-no sendo batizado em uma igreja evangélica, mas também se encontra declarações em que ele se assume católico, em outras ele se declara cristão.

Em suas atitudes políticas, é visível a admiração que Bolsonaro tem pelas medidas políticas tomadas pelo presidente americano, a ponto

## *Círculo Fluminense de Estudos Filológicos e Linguísticos*

de reproduzir, por exemplo, a forma de agir, utilizando às mídias sociais, adotando uma postura de ataque à imprensa e a utilização de *Fake News* durante a campanha eleitoral tal como Trump.

Para AD, todo discurso tem relação com o que já foi dito, embora o sujeito tenha ilusão de ser a origem do discurso. Nesse sentido, o trecho bíblico utilizado por Bolsonaro é o mesmo que a CIA (*Central Intelligence Agency* que é uma agência de inteligência civil do governo dos Estados Unidos) adotou como lema não-oficial e justificativa para suas ações.

Na Bíblia, o versículo 32, capítulo 8 do livro de João traz: “E conhecereis a verdade, e a verdade vos libertará”, é uma parte do capítulo intitulado “Jesus defende a sua missão e autoridade”, em que esclarece ser filho do Homem, que o enviou a Terra. No versículo anterior, ou seja, o 31 temos: “Se vós permanecerdes na minha palavra, sois verdadeiramente meus discípulos”. Por uma relação metafórica, Bolsonaro estaria se colocando como o Messias (aliás, seu segundo nome), representante de Deus na terra. Como era no Egito na época dos Faraós.

Outro gesto de leitura seria que ao adotar o versículo, Bolsonaro assegura um serviço ideológico mínimo de identificação entre aqueles que pertencem à formação discursiva religiosa. Ele assume o papel, dentro da espetacularização das mídias, de “salvador da pátria” como aquele que vai acabar com a corrupção na política.

A vida privada do presidente ocupa a cena pública, em que o presidente faz questão de divulgar fotos ou vídeos que mostram cenas em que ele está à vontade, usando chinelo, sentado no chão, comendo salgadinho em uma barraquinha, almoçando em restaurante popular, tomando café com leite condensado e etc. Isso é o que Courtine (2003) chama de uma política da vida privada em que se banaliza pequenas ações do dia a dia, enunciando discursos ordinários. Assim a imagem pode modificar a relação entre enunciação do discurso e espetáculo, promovendo um verdadeiro *show* midiático.

### **8. Conclusão**

A partir do período eleitoral de 2018, diante de tantas *Fake News* os meios de comunicação brasileiros, através de seus jornais televisivos ou digitais assumiram a função política de ajudar a população a diferenciar mentiras e falsidade, trazendo à tona a suposta verdade. Se por um

lado existe a mídia com a vontade de esclarecer a verdade, do outro temos aqueles que esperam por essas verdades. De acordo com Piovezani Filho (2003), a pessoa se inscreve em uma subjetividade consumidora, estabelecendo na produção discursiva midiática uma interpretação espectral e não passiva.

Com o digital, conforme nos mostra Dias (2018), ocorre uma mudança de relações entre o sujeito e o social e também das práticas políticas e discursivas. Necessário se faz compreender a circulação dos discursos e armazenamento das memórias, levando em conta uma pluralidade de fatores heterogêneos, como o político, o econômico, o consumo, o mercado de dados, portanto possível de várias interpretações.

É importante ressaltar que a formação discursiva é heterogênea em relação a ela mesma, pois evoca o “outro” sentido que ela não significa. Além disso, compreender o efeito de sentidos é compreender que a materialidade linguística é lugar da manifestação das relações de forças e de sentidos que refletem os confrontos ideológicos. Vale a pena lembrar que para a AD um mesmo objeto simbólico possui diferentes sentidos para os sujeitos. Aqui, apresentamos um gesto de leitura, o que não quer dizer que seja o único possível.

#### REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ARTE. In: *Dicionário Etimológico: etimologia e origem das palavras*. Brasil: 2008 -2019. Disponível em: <https://www.dicionarioetimologico.com.br/arte/>. Acesso em: 30 out. 2019.

BLOG, Sage. *Infoxicação: o que é e como evitar?* Publicado em 05/09/2016. Disponível em: <https://blog.sage.com.br/infoxicacao-o-que-e-como-evitar/> Acesso em: 27/10/2019.

BOLSONARO, Jair M. *E conhecerei a verdade e ela vos libertará*. 05/2016 e 05/2019. Twitter: @jairbolsonaro. Disponível em: <https://twitter.com/jairbolsonaro/status/727618002737348608>. Acesso em: 20/06/2019.

BRESCIANI, Eduardo. *Filho de Bolsonaro diz que marqueteiro de Trump vai ajudar seu pai*. Agosto de 2018. IN: Época. <https://epoca.globo.com/filho-de-bolsonaro-diz-que-marqueteiro-de-trump-vai-ajudar-seu-pai-22963441> Acesso em 01/07/2019.

CHAUÍ, Marilena. *O nascimento da Filosofia*. Convite à Filosofia. São

*Círculo Fluminense de Estudos Filológicos e Linguísticos*

Paulo: Ática, 2000. p. 25-38

COURTINE, J. J. *A arte da mentira política – precedido pelo texto “O Mentir Verdadeiro”*. Traduzido por Mônica Zoppi-Fontana e Roberto LeiserBaronas. São Paulo: Pontes, 2006.

COUTINE, J. J. A política como espetáculo. In: GREGOLIN, Maria do Rosário (Org.). *Discurso e mídia: a cultura do espetáculo*. São Paulo: Claraluz, 2003.

D'ANCONA, Matthew. *Pós-verdade: a nova guerra contra os fatos em tempos de fakenews*. Barueri: Faro, 2018.

DIAS, Cristiane. *Análise do Discurso Digital: sujeito, espaço, memória e arquivo*. Campinas-SP: Pontes, 2018.

ORLANDI, Eni P. *Discursos em análise: sujeito, sentido, ideologia*. Campinas-SP: Pontes, 2012a.

\_\_\_\_\_. *Discurso e Texto: formulação e circulação dos sentidos*. 4ª edição. Campinas-SP: Pontes, 2012b.

\_\_\_\_\_. Uma tautologia ou um embuste semântico-discursivo: País rico é país sem pobreza? In: *Análise de Discurso em perspectiva: teoria, método e análise*. Santa Maria-RS: UFSM, 2013.

\_\_\_\_\_. Discurso e Argumentação: um Observatório do Político, In: *Fórum Linguístico*, Florianópolis, 1998. V. 1, n. 1, p. 73-81.

ORLANDI, Eni P. *Interpretação: autoria, leitura e efeitos do trabalho simbólico*. Campinas-SP: Pontes, 1996.

PÊCHEUX, Michel. *O discurso: estrutura ou acontecimento*. 7. ed. Campinas-SP: Pontes, 2015.

\_\_\_\_\_. Foi “propaganda” mesmo o que você disse? [1979] In: ORLANDI, Eni P (Org.). *Análise de Discurso: Michel Pêcheux (Textos escolhidos)*. Campinas-SP: Pontes, 2011.

PENNYCOOK, A. *Posthumanist Applied Linguistics*. Routledge, USA, 2018.

PIOVEZANI FILHO, C. F. Política midiaticizada e mídia politizada: fronteiras mitigadas na pós-modernidade. In: GREGOLIN, Maria do Rosário (Org.). *Discurso e mídia: a cultura do espetáculo*. São Paulo: Claraluz, 2003.

*Círculo Fluminense de Estudos Filológicos e Linguísticos*

SHAKESPEARE, Wiliam. O mercador de Veneza. Tradução: Helena Barbas. Março de 2002. Disponível em: [http://www.helenabarbas.net/traducoes/Mercador\\_Veneza\\_WShakesp\\_HBarbas.pdf](http://www.helenabarbas.net/traducoes/Mercador_Veneza_WShakesp_HBarbas.pdf). Acesso em: 30 de outubro de 2019.