

EFEITOS DE SENTIDO E SILENCIAMENTO NO 'FELIZ DIA DOS PAIS' DO GOVERNO BOLSONARO

DOI: 10.47677/gluks.v23i1.361

Recebido: 28/02/2023

Aprovado: 24/07/2021

DAVID-SILVA, Giani ¹
SOARES, Joarle Magalhães ²

RESUMO: Este artigo tem o propósito de mostrar como o discurso propagandista do governo do ex-Presidente Jair Bolsonaro convocava imaginários e visava efeitos de sentido que difundiam valores morais com os quais aquela gestão se identificava. Com a análise de um *post* sobre o Dia dos Pais, publicado no Twitter, em agosto de 2020, na página oficial do Palácio do Planalto, a intenção é verificar, sob a ótica de conceitos da Análise do Discurso, por meio da Teoria Semiolinguística e da perspectiva teórica sobre o silenciamento discursivo, de que maneira o discurso oficial do Poder Executivo alimentou polêmicas para acirrar polarizações e também silenciar formações discursivas que divergiam da visão de mundo bolsonarista.

PALAVRAS-CHAVE: Discurso bolsonarista, Dia dos pais, Efeitos de sentido, Silenciamento.

Introdução

A eleição de Jair Bolsonaro e sua posse como Presidente da República, em janeiro de 2019, deram legitimidade para que o discurso conservador voltasse a ganhar contornos oficiais no Brasil e passasse a ser disseminado como forma de combater ideias e pensamentos

¹Professora Titular do Centro Federal de Educação Tecnológica de Minas Gerais. Doutora em Estudos Linguísticos (UFMG). Membro permanente do Programa de Pós-graduação Stricto Sensu em Estudos de Linguagens, professora do curso de Letras e do Ensino Básico, Técnico e Tecnológico. E-mail: gianids@gmail.com

²Doutorando pelo Programa de Pós-graduação em Estudos de Linguagens do Centro Federal de Educação Tecnológica de Minas Gerais. Mestre em Linguística (Universidade de Franca). Jornalista e diretor de Comunicação do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Minas Gerais. E-mail: joarle.magalhaes@gmail.com

progressistas, sobretudo em relação ao conceito de família. Desde que surgiu como um candidato viável para vencer as eleições de 2018, Bolsonaro mobilizou, entre seus apoiadores, a ideia de defesa da família. Este é um tópico que estava sempre presente em seus pronunciamentos oficiais, nas declarações que fazia à imprensa, em momentos informais em que interagira com eleitores, nas *lives* que promovia via internet e também nas postagens e conteúdo que publicava em suas redes sociais.

Defender a família era, para Bolsonaro, uma das bases que sustentava seu discurso político, um elemento indispensável para a construção de narrativas que mantinham o engajamento de seus seguidores mais fiéis. A propagação desse conceito por ele defendido esteve fortemente atrelada a marcas de religiosidade e moralidade. A construção dos sentidos dentro de sua agenda conservadora associa o significado de família àquele construído biblicamente, no qual família é tradicionalmente constituída por um homem (pai), uma mulher (mãe) e os filhos biológicos. As demais configurações, protegidas pela legislação civil, estariam condenadas moralmente e associadas à inversão de valores.

No entanto, em pleno século XXI, esse conceito de família defendido pelo ex-Presidente já está bastante ultrapassado e, muitas vezes, esconde preconceitos velados. Os modelos de família são diversos e não se enquadram mais naquele conceito bíblico. Essa pluralidade abarca realidades sociais distintas, sendo que todas elas têm direito a proteções jurídicas. A intenção deste trabalho não é discutir o conceito de família em si, nem resgatar a doutrina e a jurisprudência que tratam do assunto, mas buscar mostrar como os dizeres presidenciais exploraram a disputa de sentidos em torno do significado de família e de que maneira essa disputa acaba sendo marcada por traços de preconceito e discriminação.

A busca desses indícios será empreendida a partir da análise de uma postagem comemorativa ao Dia dos Pais, publicada no Twitter, no dia 9 de agosto de 2020, pelo perfil oficial do Palácio do Planalto. A página, que era gerenciada pela equipe de comunicação do então Poder Executivo, também era um meio pelo qual o ex-Presidente propagava suas ideias. Esse canal do Estado, ao divulgar conteúdos atrelados a uma agenda conservadora, acabou se tornando mais um espaço utilizado para mobilizar a base de apoio eleitoral bolsonarista.

Tendo em vista esse *corpus*, procura-se aqui observar a problemática que se estabelece a partir dele. O discurso governamental se articulava para alimentar polêmicas: de um lado, referenciar sentidos que remetessem a valores com os quais o ex-Presidente se identifica e, de outro, gerar efeitos de interpretação capazes de mobilizar os críticos do então Governo Federal. A intenção é empreender um estudo que consiga ilustrar como o Presidente da República trabalhou o discurso político de modo a acirrar polarizações.

Na busca para caracterizar e revelar os dois lados que agem nessa disputa de sentidos, serão adotadas, como aporte teórico-metodológico, contribuições de estudiosos da Análise do Discurso (AD) de linha francesa. Primeiramente, será feita uma retomada de preceitos de Patrick Charaudeau (2004 e 2006) para entender questões que envolvem o discurso político, a enunciação, a constituição do “eu” e do “tu” no ato de comunicação, os efeitos visados e os imaginários reproduzidos, por meio dos enunciados verbais e visuais. Em um segundo momento, buscar-se-á utilizar o estudo de Eni Orlandi (2007) sobre o silenciamento discursivo, classificando a forma como o silêncio se fez presente nos dizeres presidenciais, com o intuito de compreender os possíveis efeitos de sentido gerados pela interpretação do *corpus* (o que não está dito).

Espera-se que, ao final, tendo essas duas frentes de análise desenvolvidas, este artigo consiga alcançar um melhor entendimento sobre as questões de produção de sentidos envolvidas no então discurso governamental, especialmente aquelas acionadas na publicação de Dia dos Pais feita pelo Palácio do Planalto no Twitter.

Construção dos sentidos

Por meio das diversas correntes teóricas da AD, trabalha-se para transcender os enunciados, encontrar os conflitos e as contradições presentes nos discursos. Procurar entender essa transcendência é o caminho para identificar as influências que agem nos textos e ajudam a forjar as identidades dos sujeitos enunciadores. As interações mobilizam o entendimento e caracterizam as formações discursivas, de modo a estimular trocas que serão responsáveis por dar sentido ao mundo.

Em sua Teoria Semiolinguística, Charaudeau conceitua discurso dizendo que ele não é o texto, mas que está carregado por textos. “O discurso é um percurso de significância que se acha inscrito num texto, e que depende de suas condições de produção e dos locutores que o produzem e o interpretam” (CHARAUDEAU, 2011, p. 6). Um mesmo texto pode ser portador de diferentes discursos, enquanto um mesmo discurso pode impregnar textos diversos.

Já Foucault, em seus estudos sobre o saber, afirma que há discursos atravessando textos diferentes e que, nesse atravessamento, existe uma espécie de desnivelamento entre os discursos, que atua no processo de significância e de constituição dos sentidos.

(...) os discursos que “se dizem” no correr dos dias e das trocas, e que passam com o ato mesmo que os pronunciou; e os discursos que estão na origem de certo número de atos novos de fala que os retomam, os transformam ou falam deles, ou seja, os discursos que, indefinidamente, para além de sua formulação, são ditos, permanecem ditos e estão ainda por dizer. Nós os conhecemos em nosso sistema de cultura: são os textos religiosos ou jurídicos, são também esses textos curiosos, quando se considera o seu estatuto, e que chamamos de “literários”; em certa medida textos científicos (FOUCAULT, 1996, p. 22).

Foucault (1996) joga luz sobre o princípio segundo o qual o universo de significações se forma a partir de textos que circulam em uma ordem social e discursiva capaz de influenciar e condicionar o sujeito nas suas interpretações e interações. Para o teórico francês, o sujeito não fala isolado de seu contexto, uma vez que as palavras carregam histórias e sentidos. “O novo não está no que é dito, mas no acontecimento de sua volta”³. A apropriação do discurso pelo sujeito estaria submetida a uma ordem social na qual os sistemas de educação atuam politicamente para manter as significações de saberes e poderes associados a determinados discursos. Além disso, Foucault considera muito abstrata a possibilidade de separar os rituais da palavra do contexto que os envolve (sociedades do discurso, grupos doutrinários, apropriações sociais). “A maior parte do tempo, eles se ligam uns aos outros e constituem espécies de grandes edifícios que garantem a distribuição dos sujeitos que falam nos diferentes tipos de discurso e a apropriação dos discursos por certas categorias de sujeitos”⁴.

3 FOUCAULT, 1996, p. 26.

4 Ibid., 1996, p. 44.

Em uma outra vertente teórica da AD, Bakhtin trabalha a construção dos sentidos focado na relação que existe entre os parceiros do ato de linguagem. A interação entre eles seria a base que fundamenta a linguagem e as operações discursivas. O sentido do texto apoia-se em um processo que considera o discurso verbal e os elementos que caracterizam a linguagem como parte de um evento comunicativo, ligado à concepção de enunciado/enunciação. Ao fazer uma leitura do teórico russo, Beth Brait (2007) afirma que o enunciado e as particularidades de sua enunciação configuram, necessariamente, o processo interativo, ou seja, o verbal e o não verbal que integram a situação e, ao mesmo tempo, fazem parte de um contexto histórico, que age diretamente nos aspectos que caracterizam a construção de um discurso. “O enunciado deve ser enfrentado na sua historicidade, na sua concretude, para deixar ver mais do que a dimensão exclusivamente linguística e/ou sua fragmentação” (BRAIT, 2007, p. 71).

Charaudeau (2006) reforça a ideia de que a troca entre os agentes do discurso é basilar na formação das significações. Para ele, o sentido determina o modo de existência dos sujeitos falantes e, ao mesmo tempo, constrói representações sobre o mundo. Ele carrega elementos partilhados pelo senso comum e também por certas teorias cognitivas. O ato de comunicação, por ser um ato de troca entre dois ou mais sujeitos, “cria um elo social que parte de normas de comportamentos e estabelece representações necessariamente partilhadas”⁵. Em sua construção coletiva de sentido, o discurso estabelece uma relação entre os interlocutores pelo fato de conter “certa visão que trazemos do mundo, isto é, o conhecimento que se tem da realidade e os julgamentos que dela se fazem”⁶.

Uma vez que o sentido carrega consigo uma certa visão de mundo construída pelo sujeito, ele pode acabar não sendo necessariamente fundado por critérios de verdade dentro do processo de significação. Pode ser, ao mesmo tempo, mito ou realidade. “Ele se constrói na confluência entre o dito e o não dito (o explícito e o implícito). Ele não é apenas o dito, ele não é também apenas o não dito. O sentido nasce da relação entre os dois”⁷.

Além dessa interação que se configura entre o dito e não dito, o sentido também é marcado pelas influências dos imaginários sociodiscursivos, que agem para integrar,

5 CHARAUDEAU, 2006, p. 194.

6 Ibid., p. 187.

7 Id., 1998, p. 13.

constituir e caracterizar os momentos de trocas enunciativas. De acordo com Charaudeau (2006), eles são parte integrante da maneira como o sujeito se relaciona com o discurso e a produção do sentido.

O conceito de imaginário sociodiscursivo tem origem naquilo que Castoriadis (1982) chama de imaginário social, que funciona como um universo de significações fundador da identidade de um grupo. É uma mistura de representações sociais e sistemas de pensamento que atuam para tornar o mundo inteligível. O indivíduo interage envolvido por práticas sociais nas quais é levado a fazer trocas com outros, em uma atividade de conceituação que atribui valores cognitivos, simbólicos e ideológicos aos imaginários.

O imaginário é efetivamente uma imagem da realidade, mas imagem que interpreta a realidade, que a faz entrar em um universo de significações. Ao descrever o mecanismo das representações sociais, aventamos com outros a hipótese de que a realidade não pode ser aprendida enquanto tal, por ela própria: a realidade nela mesma existe, mas não significa. A significação da realidade procede de uma dupla relação: a relação que o homem mantém com a realidade por meio de sua experiência, e a que estabelece com os outros para alcançar o consenso de significação. A realidade tem, portanto, necessidade de ser percebida pelo homem para significar, e é essa atividade de percepção significativa que produz os imaginários, os quais em contrapartida dão sentido a essa realidade (CHARAUDEAU, 2006, p. 203).

Entender a conceituação dos imaginários é importante para compreender a disputa de sentidos nos discursos e de que forma se pode ou não alcançar um consenso de significação. Conforme explica Charaudeau (2006), os gestos de interpretação do mundo serão estimulados pelo ato de comunicação, é a troca discursiva entre dois ou mais parceiros que vai criar um elo social, se for envolvida por normas de comportamento que ajudarão a estabelecer representações necessariamente partilhadas. Por isso, os sentidos e as interpretações vão variar de um grupo a outro e até poderão mudar no interior de um mesmo grupo. Além disso, todo discurso depende, para a construção de seu interesse social, de condições específicas da situação de troca na qual ele surge. “A situação de comunicação é como um palco, com suas restrições de espaço, de tempo, de relações, de palavras, no qual se encenam as trocas sociais e aquilo que constitui o seu valor simbólico”⁸.

⁸ CHARAUDEAU, 2012, p.67.

Para desempenhar seu papel de espelho identitário, os imaginários têm necessidade de ser materializados. E essa materialidade está muito relacionada ao palco em que a situação de comunicação se estabelece. Na postagem de Dias dos Pais, publicada no Twitter do Palácio do Planalto, além do texto, a materialização ocorre com o uso de uma pintura do século XVII, na qual estão representados São José e o menino Jesus. Como explica Charaudeau (2006), é um recurso utilizado com o objetivo de dar sustentação ao que ele chama de racionalização discursiva.

Os grupos sociais produzem discursos de configuração diversa que dão sentido a essas materializações. Uns se fixam em textos escritos (ou na tradição oral) de maneira mais ou menos imutável e assim podem ser transmitidos de geração em geração: as doutrinas religiosas, as teorias científicas, os manifestos políticos ou literários. Outros circulam nas comunidades sob configurações variáveis, às vezes mais estáveis, como os provérbios, as máximas e os ditados, às vezes menos, como os torneios de linguagem ou as frases circunstanciais, mas cuja variedade não altera seu sentido de base contido em uma espécie de núcleo semântico mais estável⁹.

Política do silêncio

As contribuições teóricas de Eni Orlandi (2007), desenvolvidas a partir de conceitos trabalhados por Pêcheux, dentro de uma outra corrente teórica da AD, também ajudam a explicar a construção dos sentidos no discurso. Ela afirma que é preciso “compreender a necessidade da ideologia na constituição dos sentidos e dos sujeitos”¹⁰. Os diferentes efeitos de sentido se constituem por meio da relação entre as formações discursivas, carregadas historicamente de sentidos possíveis e também perpassadas pela ideologia. “Uma mesma coisa pode ter diferentes sentidos para o sujeito”¹¹.

Falar em “efeitos de sentido” é pois aceitar que se está sempre no jogo, na relação das diferentes formações discursivas, na relação entre diferentes sentidos. Daí a presença do equívoco, do sem-sentido, do sentido “outro” e, conseqüentemente, do investimento em “um” sentido¹².

9 Id., 2006, p. 206 e 207.

10 ORLANDI, 2007, p. 21.

11 Ibid., p. 21.

12 Ibid., p. 22.

Nessa construção, o silêncio é um dos aspectos que atua para significar e reforçar efeitos de sentido. Ao tratar das diferentes formas do silêncio, Orlandi define duas principais, que ela classifica como o silêncio fundador e a política do silêncio. A diferença entre elas estaria no fato de que “a política do silêncio produz um recorte entre o que se diz e o que não se diz”¹³, já o silêncio fundador não estabelecerá essa divisão, ou seja, ele significa em si mesmo. Para a análise do *corpus* a que este artigo se dedica, será preciso recorrer ao que Orlandi chama de política do silêncio. É um conceito que ajuda a dar contrastes para compreender os sentidos que emergem do *post* de Dia dos Pais, uma vez que “ao dizer algo apagamos necessariamente outros sentidos possíveis, mas indesejáveis” (ORLANDI, 2007, p. 73).

Determinado pelo caráter fundador do silêncio, o silêncio constitutivo pertence à própria ordem de produção do sentido e preside qualquer produção de linguagem. Representa a política do silêncio como um efeito de discurso que instala o antiimplícito: se diz “x” para não (deixar) dizer “y”, este sendo o sentido a se descartar do dito. É o não-dito necessariamente excluído. Por aí se apagam os sentidos que se quer evitar, sentidos que poderiam instalar o trabalho significativo de uma “outra” formação discursiva, uma “outra” região de sentidos. O silêncio trabalha assim os limites das formações discursivas, determinando conseqüentemente os limites do dizer¹⁴.

Observar de que maneira o silêncio atua para revelar o que não está dito na postagem do Palácio do Planalto é parte de uma estratégia para compreender o contrato de comunicação que caracteriza o discurso político do Governo Bolsonaro.

Pelo Twitter, o feliz Dia dos Pais

Como suporte que democratiza o acesso a informações, a internet dá condições para que os dados sejam disseminados rapidamente, principalmente através do modelo *smartphone* de telefone celular. A *web* permite distribuir conteúdo a múltiplos pares, por meio de textos multimodais que exploram uma multiplicidade de gêneros discursivos. Ela possibilita que usuários se mantenham virtualmente anônimos ou se tornem famosos da noite para o dia. Essas características reforçam o que Régis Debray chama de “democratização comunicativa”.

13 Ibid., p. 73.

14 Ibid., p. 73.

“Um número cada vez maior de pessoas tem acesso a uma quantidade cada vez maior de informação porque ela é cada vez mais leve e móbil” (DEBRAY, 1993, p. 231).

Como rede social que reúne pessoas, veículos de comunicação, empresas e instituições, o Twitter mobiliza instâncias da memória coletiva para criar efeitos de sentido oriundos da relação entre mídia e sociedade. Dessa forma, as mensagens postadas na rede social, mesmo que inicialmente difusas, no seu conjunto, acabam por se constituírem como importante fator para o campo da produção de sentido.

Criado em 2006, nos Estados Unidos, por jovens empreendedores da área de tecnologia, o Twitter funciona como um microblog que permite aos usuários publicar e receber atualizações em textos de até 280 caracteres, conhecidos como *tweets*, que podem ou não conter imagens, áudios e vídeos. Essas atualizações são exibidas no perfil de um usuário em tempo real e também enviadas a outros usuários seguidores que tenham assinado para recebê-las. Gratuito, está disponível em 49 idiomas e conta com mais de 229 milhões de usuários no mundo. No Brasil, se popularizou a partir de 2009, e ganhou novo fôlego com a posse de Jair Bolsonaro na Presidência da República.

Influenciado pelo então Presidente americano Donald Trump, o político brasileiro passou a adotar a rede social como palanque virtual, de onde interage com seus seguidores, anuncia novidades do Governo, critica a imprensa, opina sobre os assuntos do momento e, principalmente, polemiza. Essa atuação abriu caminhos para que os órgãos governamentais também enxergassem o dispositivo como um espaço preferencial para a publicação de conteúdo. Seguindo essas diretrizes, o perfil do Palácio do Planalto tornou-se mais atuante na rede e, conseqüentemente, passou a alcançar um maior número de seguidores. Até 21 de novembro de 2020, contabilizava mais de 1,1 milhão. “O Twitter é um dos principais palcos em que se encena o Governo Bolsonaro: lá o novo Presidente ataca a imprensa — seu alvo preferencial — e irrita aliados”, diz reportagem¹⁵ da Revista Época, publicada em 2019.

¹⁵ Disponível em <<https://epoca.globo.com/bolsonaro-faz-do-twitter-seu-palanque-virtual-23572419>>. Acesso: 10 nov. 2020.

O fato de o Brasil ser o quarto país do mundo com o maior número de usuários¹⁶ torna a plataforma um espaço virtual importante, por onde obrigatoriamente passará o debate público. Além disso, conforme pesquisa realizada em 2022¹⁷, 85% dos brasileiros que estão no microblog têm o hábito de acessá-lo para se informar e, dentro desse grupo, 75% o procuram para ver notícias sobre política e eventos atuais. A presença de Bolsonaro na rede, com um perfil oficial, assim como a de órgãos institucionais do Governo Federal, como o Palácio do Planalto e a Secretaria de Comunicação da Presidência da República, fortaleceram o Twitter como um espaço onde as informações circulavam.

Essa rede social cumpre o papel de um dispositivo de interação, essencial para estruturar o enunciado em análise. Conforme explica Charaudeau (2006), é o dispositivo que organiza as relações que se instauram entre os parceiros de um ato de comunicação e aponta os lugares ocupados por cada um deles.

O dispositivo é, portanto, aquilo que garante uma parte da significação do discurso político ao fazer com que todo enunciado produzido em seu interior seja interpretado e a ele relacionado. Ele desempenha o papel de fiador do contrato de comunicação ao registrar como é organizado e regulado o campo do enunciado de acordo com as normas de comportamento e com um conjunto de discursos potencialmente disponíveis aos quais os parceiros poderão se referir (CHARAUDEAU, 2006, p. 54).

Ao possibilitar a publicação de conteúdos em texto, áudio, imagens, *hashtags* ou vídeos, o Twitter confere aos usuários a oportunidade de mostrar seu ponto de vista e deliberar sobre questões controversas. A forma como se visualiza a interface do microblog, tanto no computador como no celular, permite que, ao procurarem publicações a respeito de determinado assunto, os atores de um ato de comunicação vejam opiniões distintas e tenham acesso a uma polifonia discursiva na qual é possível ler mensagens com argumentos contra e a

¹⁶ De acordo com informações coletadas pela empresa de análise de dados Statista, em janeiro de 2022, o Brasil tinha 19,05 milhões de usuários com acesso registrado no Twitter. O país com o maior número de usuários é os Estados Unidos, com 76,9 milhões de contas no microblog. Disponível em <<https://valorinveste.globo.com/mercados/internacional-e-commodities/noticia/2022/04/25/brasil-tem-a-quarta-maior-base-de-usuarios-do-twitter-no-mundo.ghtml>>. Acesso: 16 jul. 2023

¹⁷ Dados resultantes de pesquisa encomendada pelo Twitter e divulgada em setembro de 2022. Disponível em <<https://canaltech.com.br/redes-sociais/85-dos-usuarios-usam-o-twitter-para-se-informar-diariamente-diz-pesquisa-225618>>. Acesso: 16 jul. 2023

favor dos temas debatidos. Por meio de recursos textuais, imagéticos e gráficos, o enunciador explora sua capacidade de despertar emoções nos parceiros da troca linguageira, a fim de resolver conflitos ou acirrá-los. É possível, por exemplo, responder a publicações adicionando comentários. Mesmo que a interação aconteça virtualmente e o perfil que publicou a primeira mensagem não responda ao comentário, o registro fica na rede e pode ser visto por outros usuários, que poderão ou não acrescentar novos argumentos. As publicações podem ainda ser curtidas, aumentando sua circulação. Quanto mais curtidas, *retweets* e comentários uma publicação alcança, maior é sua disseminação dentro daquele universo. Uma mensagem que gera muito engajamento pode ser exibida até mesmo no *feed* (linha do tempo) de pessoas que não seguem o autor da publicação.

Sabendo de todas essas potencialidades tecnológicas e discursivas, o perfil do Palácio do Planalto, gerenciado pela equipe de comunicação do Presidente da República, decidiu escolher esse dispositivo para explorar seus recursos e produzir um *post* comemorativo ao Dia dos Pais, que foi publicado na manhã de domingo do dia 9 de agosto de 2020. Nesta publicação, é apresentada a reprodução da pintura barroca “São José com o Menino Jesus” (1635), de Guido Reni, que traz a representação de São José segurando o Menino Jesus nos braços. Ao lado da pintura, foram inseridas cinco palavras (fortaleza, doação, acolhimento, proteção e amor), dispostas alinhadas à esquerda, ficando uma em cada linha. Também no canto esquerdo, na parte inferior, abaixo das palavras, a mensagem: “Ao nosso primeiro exemplo de princípios, feliz dia dos pais!”. Para complementar a arte gráfica, a publicação traz ainda o texto a seguir (que funciona como uma legenda): “O Governo do Brasil deseja um feliz Dia dos Pais aos milhões de chefes de família que não têm medo de ir à luta para batalhar pelo pão de cada dia. Ao primeiro modelo de valores de todos, a nossa eterna gratidão”.

Entender o contexto em que se deu essa publicação torna-se essencial para compreender o discurso contido nela. Na análise das postagens feitas entre os meses de maio e outubro de 2020, no perfil do Planalto, constatou-se que a abordagem de datas comemorativas não foi comum. Postagens de efemérides não fazem parte do escopo editorial do perfil, que trata mais de assuntos voltados a ações do Governo e eventos nos quais o Presidente participava. Por isso, ao criar um conteúdo exclusivamente para o Dia dos Pais, o

perfil do Planalto, que não costumava usar a rede social para esse tipo de publicação, poderia estar, na verdade, tomando posição diante de uma polêmica que se estabeleceu dias antes e envolveu o conceito de família, citado na introdução deste artigo.

No final do mês de julho de 2020, ao iniciar uma campanha publicitária, a empresa Natura, do ramo de beleza e cosméticos, contratou um grupo de influenciadores digitais para participar de ações comerciais envolvendo os produtos da marca relacionados à temática Dia dos Pais. Essa decisão acabou se tornando alvo de polêmica e muita discussão no Twitter. O motivo: no grupo formado por 14 homens, estava o ator Thammy Miranda, um homem trans que já atuou em novelas da TV e ficou conhecido por ser filho da cantora Gretchen, com quem trabalhou, no início de sua carreira, como dançarina, época em que ainda tinha a identidade feminina. Thammy é pai do menino Bento, que estava com 6 meses de idade no período da campanha.

O ator chegou a ser alvo de ofensas transfóbicas, enquanto a Natura sofreu tentativa de boicote por parte do público, ação estimulada por líderes religiosos como o pastor Silas Malafaia, da Igreja Assembleia de Deus Vitória em Cristo. Os ataques motivaram Thammy a publicar uma série de *tweets* para se defender e expor suas opiniões a respeito do que entende ser o significado de paternidade. Dentre as postagens realizadas, a de maior repercussão foi aquela publicada no dia 31 de julho de 2020¹⁸, que continha uma fotografia do ator com o filho, os dois sentados em uma poltrona. Junto da imagem, o seguinte texto: “Ser pai é assumir suas responsabilidades, não abandonar a mulher grávida... Ser pai é ensinar pelo exemplo...”.

Já a empresa de cosméticos, por meio de sua então vice-presidente de marca, inovação, internacionalização e sustentabilidade, Andrea Alvares, afirmou, em entrevista ao portal Uol¹⁹, que o ator foi incluído na ação comercial “com a intenção de acolher democraticamente e generosamente as infinitas maneiras de ser pai de verdade”. “Foram escolhidos homens que estão vivendo a paternidade de maneira presente, com todas as suas

¹⁸ Disponível em <<https://twitter.com/ThammyReal/status/1289222298294198277?s=20>>. Acesso em 16/07/2023.

¹⁹ Trecho retirado de reportagem publicada no portal Uol, em 31 de julho de 2020. Disponível em <<https://www.uol.com.br/ecoa/ultimas-noticias/2020/07/31/campanha-valoriza-pais-presentes-thammy-e-um-diz-executiva-da-natura.htm>>. Acesso em 20/11/2020.

nuances. E Thammy é um deles. Não foi uma escolha deliberada para chocar ou questionar, mas sim dentro do que a gente considera a paternidade possível".

Independentemente do que a empresa afirma ter sido sua intenção, o fato é que usar a imagem de um homem trans na campanha de Dia dos Pais mobilizou as redes sociais e alcançou forte repercussão. O assunto extrapolou os limites do Twitter e foi tema de incontáveis notícias publicadas pela mídia. O portal Catraca Livre chamou atenção para o posicionamento do deputado federal Eduardo Bolsonaro, filho do então Presidente da República. O político utilizou sua rede social para criticar a Natura. Segundo a reportagem²⁰, sem citar o nome de Thammy, Bolsonaro publicou que houve uma tentativa de empurrar “goela abaixo uma conduta totalmente atípica para padrões brasileiros”.

É preciso acrescentar ainda, nessa contextualização, que a data do Dias dos Pais em 2020 foi comemorada quando o Brasil passava por uma fase crítica da pandemia de Covid-19 e muitos agentes públicos tomaram medidas drásticas para conter as contaminações, como decretar quarentena nas cidades, limitando o deslocamento das pessoas e o funcionamento de serviços e do comércio. Grande parte da população ficou durante meses evitando sair de casa para respeitar a determinação. Na contramão dessas recomendações científicas, Jair Bolsonaro demonstrou, em diversas ocasiões, ser contra as medidas de isolamento social e não as incentivou.

Todo esse contexto integra um conjunto de aspectos sociais, históricos, tecnológicos e discursivos que evidenciam as condições de produção nas quais o Planalto produziu seu enunciado. Além disso, por meio da observação temática do conteúdo postado no perfil, entre os meses de maio e outubro, é possível agregar mais indícios que ajudam a configurar esse ambiente e entender o que está dito e o que não está. Voltando à questão dos sentidos envolvidos no conceito de família, é interessante pensar por quais motivos o Palácio do Planalto dedicou uma postagem ao Dia dos Pais, mas não se preocupou com demais datas comemorativas que abarcam a mesma temática.

Tal reflexão baseia-se no fato de que, no dia 10 de maio, domingo de Dia das Mães, não houve registro de qualquer conteúdo que fizesse referência ao assunto. Pai e mãe são as figuras centrais no modelo de família tradicional defendido pelo Presidente. Sendo assim, a

²⁰ Disponível em <https://catracalivre.com.br/cidadania/natura-contrata-thammy-miranda-para-campanha-de-dia-dos-pais-e-web-ataca/>. Acesso em 21/11/2020.

ausência de uma publicação que celebre o Dia da Mães poderia ser também um indício com o qual pode-se defender a tese de que o enunciado que trouxe a imagem de São José, com o menino Jesus nos braços, foi algo planejado com o objetivo de dialogar discursivamente com a polêmica envolvendo o ator Thammy. Ao fazer tal enunciação, o Planalto estaria tomando posição e, conseqüentemente, explicitando o que pensa o Presidente e seu Governo sobre qual é o modelo adequado de paternidade. É um discurso proferido em um canal de comunicação oficial que, por assim ser, ganha também contornos de legitimidade.

Uma outra justificativa sobre a ausência da postagem de Dia das Mães, que enfraquece o argumento anterior, mas reforça os sentidos presentes no discurso bolsonarista, pode estar ligada ao machismo e à misoginia que Bolsonaro é acusado de propagar. Ao dedicar uma postagem para o Dia dos Pais e não publicar nada sobre o Dia das Mães, há também aí um “não dito”, que seria a valorização da figura paterna em detrimento da materna. Uma exaltação da figura masculina e, ao mesmo tempo, o desprezo pela figura feminina e materna. Essas observações não são o alvo desta análise, mas são reflexões que ajudam a compreender as condições de produção nas quais o discurso se insere.

Os efeitos visados

Explorar o que está dito exige que, independente das intenções do enunciatador, sejam mostrados os efeitos de sentido criados por um enunciado no momento de sua enunciação. No caso do *corpus* deste artigo, o apontamento de significações será feito por meio da observação dos atores envolvidos no ato de comunicação, da análise da escolha do dispositivo, da categorização do tipo de visada discursiva predominante, dos saberes e imaginários envolvidos. São aspectos capazes de moldar as condições de argumentação e que ajudam a entender como se deu o contrato de comunicação no *post* do Planalto.

Charaudeau (2004) conceitua as visadas como sendo uma intencionalidade psico-sócio-discursiva que determina a expectativa do ato de linguagem do sujeito falante e, por conseguinte, da própria troca linguageira. Elas devem ser consideradas do ponto de vista da instância de produção, que tem em perspectiva um sujeito destinatário ideal, mas também devem ser reconhecidas pela instância de recepção. Para que gerem efeito, precisam

estabelecer uma troca entre o locutor (eu enunciador) e o interlocutor (tu destinatário). O teórico francês aponta seis principais visadas que revelam a intenção pragmática do eu e sua relação de força que o liga ao tu, além da posição que tu deve ocupar nessa relação. “Cada situação de comunicação seleciona, para definir sua finalidade, uma ou várias visadas dentre as quais geralmente uma (às vezes duas) é dominante” (CHARAUDEAU, 2004, p. 25).

Ao desejar feliz Dia dos Pais, o Planalto recorre, predominantemente, à visada de instrução para estabelecer uma conexão com seus interlocutores. O efeito de instrução aparece quando o perfil assume ser um “eu” que quer “fazer saber fazer”. Para isso, ele se encontra em posição de autoridade de saber e também de legitimação para transmitir o saber. Tanto essa autoridade quanto a legitimação baseiam-se, neste caso, na posição ocupada pelo perfil do Planalto, que representa um órgão oficial constituinte da Presidência da República. O “eu” Planalto constrói significações nas quais sua intenção é dizer para os “chefes de família” que eles não podem ter medo de batalhar pelo pão de cada dia, pois, somente assim, se tornarão exemplo para seus filhos. Da mesma forma, ao irem à luta estarão seguindo o exemplo de São José. Existe, nesse enunciado, uma intenção de indicar o modelo de valores que deve ser seguido pelo “tu”. Nessa relação, “tu” se encontra na posição de “dever saber fazer”, ou seja, deve conhecer o significado e seguir esse “modelo de valores” baseado em “fortaleza”, “doação”, “acolhimento”, “proteção”, “amor”. É um sentido que busca, no discurso religioso, uma referência ao imaginário do “exemplo de princípios” materializado pela pintura barroca de Guido Reni. O “tu” deve, então, ter consciência da existência desse modelo de paternidade proposto pelo “eu” para que nele possa se espelhar.

Percebe-se que, para sustentar esse efeito visado, o Planalto usa também a visada de demonstração, pois há um sentido de mostrar as provas para estabelecer a verdade sobre o significado de paternidade. A representação de São José é utilizada para persuadir e afirmar a ideia que o enunciado textual construiu. No entanto, ao invés de marcar posição como autoridade de saber, o “eu” busca, nos chamados saberes de crença, argumentos que confirmam valor de verdade a esse julgamento do que seria o modelo adequado de paternidade.

Charaudeau (2006) afirma que as representações sociais são estruturadas pelos saberes de conhecimento e pelos saberes de crença. Os primeiros “visam a estabelecer a verdade sobre

os fenômenos do mundo”²¹, existem além da subjetividade do sujeito, pois o que funda essa verdade é algo exterior ao homem, são fundamentados em uma razão científica. Já os segundos são procedentes de um juízo não relativo ao conhecimento do mundo, “mas aos seres que habitam o mundo, seu pensamento e seu comportamento”²². A partir dos saberes de crença, o Planalto faz, então, um movimento de avaliação para determinar seu julgamento sobre o que considera ser um modelo de paternidade. É um juízo de crenças fundado sobre uma partilha que tem também uma função identitária.

Ao mobilizar esses sentidos, o *post* se afasta de uma mera intenção de parabenizar os pais pela data e ganha contornos de discurso político, já que procura transformar a referência a São José em algo disfarçado de conhecimento, nomeando-a como o primeiro “modelo”, o “exemplo”. Na verdade, essa referência não é senão uma norma moral que depende da crença. O “eu” quer que o “tu” interprete uma verdade de crença como sendo uma verdade de conhecimento. O discurso religioso aparece como estratégia para reforçar a agenda política conservadora do ex-Presidente que, desde sua campanha eleitoral, em 2018, se aproximou de lideranças do Cristianismo e de Igrejas Evangélicas neopentecostais. A escolha de uma referência bíblica constitui parte desse contexto de condições de produção e de recepção da postagem.

O Planalto como “eu enunciador” nada mais é que um canal por meio do qual o Presidente politiza o seu dizer e constrói sua enunciação polêmica. O enunciado está marcado pela voz de Bolsonaro. A utilização do Twitter como meio funciona justamente para alimentar a polarização no debate que envolveu a participação do ator Thammy na campanha da Natura. O enunciado não se dirige somente a quem concorda com ele, mas também a quem o questiona. A escolha do dispositivo pressupõe uma finalidade discursiva.

Máquina de silenciar

Tal finalidade, assim como os sentidos presentes no *post* comemorativo, pode ser melhor entendida quando se mobiliza o silenciamento discursivo sob a ótica de Orlandi (2007). Uma vez que “a significação não se desenvolve sobre uma linha reta, mensurável,

21 CHARAUDEAU, 2006, p. 197.

22 Ibid., p. 198.

calculável, segmentável” (ORLANDI, 2007, p. 46), é preciso analisar de que maneira a materialidade linguística e também imagética contribui para que a publicação do Planalto alcance sentidos que caminham em direções diversas, levando a interpretações reveladas pelo silêncio.

Na postagem, as marcas de silenciamento são identificadas tanto no texto quanto na imagem. A começar pelo uso de “chefes de família” para se dirigir a seus interlocutores. Ao usar essa expressão, o Planalto joga luz sobre a concepção de que o homem é o provedor e, por isso, é chamado de chefe de família, como se o pai ocupasse naturalmente esse papel. Esse é um discurso que naturaliza e reforça a ideia de que famílias são chefiadas por homens, buscando silenciar os modelos nos quais a configuração não é aquela na qual o pai é o provedor.

Da mesma forma, ao denominar a relação entre pai e filho, ilustrada por São José e o menino Jesus, como “o primeiro modelo de valores de todos” e o “nosso primeiro exemplo de princípios” (figura 1), o Planalto estaria dando voz a uma ideia que apaga e desvaloriza as constituições de família que, de alguma maneira, não se enquadram nessa região de sentidos. Pode-se dizer que é gerado um efeito de sentido no qual o Governo deseja expor sua posição na polêmica que envolveu a paternidade de um homem trans, com a participação do ator Thammy na ação publicitária da Natura. A palavra “primeiro” é usada duas vezes no mesmo *post* para reforçar que os modelos de família que vieram depois, como aqueles liderados por mães solteiras, avós, casais homoafetivos e vários outros, estariam em segundo plano, ou seja, não se enquadrariam no conceito de paternidade representado por São José. Há um “não dito” que significa. “Valores” e “princípios” passam a ser interpretados como sendo sinônimos de família. A moralidade do discurso presidencial se faz presente para excluir e silenciar sentidos. “Podemos dizer, generalizando, que toda denominação apaga necessariamente outros sentidos possíveis, o que mostra que o dizer e o silenciamento são inseparáveis: contradição inscrita nas próprias palavras” (ORLANDI, 2007, p. 74).

A política do silêncio também se faz presente na inclusão da obra de Guido Reni. Ao utilizar uma pintura do século XVII na composição do *post*, o Planalto parece ter a intenção de dar ao seu enunciado a ideia de que o que ele diz é algo antigo, existente desde os primórdios do mundo. O antigo estaria se contrapondo ao novo, de modo a deslegitimar e

silenciar o discurso da diversidade com o qual a Natura dialogou em sua campanha. Como se o Governo dissesse: “vejam, esse é o modelo correto, é o primeiro, e quem não o segue não merece ser felicitado pelo dia dos pais e nem deve ser reconhecido como um verdadeiro pai”. “Exemplo” é o substantivo usado para qualificar São José e sintetizar essa ideia de modelo de comportamento que simboliza ser pai. No entanto, “exemplo” também é a palavra definida por Thammy para designar o caráter de um pai: “ser pai é ensinar pelo exemplo...”. Ao contrapor esses dois usos, pode-se inferir que o “exemplo” do Planalto não carrega o mesmo sentido do “exemplo” de Thammy, é como se o primeiro tentasse apagar o segundo.

Isso fica mais claro quando se considera que a pintura barroca carrega consigo a história de São José e de Jesus Cristo, contadas na Bíblia. É uma imagem associada à Igreja Católica, produzida na Itália, país que difundiu o Cristianismo para o mundo. Escolher esses personagens para falar do Dia dos Pais é, por um lado, naturalizar o discurso religioso para estabelecer uma conexão com os seguidores do Presidente, uma vez que grande parte deles se declara cristã, e, por outro, desconsiderar que existe diversidade religiosa no Brasil, já que uma parcela considerável da população não é cristã. São José é apontado como exemplo de forma oficial pelo Governo. Em suas escolhas de materialidade discursiva, o Planalto procura reforçar sentidos que apaguem a laicidade constitucional do Estado e que, conseqüentemente, silenciem religiões que não reconheçam o santo que cuidou de Jesus como modelo de paternidade.

O *post*, se viesse de um cidadão comum, talvez não provocasse essas interpretações. Neste caso, entretanto, por ter sido produzido com o uso de dinheiro público em um perfil governamental, espera-se que, ao menos, respeite valores constitucionais. Ao silenciar outras religiões e outros modelos de família, o Planalto busca um interlocutor ideal que dialoga com os imaginários sociodiscursivos convocados na postagem, de modo a evidenciar uma visão de mundo que negligencia a diversidade social existente. A publicação acaba expondo um discurso preconceituoso, que silencia outras formações discursivas.

Um outro aspecto tratado por Orlandi, para caracterizar as operações de silenciamento, envolve a questão da completude ou falta dela. “Quanto mais falta, mais silêncio se instala, mais possibilidades de sentido se apresentam” (ORLANDI, 2007, p. 47). Na publicação em análise, é possível observar a incompletude do dizer no trecho em que o Planalto se refere aos

“milhões de pais chefes de família que não têm medo de ir à luta para batalhar pelo pão de cada dia”. Olhando para o contexto da pandemia que, como já citado, se relaciona com a época da publicação, fica latente a falta de completude. O silenciamento é direcionado aos pais que “têm medo”. Esses pais, para Bolsonaro, que sempre manteve discurso negacionista e anti-ciência, seriam aqueles que, seguindo recomendações de saúde, optaram por ficar em casa em isolamento social, a fim de conter o aumento dos casos de Covid-19. Eles não estariam, portanto, incluídos nas felicitações de Dia dos Pais. É um efeito de sentido que acentua mais a dicotomia entre as pessoas que conseguiram cumprir o isolamento social, trabalhando em casa, e aquelas que foram empurradas para a rua em meio a uma pandemia que matou mais de 700 mil pessoas, entre março de 2020 e março de 2023. Sair de casa, nesse contexto, não seria uma questão de coragem, mas de falta de opção. Não há mérito em pôr a vida em risco.

Esses pontos de análise ilustram como o silêncio recorta o dizer e revela sua dimensão política. Ao fazer escolhas discursivas em detrimento de outras, está-se também apagando necessariamente outros sentidos possíveis que, no caso do *post* do Planalto, são politicamente indesejáveis. É um apagamento de sentidos fruto do silenciamento. Não está propriamente relacionado à censura, como prevê Orlandi, mas está ligado a uma vontade de censurar, hipótese também prevista pela pesquisadora. É um Dia dos Pais que invisibiliza formações discursivas incompatíveis com a visão de mundo do ex-Presidente. O que é silenciado não está na produção do enunciado propriamente dito, mas na intenção e no objetivo de produzi-lo.

Considerações finais

Com a análise feita a partir do que está dito e do que não está, à luz dos conceitos da Teoria Semiolinguística apresentada por Charaudeau, pode-se considerar que, na publicação feita pelo Twitter, o enunciador Planalto representa um sujeito conservador, portador de uma ideologia carregada por valores morais e religiosos, que aparentemente tem a intenção de parabenizar os pais pelo seu dia, mas que quer, na verdade, polemizar em cima de um tema debatido pela opinião pública. Ao visar instruir e demonstrar para a instância de recepção qual

é o modelo ideal de princípios ligados à família, o enunciado recorre aos saberes de crença para alimentar a polarização e acionar imaginários que vão mobilizar, principalmente, os seguidores cristãos do ex-Presidente. Numa estratégia discursiva de captar a atenção dos dois extremos, a postagem do Planalto reforça, por um lado, o discurso conservador e autoritário de Bolsonaro e, por outro, se posiciona no debate sobre a paternidade de um homem trans.

Além disso, o ‘Feliz Dia dos Pais’ do então Governo impõe, sob a perspectiva teórica de Orlandi, um silenciamento discursivo que apaga modelos de paternidade distintos daquele apontado na publicação como o “primeiro”. As escolhas de materialidade discursiva trazem consigo elementos do Cristianismo para silenciar a laicidade constitucional do Estado e, conseqüentemente, outras religiões. O Planalto busca, dessa forma, negligenciar a diversidade social e religiosa existente no Brasil.

Olhando para outro aspecto característico das operações de silenciamento discursivo, fica evidente a falta de completude do enunciado quando apenas os pais “que não têm medo de ir à luta para batalhar pelo pão de cada dia” são citados. Neste caso, o efeito de sentido gerado remete ao momento em que se enfrentava a pandemia de Covid-19 e, por causa disso, muitos pais seguiram as recomendações sanitárias, aderindo ao isolamento social, mas contrariando a vontade do ex-Presidente, que disseminou, ao longo da pandemia, informações falsas e discurso negacionista.

Todos esses pontos apresentados, feitos a partir de duas perspectivas teóricas distintas da Análise do Discurso, evidenciam que até mesmo uma publicação banal, como essa da celebração do Dia dos Pais, foi utilizada pelo Governo do ex-Presidente para alimentar a estratégia discursiva de criar polêmicas e, conseqüentemente, acirrar a polarização política. Eles ilustram ainda a forma como Bolsonaro se apropriou do discurso governamental para disseminar sua visão de mundo conservadora.

Referências

BRAIT, B. (org.). *Bakhtin: conceitos-chave*. 4. ed. São Paulo: Contexto, 2007.

CASTORIADIS, Cornelius. *A instituição imaginária da sociedade*; tradução de Guy Reynaud; revisão técnica de Luiz Roberto Salinas Fortes. Rio de Janeiro: Paz e Terra. 1982. (Coleção Rumos da cultura moderna; v. 52)

CHARAUDEAU, P. Uma teoria dos sujeitos da linguagem. In: LARA, G. M. P.; MACHADO, I. L.; EMEDIATO, W. (org.) *Análises do Discurso Hoje - vol. 1*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1998. p. 11-29.

CHARAUDEAU, P. Visadas discursivas, gêneros situacionais e construção textual. In: MACHADO, I. L.; MELLO, R. (org.). *Gêneros: reflexões em análise do discurso*. Belo Horizonte: Núcleo de Análise do Discurso, Programa de Pós-graduação em Estudos Linguísticos, Faculdade de Letras da UFMG, 2004. p. 13-41.

CHARAUDEAU, P. *Discurso Político*. São Paulo: Contexto, 2006.

CHARAUDEAU, P. Dize-me qual é teu corpus, eu te direi qual é a tua problemática. *Revista Diadorim / Revista de Estudos Linguísticos e Literários do Programa de Pós-Graduação em Letras Vernáculas da UFRJ*, Rio de Janeiro, n. 10, p. 10-23, 2011.

CHARAUDEAU, P. *Discurso das mídias*. São Paulo: Contexto, 2012.

DEBRAY, R. *Curso de midiologia geral*. Petrópolis: Vozes, 1993.

FOUCAULT, M. *A ordem do discurso*. São Paulo: Edições Loyola, 1996.

MARADEI, A. *Twitter como esfera pública em momentos de protesto: estudo da comunicação pela rede social nos movimentos de 2013, 2015 e 2016 no Brasil*, 2018. 244 p. Tese (Doutorado em Comunicação Social) - Escola de Comunicação, Educação e Humanidades, Universidade Metodista de São Paulo, São Bernardo do Campo, 2018.

ORLANDI, E. P. *As formas do silêncio: no movimento dos sentidos*. Campinas: Editora da Unicamp, 2007.

EFFECTS OF MEANING AND SILENCING IN BOLSONARO GOVERNMENT'S 'HAPPY FATHER'S DAY

ABSTRACT: This article aims to show how the propagandist discourse of former President Jair Bolsonaro's government summoned imaginaries and aimed for effects of meaning that disseminated moral values with which that administration identified. Through the analysis of a post about Father's Day, published on Twitter in August 2020, on the official page of the Palácio do Planalto, the intention is to verify, from the perspective of concepts of discourse analysis, through semio-linguistic theory and theoretical perspective on discursive silencing, how the official discourse of the Executive Power fueled controversies to intensify polarizations and also silence discursive formations that diverged from the Bolsonarist worldview.

KEYWORDS: Bolsonarist discourse, Father's day, Effects of meaning, Silencing.