

Discurso político e polarização do contrato de comunicação: encenação do ato de linguagem em postagem no Facebook

Political discourse and polarization of the communication contract: staging the speech act in a Facebook post

Gabriela de Oliveira Zimmermann ¹



Ernani Cesar de Freitas ²



RESUMO

Esta pesquisa aborda o discurso político no contexto das eleições presidenciais de 2022. O objetivo consiste em descrever e analisar os possíveis interpretativos que decorrem das estratégias discursivas e imagens de identificação encenadas na significação dos posicionamentos políticos de esquerda e direita, manifestados no contrato de comunicação na rede social Facebook, durante o período da eleição presidencial brasileira de 2022. Utiliza-se, para a aplicação teórico-metodológica, a Teoria Semiociológica de Charaudeau (2005, 2017, 2019a, 2019b, 2020), Emediato (2022) em interface com o Discurso Político conforme Charaudeau (2018, 2020, 2022), Soares (2022), Tarouco e Madeira (2013) e Bobbio (1995). Trata-se de uma pesquisa de natureza aplicada, exploratória e descritiva; além disso, no que concerne à sua análise ela é bibliográfica e documental com abordagem qualitativa. O *corpus* constitui-se de uma postagem feita no Facebook por um usuário aleatório, e respectivos comentários decorrentes, no período de 1 a 31 de outubro de 2022, durante a fase eleitoral presidencial, que repercutiram posicionamentos políticos marcadamente de esquerda e direita. Os resultados revelam que, apesar de ideologias opostas, os discursos de esquerda e direita partilham de estratégias discursivas semelhantes, através da projeção de um *ethos* de identificação. Na pesquisa realizada, fica evidente que no discurso político predominam estratégias de captação e projeção de imagens que visem a identificação via valores comuns desejados e partilhados, visto que o jogo político se apoia na necessidade de mostrar-se crível e em dissociação com o discurso a que se contrapõe.

Palavras-chave: Discurso político. Estratégias discursivas. Polarização.

ABSTRACT

This research addresses political discourse in the context of the 2022 presidential elections. The objective is to describe and analyze the possible interpretations that arise from the discursive strategies and identification images staged in the meaning of left-wing and right-wing political positions, manifested in the communication contract on the social network Facebook, during the period of the 2022 Brazilian presidential election. For the theoretical-methodological application, the Semiociological Theory of Charaudeau (2005, 2017, 2019a, 2019b, 2020), Emediato (2022) is used in interface with Political Discourse according to Charaudeau (2018, 2020, 2022), Soares (2022), Tarouco and Madeira (2013) and Bobbio (1995). This is an applied, exploratory and descriptive research; beyond in what is concerned to its analysis it is a bibliographic and documentary with a qualitative approach. The corpus consists of a post made on Facebook by a random user, and the respective resulting comments, from October 1 to 31, 2022, during the presidential election phase, which reflected markedly left-wing and right-wing political positions. The results reveal that, despite opposing ideologies, left-wing and right-wing discourses share similar discursive strategies, through the projection of an *ethos* of identification. It seems clear that strategies of capturing and projecting images that aim at identification through desired and shared common values predominate in political discourse, since the political game is based on the need to appear credible and dissociated from the discourse to which it opposes.

Keywords: Political discourse. Discursive strategies. Polarization.

¹ Mestra pelo Programa de Pós-Graduação em Letras (PPGL) da Universidade de Passo Fundo (UPF). Ijuí/RS, Brasil. E-mail: gabrielazimmermann0@gmail.com.

² Professor Colaborador do Programa de Pós-Graduação em Letras da Universidade de Passo Fundo (UPF), Rio Grande do Sul/RS, Brasil. Doutor em Letras (PUCRS) com pós-doutorado em Linguística Aplicada e Estudos da Linguagem (PUC-SP/LAEL). Membro efetivo do GT ANPOLL – Discurso, Ética e Trabalho. E-mail: ecesar@upf.br

1 INTRODUÇÃO

Este estudo tematiza o discurso político na rede social *Facebook* durante o período de eleições presidenciais de 2022, mais especificamente entre os dias 1 e 31 de outubro. O foco da pesquisa recai sobre as estratégias discursivas mobilizadas pelos sujeitos em suas interações, destacando os posicionamentos político-partidários representados pelos termos esquerda e direita e os possíveis interpretativos que deles emergem. Esses termos, ao serem acionados em discursos políticos no *Facebook*, têm o potencial de formar imaginários socialmente partilhados, impactando a construção de identidades e a opinião política dos interlocutores. Nesse sentido, a pesquisa investiga de que maneira essas significações são acionadas no contrato de comunicação estabelecido entre os enunciadore s e seus interlocutores no contexto da polarização política que entornou o período das interações.

A escolha pelo *Facebook* como objeto de análise justifica-se em função de seu amplo alcance entre diferentes segmentos sociais e da intensa polarização política verificada na plataforma, especialmente durante o referido período eleitoral. Diversos estudos já têm se dedicado à investigação das interações digitais e das dinâmicas discursivas em redes sociais, contudo, o estudo contribui para a compreensão dos fenômenos discursivos que atravessam os espaços digitais de interação, ampliando o escopo da Teoria Semiolinguística e aprofundando seus desdobramentos teórico-metodológicos, conforme desenvolvidos por Patrick Charaudeau (2005, 2017, 2018, 2019a, 2019b, 2022).

Diante do exposto, o problema de pesquisa que se propõe está assim configurado: que possíveis interpretativos decorrem das estratégias discursivas e imagens de identificação encenadas na significação dos posicionamentos político-partidários esquerda e direita manifestados no contrato de comunicação na rede social *Facebook*, durante o período da eleição presidencial brasileira de 2022? Esse questionamento busca direcionar a análise das interações discursivas de uma postagem na plataforma, com o intuito de compreender como as estratégias utilizadas pelos enunciadore s ativam determinados sentidos e significados sobre os posicionamentos políticos em questão.

Visto à problematização antes anunciada, este estudo tem como objetivo descrever e analisar possíveis interpretativos que decorrem das estratégias discursivas e imagens de identificação encenadas na significação dos posicionamentos político-partidários denominados esquerda e direita no *Facebook*, durante o período da eleição presidencial brasileira de 2022.

Do ponto de vista metodológico, este trabalho adere aos pressupostos delineados por Prodanov e Freitas (2013), caracterizando-se como uma pesquisa de natureza aplicada. No que diz respeito aos objetivos, assume a perspectiva exploratória e descritiva, enquanto os procedimentos técnicos adotados são de cunho bibliográfico e documental. Quanto à abordagem do problema, a pesquisa é qualitativa em sua análise. O *corpus* de pesquisa é composto por três excertos discursivos de uma postagem realizada no *Facebook*, no período eleitoral presidencial de 1 a 31 de outubro de 2022. Esses excertos discursivos são associados aos posicionamentos de esquerda e de direita, em um contrato de comunicação estabelecido pelo EU comunicante (EUc) para que seu interlocutor (TUi) adira à sua proposta comunicativa.

Este artigo está assim organizado: além desta introdução, por meio da qual expomos o objeto de estudo, apresentamos a fundamentação teórica, sendo a segunda

e terceira seções para tecer a compreensão dos conceitos que embasam a análise do corpus, como a Teoria Semiolinguística e a encenação do ato de linguagem, e as estratégias do discurso político no contrato de comunicação política. Em seguida, detalhamos os procedimentos metodológicos e os conceitos a serem aplicados na análise. Na sequência, discutimos os resultados da análise referente aos possíveis interpretativos decorrentes das estratégias discursivas mobilizadas nas interações do corpus. Por fim, apresentamos as considerações finais do estudo.

2 SEMIOLINGUÍSTICA E A MISE-EN-SCÈNE DO ATO DE LINGUAGEM

A Teoria Semiolinguística propõe uma concepção de linguagem como prática social centrada na encenação discursiva, ancorada no princípio da assimetria do ato de linguagem. Essa assimetria resulta da não correspondência entre a intenção do locutor (EU) e a interpretação do interlocutor (TU), uma vez que ambos operam atos de linguagem segundo universos psicossociais próprios. O enunciador (EUE), assim, formula hipóteses sobre seu destinatário e projeta um parceiro ideal (TUD) para a realização de seus objetivos discursivos. Como aponta Freitas (2008, p. 115), o ato de linguagem é um "encontro dialético que funda a atividade metalinguística de elucidação dos sujeitos da linguagem".

Esse processo se estrutura em dois níveis: produção e interpretação. No primeiro, o EU comunicante (EUC) expressa seu ato linguageiro para um TU destinatário (TUD); no segundo, o TU interpretante (TUI) reconstrói a intenção do EU emissor (EUC). Dessa duplicidade resultam quatro sujeitos do ato de comunicação: sujeito comunicante (EUC), sujeito interpretante (TUI), sujeito enunciador (EUE) e sujeito destinatário (TUD), organizados em dois circuitos — um externo, ligado ao fazer, e um interno, ligado ao dizer (Freitas, 2008).

Segundo Charaudeau (2019a, p. 53), o circuito (interno) da fala configurada envolve o EUE e o TUD, "oriundos de um saber intimamente ligado às representações languageiras das práticas sociais", enquanto o circuito externo compreende os sujeitos comunicantes determinados por um saber psicossocial. Conforme Charaudeau e Maingueneau (2020, p. 459), "a identidade social define o sujeito falante como aquele que toma a fala [...] A identidade discursiva define o sujeito falante como um ser de linguagem que se exprime". O sujeito comunicante (EUC), externo ao ato, projeta o enunciador (EUE) cuja identidade é discursiva. O TUD é posicionado socialmente no discurso, sendo interpretado e, eventualmente, contestado pelo TUI, que pode ou não aceitar o contrato proposto.

Emediato (2022) destaca que a Análise do Discurso, ao tratar da subjetividade, reconhece os sujeitos como centrais nas práticas sociais. Assim, a Semiolinguística insere os sujeitos no centro do ato comunicativo, considerando sua constituição psico-socio-linguageira. Ainda que o sujeito comunicante elabore estratégias discursivas com vistas a efeitos específicos no outro, essas intenções estão sujeitas à interpretação imprevisível do TUI, influenciada por sua visão de mundo e experiência pré-discursiva. É justamente essa incerteza que faz com que o ato de linguagem seja metaforizado como uma expedição, um jogo, uma aventura (Charaudeau, 2019a).

O ato de linguagem, assim, é uma *mise-en-scène*: "representamos ou nos colocamos em cena de uma determinada maneira buscando infligir efeitos específicos" (Boaventura, 2013, p. 57). Como num espetáculo teatral, o locutor organiza o espaço, os recursos e os papéis com o objetivo de impactar um público idealizado (Charaudeau, 2019a). Nessa lógica, o sujeito comunicante (EUC) faz uso de contratos e estratégias.

A noção de contrato pressupõe um acordo implícito entre os sujeitos sobre as representações linguageiras de práticas sociais compartilhadas. Segundo Charaudeau (2019a), o sujeito comunicante concebe estratégias com o intuito de produzir efeitos — de persuasão ou de sedução — no interpretante, buscando levá-lo a se identificar com o T_{Ud} ideal projetado. Esse contrato é pré-existente ao ato de linguagem e impõe restrições que decorrem da situação comunicativa. Para que haja comunicação, é necessário o “reconhecimento de um pelo outro quanto ao direito à palavra e quanto à disposição para ouvir” (Boaventura, 2017, p. 78). Assim, o E_{Uc} propõe um pacto discursivo, aguardando uma “contrapartida de convivência” (Charaudeau, 2019a, p. 56).

Charaudeau (2005, 2019a, 2019b) descreve os fenômenos discursivos destacando o papel dos sujeitos no ato de linguagem e a centralidade do contrato de comunicação. Esse teórico considera o discurso como o “verdadeiro fundamento da linguagem” (Charaudeau, 2019a, p. 67) e categoriza os modos de organizá-lo para analisar os fenômenos discursivos. O ato de comunicação é visto como um dispositivo centrado no sujeito falante, envolvido em quatro elementos principais: a) situação de comunicação; b) modos de organização do discurso; c) a língua; e d) o texto.

A situação de comunicação se refere ao contexto físico e mental do ato comunicativo, influenciado por características físicas, identitárias e contratuais. Charaudeau (2019a) diferencia a situação de comunicação do contexto, afirmando que o contexto é interno ao ato de linguagem, enquanto a situação é externa. O texto, segundo Charaudeau (2019a), resulta de escolhas do sujeito falante e manifesta a encenação de um ato de comunicação, utilizando a língua e os modos de organização do discurso. Os modos de organização do discurso são procedimentos que ordenam as finalidades do ato de comunicação, como enunciar, argumentar, narrar e descrever. Cada modo organiza o “mundo referencial” e a “encenação” do discurso.

A esse respeito, Boaventura (2017) destaca a hierarquização dos modos de organização do discurso, sendo o modo enunciativo o principal, pois organiza os outros modos (descritivo, narrativo e argumentativo). Tal hierarquização justifica-se na medida em que o modo enunciativo permite “organizar a colocação em cena dos protagonistas da enunciação (eu, tu e ele), sua identidade e suas relações, com auxílio dos procedimentos de modalização, igualmente denominados ‘papéis enunciativos’ [...]” (Charaudeau; Maingueneau, 2020, p. 338). Essa categoria de discurso concebe o verbo *enunciar* como um fenômeno de categorização, através da língua, quanto à posição de um sujeito em relação ao outro, em um processo em que o falante “coloca em cena seu dizer” (Giering; Charaudeau, 2012, p. 330) com base nas estratégias discursivas utilizadas.

Assim, na seção seguinte, discorre-se acerca do discurso político, imaginários e posicionamentos de “esquerda” e “direita”.

3 DISCURSO POLÍTICO: ENTRE OS IMAGINÁRIOS SOCIODISCURSIVOS E OS POSICIONAMENTOS “ESQUERDA” E “DIREITA”

Arroyo (2021, p. 5), ao discorrer sobre as formações discursivas, **destaca** que “os discursos não se constituem independentemente uns dos outros, mas se constituem sempre a partir do Outro”. Do mesmo modo, o discurso político é sempre motivado pela necessidade do homem de estabelecer uma relação de troca com o outro, com o objetivo de influenciar, persuadir e seduzir (Charaudeau, 2018). No entanto, essa relação só faz sentido quando se considera a visão de mundo, o conhecimento que o indivíduo

tem da realidade e o julgamento que faz sobre ela; isto é, através da linguagem, o homem nomina os seres do mundo, qualifica suas propriedades e descreve suas ações no tempo e no espaço, construindo saberes ancorados nas representações sociais.

As representações sociais no âmbito do discurso político são entendidas como “um modo de conhecimento do mundo socialmente partilhado, gerando, por meio da produção de discursos, imaginários que são portadores de saberes [...] ancorados na cultura e no inconsciente coletivo” (Charaudeau, 2022, p. 25). O conceito de representação social, assim, é um fenômeno cognitivo-discursivo que engendra sistemas de saber nos quais se distinguem os saberes de conhecimento e os saberes de crença. Essas representações, que comportam uma tripla dimensão cognitiva (organização mental da percepção), simbólica (representação do real) e ideológica (atribuição de valores) (Charaudeau, 2022) permitem que o mundo se torne inteligível, atribuindo significados e valores a ele. Todo ato de comunicação, sendo uma troca entre dois ou mais sujeitos, cria um elo social que parte de normas de comportamento e estabelece representações compartilhadas, pois o discurso não é individual, mas coletivo, sendo determinado pelas representações do grupo ao qual o sujeito pertence.

As representações sociais, portanto, são formas de ver e julgar o mundo, engendrando saberes que, em última análise, são formas de dizer e de pensar, contribuindo para a construção de sistemas de pensamento que podem ser categorizados por saberes de conhecimento e saberes de crença. Os saberes de conhecimento têm como objetivo estabelecer verdades sobre os fenômenos do mundo, existindo fora da subjetividade do sujeito, sendo independentes de qualquer ato de enunciação pessoal e se impõem como uma verdade objetiva, como no caso do discurso científico (Charaudeau, 2022). Já o saber de crença relaciona-se com as avaliações, apreciações, julgamentos a respeito dos fenômenos, dos eventos e dos seres do mundo, seus pensamentos e comportamentos. Diante disso, esse tipo de saber se instaura no domínio dos valores e, conforme Soares (2022, p. 169),

[...] se caracteriza, ao mesmo tempo, por ser uma “atividade mental polarizada” entre a causa dos eventos e dos comportamentos, resultando nos aspectos afetivos e subjetivos dos posicionamentos [...] a enunciação objetivante (“ele-verdadeiro”) assume contornos subjetivantes a partir da partilha de um “nós-verdadeiro” que interioriza o saber ao mesmo tempo em que o deseja compartilhado, ainda que não seja possível verificá-lo.

A partir dos saberes de conhecimento e de crença, constroem-se os imaginários sociodiscursivos, que, conforme Soares (2022), são gerados pela mecânica das representações sociais. Esses imaginários organizam sistemas de pensamento que, ao longo da História, se estruturam conforme os princípios de diferentes teorias, doutrinas e opiniões. A noção de imaginário, no âmbito da Análise do Discurso, como destacado por Charaudeau (2017), tem suas raízes na tradição filosófica e psicológica, mas é reconceituada pela antropologia social, que a vincula aos ritos sociais, mitos e lendas, como formas de apreensão da organização social. O imaginário reflete a organização social em discursos que circulam no cotidiano, representando a maneira como o mundo é apreendido e interpretado, sendo gerado pela interação do homem com o mundo e com os outros.

Em conformidade com Charaudeau (2018), compreendemos que os imaginários estão imbricados pelos discursos que conduzem as práticas sociais, organizados como

formas de pensamento criadores de valores partilhados que fundam a identidade de uma coletividade, o que é possível de perceber na manifestação do discurso político.

Não obstante, as denominações “esquerda” e “direita” são carregadas de valores implícitos, mas reconhecidos coletivamente, considerados, aqui, como imaginários que circulam no inconsciente coletivo. O uso dessas terminologias como definidoras de um lado político tem raízes na forma como os membros tomavam assento na Assembleia Nacional, na Assembleia Legislativa e na Convenção Nacional na França durante o processo revolucionário francês do final do século XVIII, em que “delegados identificados com igualitarismo e reforma social sentavam-se à esquerda do rei; delegados identificados com aristocracia e conservadorismo, à direita” (Tarouco; Madeira, 2013, p. 151) e, apoiada em uma disposição espacial, a distinção entre esquerda e direita associou-se, do mesmo modo, à distinção entre liberalismo e conservadorismo.

Adiante, com o crescimento do movimento operário e a disseminação da perspectiva marxista, a posição de esquerda passou a incorporar, de forma explícita, os interesses da classe proletária. A partir dos debates sobre socialdemocracia no final do século XIX e da Revolução Russa de 1917, a defesa do capitalismo orientou a burguesia à direita (Tarouco; Madeira, 2013).

A respeito dessa referida contextualização, mesmo que breve, da origem de tais denominações, Bobbio (1995) destaca que “direita” e “esquerda” são termos antitéticos que há mais de dois séculos designam o contraste entre ideologias e movimentos em que se divide o universo, em um conflito de pensamento e ações políticas.

Enquanto termos antitéticos, eles são, com respeito ao universo ao qual se referem, reciprocamente excludentes e conjuntamente exaustivos. São excludentes no sentido de que nenhuma doutrina ou nenhum movimento pode ser simultaneamente de direita ou de esquerda. E são exaustivos no sentido de que, ao menos na acepção mais forte da dupla [...] uma doutrina ou um movimento podem ser apenas ou de direita ou de esquerda (Bobbio, 1995, p. 31).

Diante disso, ao analisar os discursos dos partidos políticos, Charaudeau (2018, p. 298) observa características novas, específicas à atualidade: “de um lado, os imaginários de verdade anteriormente descritos; de outro, o posicionamento dos atores no interior do que temos chamado de a instância política”. Esses imaginários de verdade aos quais Charaudeau (2018) se refere foram construídos historicamente e depositados na memória coletiva das sociedades e embora incorporem características novas diante do contexto político em que se entrecruzam, há que se considerar que dialogam com as definições clássicas em suas reproduções.

Diante disso, a próxima seção comenta brevemente sobre o contrato de comunicação política e as estratégias discursivas utilizadas na *mise-en-scène* do ato de linguagem.

4 O CONTRATO DE COMUNICAÇÃO POLÍTICA E ESTRATÉGIAS DISCURSIVAS

O contrato de comunicação política, conforme Charaudeau (2018), é estabelecido por um dispositivo que assegura parte da significação do discurso político, garantindo que todo enunciado produzido dentro desse contexto seja interpretado em consonância com os seus elementos. De acordo com o autor, o dispositivo desempenha o papel de fiador do contrato de comunicação, uma vez que organiza o campo de enunciação.

Nesse sentido, Charaudeau (2018) afirma que o dispositivo identitário do político se compõe de três instâncias, as quais definem a finalidade comunicacional a partir dos atributos identitários dos envolvidos: instância política, instância midiática e instância cidadã. De acordo com Charaudeau (2018), a "instância política" representa o espaço de governança, onde os atores detêm o poder de decisão e de ação. Nesse contexto, por um lado, a instância que reúne tais atores busca legitimidade com o intuito de ascender a uma posição de autoridade e credibilidade, garantindo a manutenção dessa posição ao longo do tempo. Por outro lado, a "instância adversária" também se encontra nesse espaço de governança, mas, ao contrário da instância política, é desprovida de poder, razão pela qual seu discurso tende a ser orientado por críticas ao poder vigente, propondo alternativas a um modelo de sociedade ideal. A "instância cidadã", por sua vez, posiciona-se fora da governança, sendo responsável por produzir discursos de reivindicação, sanção e interpelação, os quais buscam questionar a legitimidade e a credibilidade da instância política (Charaudeau, 2018).

Além disso, a "instância midiática", embora também se situe fora da governança, exerce um papel crucial ao mediar a comunicação entre as outras instâncias, utilizando-se dos diversos veículos de informação. Charaudeau (2018, p. 63) descreve essa instância como inserida em um "duplo dispositivo": um de exibição, voltado para a busca de credibilidade, e outro de espetáculo, voltado para a cooptação.

No contexto deste estudo, as instâncias cidadã e midiática são particularmente relevantes, visto que o discurso da instância cidadã se ocupa de interpelar o governante em nome de um ideal de bem-estar coletivo, sendo veiculado, muitas vezes, além dos meios tradicionais de comunicação, especialmente nas redes sociais. Já o discurso da instância midiática, com seu foco na cooptação, se reflete nas mídias sociais, como o Facebook, que frequentemente dramatizam os eventos políticos e adotam uma abordagem voltada à construção de credibilidade. De acordo com Thomas e Freitas (2020, p. 2), "o advento das novas tecnologias de informação e comunicação provocou mudanças significativas nas relações humanas e em todas as esferas do sistema social". Diante disso,

Esse panorama contribui para o surgimento de situações comunicativas inovadoras que (re)criam linguagens e modificam discursos, além de construir, desconstruir e reconstruir sentidos, principalmente em ambientes virtuais dinâmicos como as redes sociais digitais, que na atualidade se tornaram mais uma via de expressões culturais (Thomas; Freitas, 2020, p. 2).

No que tange à questão da legitimidade do discurso político, Charaudeau (2018) a vê como um atributo fundamental, que se associa à identidade social do sujeito enunciador, conferindo-lhe autoridade no momento da enunciação. A legitimidade, portanto, é resultado de um reconhecimento social, no qual o enunciador é considerado sábio, especialista ou detentor de um cargo institucional. A política, nesse contexto, é um campo de práticas sociais em que as forças simbólicas competem pela conquista do poder, sendo que a legitimidade se constitui como condição mínima para o exercício da política (Charaudeau, 2018).

Em termos de estratégias discursivas, que são as operações linguísticas utilizadas pelos sujeitos para conduzir a comunicação, Charaudeau (2020, p. 219) as define como "o modo como um sujeito (individual ou coletivo) é conduzido a escolher, de maneira consciente ou não, um conjunto de operações linguísticas". Tais estratégias podem ser classificadas de diversas formas, destacando-se três principais:

- a) *Estratégia de credibilidade*: visa garantir a confiança do interlocutor na veracidade do discurso, "seja do ponto de vista da própria existência dos fatos em questão, seja do ponto de vista da explicação usada para dar uma razão de ser aos fatos" (Charaudeau; Maingueneau, 2020, p. 144).
- b) *Estratégia de captação*: tem como objetivo seduzir o interlocutor, persuadindo-o a compartilhar a visão de mundo e os valores do enunciador, frequentemente por meio de polêmicas ou dramatizações, utilizando comparações e metáforas que despertam emoções no receptor (Charaudeau; Maingueneau, 2020).
- c) *Estratégia de legitimidade*: destina-se a reforçar a posição de autoridade do enunciador, seja por meio da construção de uma autoridade institucional ou pessoal, que legitime sua tomada de palavra (Charaudeau; Maingueneau, 2020, p. 295).

No discurso político, especialmente no que se refere à construção do *ethos*, Charaudeau (2018) retoma as categorias aristotélicas da Retórica, destacando as três estratégias do discurso político: *logos*, *ethos* e *pathos*. O *logos* está relacionado ao domínio da razão, com o objetivo de convencer, enquanto o *pathos* e o *ethos* operam no domínio da emoção, buscando comover. O foco deste estudo recai sobre o *ethos*, que se refere à imagem do enunciador construída em sua fala, e que tem como finalidade conferir-lhe credibilidade e autoridade.

O *ethos*, conforme Charaudeau (2018, p. 115), resulta de uma "dupla identidade discursiva", sendo uma associada ao papel do político na constituição de um pensamento sobre a vida em sociedade, e a outra, à prática política e à gestão do poder. O *ethos* político, portanto, é construído a partir do imaginário coletivo e dos valores compartilhados, sendo um elemento central para a interação do político com seu público e para a construção de sua legitimidade.

Tecida a contextualização acerca do contrato de comunicação política e as estratégias que amparam os discursos da vida política, dá-se sequência com a explanação do percurso metodológico que ampara a análise do corpus de pesquisa.

4 PERCURSO METODOLÓGICO

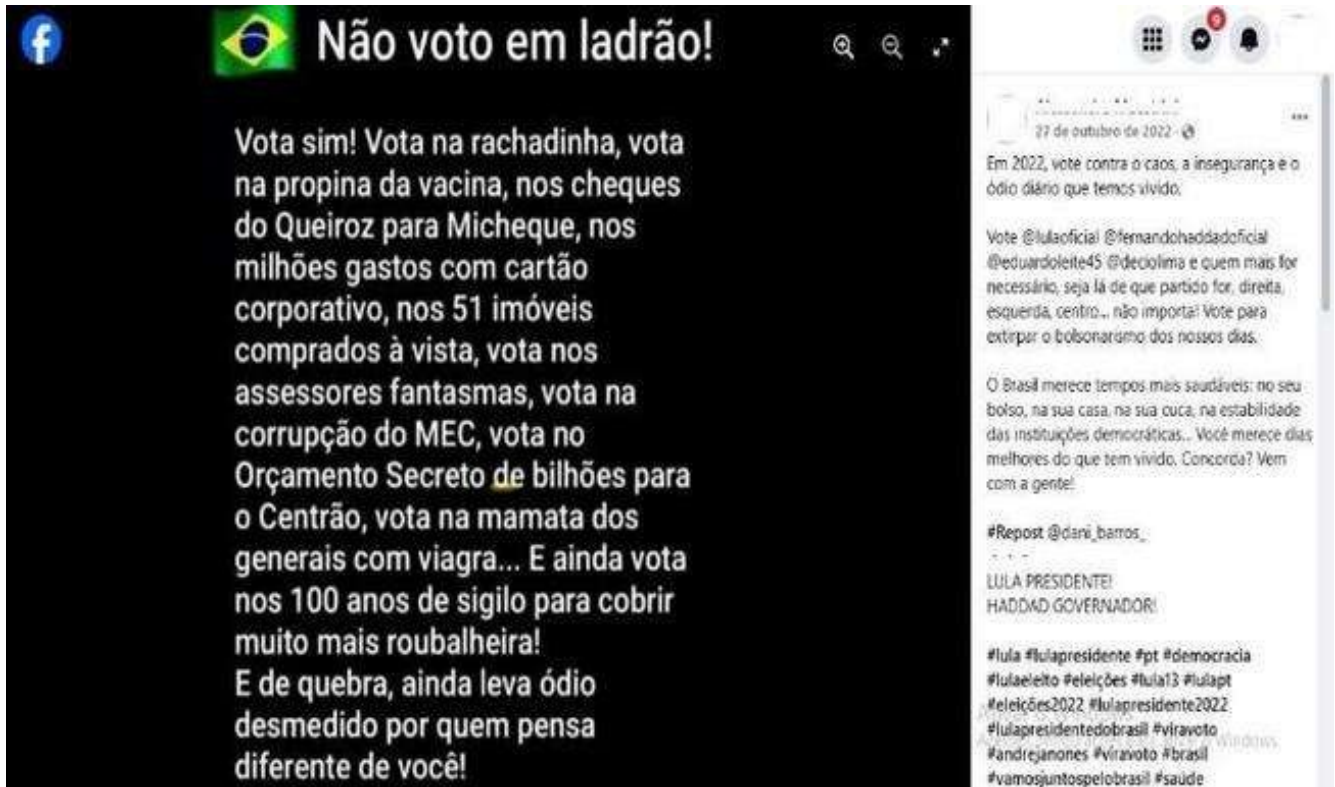
A presente pesquisa é de natureza aplicada, pois objetiva produzir conhecimento voltado à resolução de um problema específico (Prodanov; Freitas, 2013), conforme a dinâmica do discurso político nas redes sociais em contexto eleitoral. Quanto aos objetivos, caracteriza-se como exploratória e descritiva, ao buscar ampliar a compreensão sobre os efeitos discursivos do posicionamento político no Facebook durante as eleições presidenciais de 2022. Do ponto de vista técnico, adota-se uma abordagem bibliográfica e documental, com base em materiais já publicados, e uma abordagem qualitativa, fundamentada na interpretação indutiva dos dados e nos sentidos produzidos no ato de linguagem.

O corpus da pesquisa é composto por uma postagem pública realizada por usuário aleatório na rede social Facebook, e os três comentários decorrentes, no período de 1 a 31 de outubro de 2022, abrangendo os dois turnos da eleição presidencial brasileira. A seleção dessas postagens seguiu critérios específicos: a) manifestação explícita de posicionamentos políticos associados aos termos "esquerda" e "direita"; b) exclusão de conteúdos provenientes de perfis institucionais, páginas de veículos jornalísticos ou figuras

públicas. A coleta foi realizada por meio da busca por tais termos na plataforma, filtrando postagens que correspondessem ao período e aos critérios estabelecidos.

As figuras 1 e 2 referem-se às instâncias de produção e recepção da postagem a ser analisada.

Figura 1: Instância de produção (postagem)



Fonte: Print de tela realizado pelos pesquisadores (2024)

Figura 1: Instância de recepção (postagem)



Fonte: Print de tela elaborado pelos pesquisadores (2024)

Os conceitos teóricos mobilizados na análise são: a Assimetria da comunicação e os quatro sujeitos da linguagem (Charaudeau, 2005, 2017, 2019a, 2019b); os imaginários sociodiscursivos (Charaudeau, 2018; 2022) e os posicionamentos de Esquerda e Direita (Bobbio, 1995; Tarouco e Madeira, 2013); o contrato de comunicação política e as estratégias discursivas (Charaudeau, 2019a, 2019b, 2018). Esses conceitos (categorias) serão ativados na análise à medida que a materialidade linguística (marcas/pistas) se caracteriza em relação a cada categoria teórica identificada.

Diante da contextualização dos procedimentos metodológicos, a próxima seção apresenta a análise do *corpus* de pesquisa selecionado.

5 DISCURSO POLÍTICO E POLARIZAÇÃO DISCURSIVA: ESTRATÉGIAS ENCENADAS NO ATO DE LINGUAGEM

A vida política configura-se como uma confrontação contínua entre forças antagônicas, sendo o período eleitoral um momento em que a malícia torna-se elemento estratégico no jogo discursivo (Charaudeau, 2018). Nesse contexto, marcado por disputas simbólicas intensificadas, o sujeito enunciador (EUE), projetado pelo comunicante (EUC), manifesta-se como um ator “malicioso”, mobilizando um contrato de convencimento orientado à busca por convivência política, no qual o reconhecimento mútuo se torna condição indispensável para a intercompreensão do ato linguageiro (Charaudeau, 2004, 2019b).

Esse contrato de comunicação é delineado por duas visadas centrais — a de informação e a de captação — operacionalizadas por estratégias discursivas concomitantes: a credibilidade e a captação. No excerto analisado, em que se inicia a sequência enunciativa com *“Não voto em ladrão! Vota sim! Vota na rachadinha, vota na propina da vacina, nos cheques de Queiroz [...]”*, o EUE lança mão de afirmações ancoradas em fatos e ações atribuídos ao governo opositor. Tal movimento visa a construção de um saber compartilhado, com o objetivo de engajar o interlocutor (TUD) no posicionamento defendido pelo enunciador.

Assim, ao enunciar seu discurso, vinculado à opinião e sustentado por uma estratégia de captação, observa-se um jogo discursivo que orbita o termo “corrupção”, conforme explícito em *“[...] vota nos assessores fantasmas, vota na corrupção do MEC, vota no Orçamento Secreto de bilhões para o Centrão, vota na mamata dos generais com Viagra [...]”*. Considerando-se que o contrato de comunicação compreende tanto dados internos quanto externos à situação de comunicação (Charaudeau, 2019b), a estratégia discursiva do EUE se estabelece em função da principal acusação mobilizada pela oposição política à qual se refere: a corrupção. Destaca-se, ainda, nesse trecho enunciativo (*“Vota...”*) uma interpelação, por meio da qual o enunciador atribui a si mesmo uma autoridade legítima para interpelar o interlocutor.

Emerge, assim, a finalidade do contrato de comunicação: ao mobilizar o significante simbólico que mais sensibiliza seu adversário — a corrupção —, o comunicante (EUC) inscreve o seu discurso em uma estratégia de captação, que visa “fazer sentir” e “provocar no outro um estado emocional agradável ou desagradável” (Charaudeau, 2019b, p. 69), ancorando o ato languageiro em uma intenção de “fazer saber” aquilo que pode comprometer o projeto eleitoral do interlocutor, ao mesmo tempo em que reivindica, enquanto instância cidadã, aquilo que “[...] toca a organização da vida em sociedade e ao governo da coisa pública” (Charaudeau, 2018, p. 189). O discurso de esquerda que estrutura o ato enunciativo do EUE inscreve-se no campo temático do embate político contemporâneo, sendo sustentado por dados externos vinculados às denúncias de corrupção envolvendo o governo de ultradireita, bem como pelo apoio ao candidato Lula.

Com vistas à produção de um efeito de impacto sobre o interlocutor, o EUE articula uma estratégia discursiva de desqualificação do adversário, estruturando um *ethos* marcado por tensões entre as dimensões da provocação e da polêmica. Essas são tematizadas por Charaudeau (2018, p. 141) nos seguintes termos:

A provocação é feita com declarações que têm por fim único fazer alguém reagir, a ponto de não se saber jamais se suas manifestações devem ser consideradas reflexo do pensamento daquele que as enuncia. Evidentemente, a dúvida deve sempre subsistir, pois para que uma provocação seja eficaz, é preciso que ela tenha ao menos a aparência de sinceridade.

A política do governo vigente à época estabeleceu-se como uma situação de comunicação na qual o líder era percebido por seus eleitores como a figura do “único e confiável”. Esse cenário, no qual os dados externos do contrato se concretizam (Charaudeau, 2019), fundamenta a ação languageira do comunicante, que emprega uma malícia estratégica para enunciar uma mensagem implícita: “a sua escolha neste governo não diz respeito à corrupção, mas ao ódio”. Tal formulação apela a um imaginário de força de espírito que busca delinear a integridade do enunciador, o qual se

posiciona como alguém que não compactua com as práticas corruptas atribuídas ao político adversário, promovendo um discurso de incitação e crítica.

Cabe destacar que, conforme evidenciado na postagem, ao declarar “Vote @lulaoficial @fernandohaddadoficial @eduardoleite45 @deciolima e quem mais for necessário, seja lá de que partido for, direita, esquerda, centro... não importa! Vote para extirpar o bolsonarismo dos nossos dias”, o enunciador (EUE) estabelece um único antagonista: o bolsonarismo — entendido aqui como a totalidade do que se associa ao ex-presidente Jair Bolsonaro. Esse posicionamento, além de evidenciar uma postura discursiva incisiva, opera uma clivagem simbólica entre dois polos: o bolsonarismo como doutrina política autárquica e os demais partidos como expressões diversas da vida política. Nessa perspectiva, o uso do tagueamento emerge como uma forma de exteriorização da posição subjetiva, também atuando como estratégia discursiva.

Por fim, observa-se a evocação de uma imagem de humanidade — ainda que não hegemônica — no posicionamento contrário ao “ódio diário”, o qual é imputado ao governo em exercício: “[...] vote contra o caos, a insegurança e o ódio diário que temos vivido”. Ao qualificar a situação comunicativa como um cenário que demanda “tempos mais saudáveis”, o enunciador atribui ao governo de direita características de um regime autoritário, sugerindo um *déficit* de estabilidade institucional e democrática. Nesse sentido, o argumento fundamenta-se na premissa de que a política da oposição a qual critica é incompatível com os valores democráticos.

A rejeição à instância adversária reforça, assim, o vínculo do enunciador ao imaginário político da esquerda, evidenciando-se pela contraposição entre o *ethos* de humanidade e os princípios estruturantes da ideologia autoritária, segundo a qual “além da visão da desigualdade entre os homens, é que a ordem ocupa todo o espectro dos valores políticos, e o ordenamento hierárquico que daí resulta esgota toda a técnica da organização política” (Bobbio, 1995, p. 96).

No Quadro 1, apresentamos a síntese das imagens de identificação projetadas no discurso analisado.

Quadro 1: Imagens de Identificação (postagem 1)

EXCERTO DISCURSIVO	IMAGEM DE IDENTIFICAÇÃO MOBILIZADA
Não voto em ladrão! Vota sim! Vota na rachadinha, vota na propina da vacina, nos cheques de Queiroz para Micheque, nos milhões gastos com cartão corporativo, nos 51 imóveis comprados à vista, vota nos assessores fantasmas, vota na corrupção do MEC, vota no Orçamento Secreto de bilhões para o Centrão, vota na mamata dos generais com Viagra... E ainda vota nos 100 anos de sigilo para cobrir muito mais roubalheira!	Ethos de identificação – imagem de caráter - Demonstra não aderir às práticas de corrupção do adversário, através de uma interpelação.
Em 2022, vote contra o caos, a insegurança e o ódio diário que temos vivido. Vote @lulaoficial @fernandohaddadoficial @eduardoleite45 @deciolima e quem mais for necessário, seja lá de que partido for, direita, esquerda, centro... não importa! Vote para extirpar o bolsonarismo dos nossos dias.	Ethos de identificação – Imagem de humanidade - Pressupõe que o governo da atualidade dissemina ódio e insegurança, mostrando-se contrário à falta de humanidade e empatia do candidato presidencial de direita.
O Brasil merece tempos mais saudáveis: no seu bolso, na sua casa, na sua cuca, na estabilidade das instituições democráticas... Você merece dias melhores do que tem vivido. Concorda? Vem com a gente!	Ethos de identificação – imagem de humanidade - Expressão de necessidade de uma mudança em prol das pessoas, famílias e instituições.

Fonte: Elaborado pelos pesquisadores (2024)

Como é possível perceber nos excertos discursivos (Quadro 1), a imagem de si que o locutor emprega em seu discurso aciona os imaginários de integridade, visto sua posição

maliciosa e irônica de desaprovação às práticas corruptas de seu adversário. Desse modo, conjecturando que os saberes de crença “nascem de um processo de avaliação do termo sobre o qual o sujeito toma partido e se engaja em um julgamento a respeito dos fatos do mundo” (Charaudeau, 2017, p. 584), atrela-se tal saber à modalidade de opinião na enunciação de seu discurso, proposto ao interlocutor (TUd) um contrato de convencimento que, analisando a instância de recepção, sucumbiu à interpretação desejada. Visto pelo lado da recepção, conforme a Figura 2, vemos que dos três comentários que configuram a resposta do interpretante, dois deles não aderiram ao ato linguageiro do comunicante, enquanto um deles evidencia partilhar do mesmo posicionamento político.

O primeiro comentário *“Tá com saudades da lei #Rouanet, hein ...”* responde ao enunciador em tom de sátira, trazendo à tona um possível interpretativo de que a identidade social que compõe o sujeito da produção insere-se no campo artístico. Essa inferência é possível de ocorrer mediante os dados externos que compõem o contrato de comunicação, em sua condição de propósito, já que “é a condição que requer que todo ato de comunicação se construa em torno de um domínio de saber” (Charaudeau, 2019b, p. 69), qual seja: o corte de verbas e limitação de cachê a artistas do país realizado pela governança do ex-presidente Jair Bolsonaro, referente à Lei Rouanet, mecanismo de incentivo à cultura em 1991.

Dessa forma, a instância da recepção (TUd) desse comentário, ao contrapor-se ao ato de linguagem do EUE, utiliza do mesmo modo uma estratégia de captação que desqualifica o adversário, insinuando que a posição contrária do EUC à ideologia de direita ocorre devido a uma condição social e financeira, nesse caso, enquanto sujeito social que desenvolve atividades culturais remuneradas.

Assim sendo, a condição de cointencionalidade utilizada para definir o contrato de comunicação (Charaudeau, 2019b), evidencia o reconhecimento recíproco do enunciador (EUE) com o destinatário (TUd) do segundo comentário da instância de recepção, *“O pesadelo maior vai passar depois que lula assumir, mas a gente ainda vai ter muita luta pela frente com o fenômeno maligno chamado bols0narismo”*, visto que o interlocutor compreende o período governado por Bolsonaro como um “pesadelo”, designando o bols0narismo como um fenômeno “maligno”. Tal opinião não recebe igual adesão a exemplo do primeiro comentário, tendo apenas cinco reações, e algumas delas, de deboche, tornando este TUi (e ao proferir seu comentário, também TUd), a minoria no quesito aceitação do contrato de comunicação proposto pelo EUC da instância de produção, recebendo menos adesão do que o TUd do primeiro comentário.

A terceira resposta, *“Vota nele querida e dê a sua conta bancária para ele administrar”* (Figura 2), também recusa o contrato proposto pelo EUE e enuncia um discurso contrário à ideologia de esquerda: o interpretante (TUi) responde mediante uma estratégia de captação, acionando o medo àqueles que desejam votar na oposição, aspirando a contrariedade da esquerda à doutrina de Liberalismo, visto que, pertencente à ideologia de direita, sempre estimulou a autonomia da sociedade civil como autogoverno local e associativo ou como espaço econômico (mercado) (Bobbio, 1995).

Vale ainda destacar que, embora o acesso a dados cadastrais pessoais em instituições financeiras seja permitido ao conhecimento do Estado com vistas à procedimento fiscalizatório da Receita Federal, a apropriação e monitoramento das movimentações financeiras do cidadão configura-se como crime, mediante Lei Complementar 105/2001.

Com efeito, ao proferir opinião contrária ao ato linguageiro da instância de produção, o destinatário (TUD) produz um discurso negacionista, ancorado à prática de “negar de forma sistemática fatos comprovados ou demonstrados, transformando-os em um sistema de pensamentos” (Charaudeau, 2022, p. 135), evidenciando um ato linguageiro de resposta que manipula a verdade e visa a captação de eleitores que discordam, do mesmo modo, da apropriação de contas pelo Estado.

Desse modo, ao expor a conflitualidade, as mídias participam de certa manipulação involuntária (Charaudeau, 2022), o que, no caso do Facebook, uma comunidade virtual de rede aberta que não possui verificação de informações postadas, ocorre mais recorrentemente.

Como visto no decorrer da análise, o enunciador (EUe) estipula seu contrato com a finalidade de conscientizar o interlocutor acerca do governo vigente da época, utilizando em seu discurso saberes de conhecimento e de crença através da mescla das estratégias de credibilidade e de captação. Para tanto, provoca em seu destinatário um estado desagradável ao atrelar a corrupção à instância adversária, alegando que a simpatia ao governo de direita se deve ao ódio às minorias e à justiça social. As estratégias que utiliza em seu discurso são, do mesmo modo que o discurso de direita (materializado nas respostas e comentários do TUD), de desqualificação do adversário, através de um tipo de malícia e deboche, desaprovando a instância adversária.

Sendo assim, ao projetar um *ethos* de identificação a partir das imagens de caráter e de humanidade, o enunciador cujo posicionamento é de esquerda mostra-se íntegro ao partilhar as corrupções realizadas pela direita e não concordar com elas, além de expor a necessidade de tempos mais saudáveis a todos, o que demonstra sua percepção da realidade política. Ainda, vemos que a instância de recepção que compõe o TUi não aderiu totalmente ao ato linguageiro referido, o que evidencia a assimetria da comunicação e, conseqüentemente, a polarização discursiva entre direita e esquerda.

Naturalmente, há discursos atrelados às antigas dicotomias históricas: o discurso de direita ancora-se à ordem social, e, conseqüentemente, à busca pela tradição, pureza, moral e religiosidade, tal qual alguns acontecimentos históricos alinhados à direita. O discurso de esquerda, por sua vez, alia-se à justiça social, ao bem-estar comum, entendendo o caráter e a integridade como importantes, mas não como centro de uma política: essa conclusão evidencia que, embora os imaginários se transformem durante o tempo, há algo intrínseco a cada posicionamento, que pode ser justificado por ópticas distintas a depender do contexto histórico.

No plano linguístico, em ambos os posicionamentos – direita e esquerda – há a predominância da estratégia de desqualificação do adversário, através da projeção de um *ethos* de identificação, tensionado pela emoção, o que por ora comprova as concepções de Charaudeau (2018) de que o discurso político se concentra mais em incitar do que argumentar, sendo um jogo de máscaras cujo objetivo é mostrar-se crível.

Para finalizar, constam na sequência algumas considerações que são relevantes para a conclusão deste estudo.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Compreender as estratégias discursivas de posicionamentos político-partidários que percorreram o *Facebook* elencou-se como a justificativa e relevância deste estudo, sobretudo pela situação de polarização política em que viveu o Brasil no ano de 2022 - ressalte-se que ainda vive, haja vista a diferença de 2% que elegeu o então atual presidente da República.

O *Facebook* como um ambiente de interação e polarização política evidenciou, conforme entendemos, relevante papel no processo eleitoral brasileiro, pois alcançou um significativo número de eleitores e é palco de atos linguageiros que disseminam posicionamentos ideológicos, podendo influenciar opiniões e, nesse caso, o voto.

Diante da problematização do estudo, o problema de pesquisa anunciado indagava: "que possíveis interpretativos decorrem das estratégias discursivas e imagens de identificação encenadas na significação dos posicionamentos político-partidários esquerda e direita manifestados no contrato de comunicação na rede social *Facebook* durante o período da eleição presidencial brasileira de 2022?". Nesse sentido, elencou-se o objetivo: descrever e analisar possíveis interpretativos que decorrem das estratégias discursivas e imagens de identificação encenadas na significação dos posicionamentos político-partidários denominados esquerda e direita no *Facebook*, durante o período da eleição presidencial brasileira de 2022.

A partir da descrição teórico-metodológica e mediante aplicação de conceitos da Semiologia (Charaudeau, 2005, 2017, 2019a, 2019b, 2020) em interface com Discurso Político e imaginários sociodiscursivos (Charaudeau, 2018, 2019b, 2020, 2022), vimos que as estratégias do discurso de esquerda mobilizaram saberes de conhecimento e de crença através da credibilidade e da captação, juntamente com a produção de um *ethos* de identificação que desqualifica o adversário por meio da ironia e da malícia que entorna o termo "corrupção" - conceito que ampara o contrato de comunicação de seu ato linguageiro, visto que embasa a opinião e crítica à oposição.

O discurso de direita - materializado nos comentários da postagem e, portanto, pela instância de recepção do ato de linguagem - especificam, predominantemente, uma negação do contrato de comunicação proposto pelo enunciador do ato linguageiro, fato que marca a assimetria da comunicação e a polarização discursiva do contexto eleitoral presidencial da época entre os posicionamentos direita e esquerda. Essa inferência é comprovada mediante comentários de sujeitos que também projetam um *ethos* de identificação, com estratégias discursivas semelhantes, como a ironia, a malícia e rejeição aos valores da esquerda.

Os possíveis interpretativos que os discursos de ambos os posicionamentos políticos acionam convergem com as definições clássicas da dicotomia direita x esquerda: fica claro que o discurso de esquerda se refere ao bem-estar comum, sem que isso esteja obrigatoriamente relacionado ao crescimento econômico, enquanto no discurso de direita vê-se a busca pelo liberalismo econômico primordial à justiça social. É pertinente constar, no entanto, a predominância de estratégias de desqualificação do adversário a partir do *ethos* de identificação que ampara tanto o discurso de esquerda como o de direita: a emoção e a provocação de um estado desagradável ou emocional ao outro, seja para convencer ou criticar fica evidente como um ponto comum entre uma oposição tão tensionada.

Sabemos que embora haja um conjunto significativo de trabalhos de pesquisa acerca do discurso político e da relação entre política e redes sociais, este estudo buscou avançar para a compreensão dos fenômenos de polarização discursiva, visto que,

embora direita e esquerda apresentem-se enquanto ideologias contrárias, os enunciadores destes imaginários conduzem estratégias de discurso semelhantes em seus atos languageiros. O discurso político é, portanto, lugar de engajamento do sujeito e de influência sobre o outro - fato que torna seu entendimento tão necessário em contextos de polarização partidária.

Sopesados os propósitos deste estudo, entendemos que há possíveis limitações no que diz respeito a uma maior abrangência de outros excertos discursivos no campo político, o que, contudo, não deixa de ser representativa a amostra de pesquisa que fora selecionada para fins de análise neste trabalho.

Diante disso, fica a sugestão para que outros estudos nessa temática e abordagem sejam desenvolvidos, visto que as redes sociais, em suas materialidades languageiras, promovem discursos, não somente os políticos, que encenam o ato de linguagem e contratos de comunicação que implicam variadas interpretações e posicionamentos mediante estratégias discursivas alinhadas aos propósitos relativos a contextos de comunicação específicos, muitas vezes tensionados e polarizados.

REFERÊNCIAS

ARROYO, R. R. G. Golpe ou impeachment? Um embate ideológico sob a perspectiva da Análise do Discurso. **Diálogo das Letras**, v. 10, p. 1-20, 2021. DOI: <https://doi.org/10.22297/2316-17952021v10e02119>. Disponível em: <https://periodicos.apps.uern.br/index.php/DDL/article/view/2935>. Acesso em: 4 set. 2025.

BOAVENTURA, L. H. **A assimetria do ato de linguagem no stand-up comedy**. 2013. Dissertação (Mestrado em Letras) – Universidade de Passo Fundo, Passo Fundo, 2013.

BOAVENTURA, L. H. **Encenação e ubiquidade em discursos no Twitter**: procedimentos de análise. 2017. Tese (Doutorado em Letras) – Universidade de Passo Fundo, Passo Fundo, 2017.

BOBBIO, N. **Direita e esquerda**: razões e significados de uma distinção política. 2. ed. São Paulo: Editora Unesp, 1995. Disponível em: https://www.comtudo.com.br/edicoes/pdfs/bobbio_esquerda_direita.pdf. Acesso em: 21 maio 2024.

CHARAUDEAU, P. Uma análise semiolinguística do texto e do discurso. In: PAULIUKONIS, M. A. L.; GAVAZZI, S. (org.). **Da língua ao discurso**: reflexões para o ensino. Rio de Janeiro: Lucerna, 2005. p. 11-27.

CHARAUDEAU, P. Os estereótipos, muito bem. Os imaginários, ainda melhor. **Entrepalavras**, v. 7, p. 571-591, 2017. DOI: <https://dx.doi.org/10.22168/2237-6321.7.7.1.571-591>. Acesso em: 21 maio 2025.

CHARAUDEAU, P. **Discurso político**. Tradução de Fabiana Komesu e Dilson Ferreira da Cruz. São Paulo: Contexto, 2018.

CHARAUDEAU, P. **Linguagem e discurso**. Coordenação de tradução de Angela M. S. Corrêa e Ida Lúcia Machado. São Paulo: Contexto, 2019a.

CHARAUDEAU, P. **Discurso das mídias**. Tradução de Angela M. S. Corrêa. São Paulo: Contexto, 2019b.

- CHARAUDEAU, P.; MAINGUENEAU, D. **Dicionário de análise do discurso**. Coordenação de tradução de Fabiana Komesu. São Paulo: Contexto, 2020.
- CHARAUDEAU, P. **A manipulação da verdade**: do triunfo da negação às sombras da pós-verdade. Tradução de Dóris de Arruda C. da Cunha, André Luís de Araújo. São Paulo: Contexto, 2022.
- EMEDIATO, W. **Análise do discurso numa perspectiva enunciativa e pragmática**. Wander Emediato. 1. ed. Campinas, SP: Pontes Editores, 2022.
- FREITAS, E. C de. A semiolinguística no discurso: práticas de linguagem em situações de trabalho. **Desenredo**, v. 4, n. 2, p. 262-283, 2008. Disponível em: <https://seer.upf.br/index.php/rd/article/view/693>. Acesso em: 21 maio 2025.
- GIERING, M. E.; CHARAUDEAU, P. Entrevista com Patrick Charaudeau. **Calidoscópio**, v. 10, n. 3, p. 328-331, set/dez 2012. DOI: <https://doi.org/10.4013/cld.2012.103.09>. Disponível em: <https://revistas.unisinos.br/index.php/calidoscopio/article/view/3601>. Acesso em: 21 maio 2025.
- PRODANOV, C. C.; FREITAS, E. C de. **Metodologia do trabalho científico**: métodos e técnicas de pesquisa e do trabalho acadêmico. Novo Hamburgo: Feevale, 2013.
- SOARES, J. dos S. B. **Democracia como noção no discurso político-midiático**: Representações de sujeitos, PDV e imaginários sociodiscursivos na construção da noção de democracia no artigo de opinião. 2022. Tese (Doutorado em Estudos Linguísticos) – Universidade Federal de Minas Gerais, Minas Gerais, 2022.
- TAROUCO, G. da S.; MADEIRA, R. M. Esquerda e direita no sistema partidário brasileiro: análise de conteúdo de documentos programáticos. **Revista Debates**, v. 7, n. 2, p. 93-114, 2013. DOI: <https://doi.org/10.22456/1982-5269.38573>. Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/debates/article/view/38573>. Acesso em: 21 maio 2025.
- THOMAS, C. S.; FREITAS, E. C. de. Cultura, identidade e comunicação organizacional: imagens de si no discurso de uma instituição de ensino no Facebook. **Diálogo das Letras**, v. 9, p. 1-20, 2020. DOI: <https://doi.org/10.22297/2316-17952020v09e02010>. Disponível em: <https://periodicos.apps.uern.br/index.php/DDL/article/view/2135>. Acesso em: 21 maio 2025.

Declaração de contribuição dos autores

Todos os dois autores contribuíram com a produção do artigo. Todos eles participaram da escrita dos pressupostos teóricos e colaboraram na redação e revisão do artigo. Especificamente, a primeira autora contribuiu na redação de todas as seções do artigo e na revisão da redação do artigo; o segundo autor contribuiu na redação da revisão teórica, dos resultados e do resumo do artigo.

Declaração de uso de IA

Os autores declaram que NÃO utilizaram ferramentas de Inteligência Artificial (IA) na produção deste artigo científico.

Agradecimentos

Agradecemos à CAPES pelo financiamento da pesquisa mediante a concessão de bolsa de mestrado para a primeira autora do artigo. Agradecemos ainda aos pareceristas que avaliaram o trabalho que, com suas sugestões teóricas e metodológicas, contribuirão com o texto.

*Artigo recebido em: 24/05/2025
Artigo aprovado em: 07/09/2025
Artigo publicado em: 29/09/2025*

COMO CITAR

ZIMMERMANN, G. de O.; FREITAS, E. C. de. Discurso político e polarização do contrato de comunicação: encenação do ato de linguagem em postagem no Facebook. **Diálogo das Letras**, Pau dos Ferros, v. 14, p. 1-18, e02512, 2025.