

## A (DES)CONSTRUÇÃO DO SUJEITO *DILMA ROUSSEFF* NAS VIDEOMONTAGENS DO YOUTUBE: O POLÍTICO EM DERRISÃO

Marco Antonio Almeida Ruiz<sup>1</sup>

### Primeiras considerações...

Nossa sociedade, atualmente, é organizada em torno de novas tecnologias multimidiáticas em que a diversidade de discursividades (orais, escritas, visuais e multimodais) em política, bem como o de outros modos de produção de sentidos, têm transformado radicalmente as modalidades e os processos enunciativos dos sujeitos. Essas mudanças se dão não só na ordem da língua, mas principalmente na ordem do enunciável, construindo novos dizeres tanto do *Eu* quanto do *Outro*, alterando os efeitos de sentidos iniciais e provocando, muitas vezes, o humor derrisório como resultado.

Neste artigo, trataremos de um discurso em particular, o discurso derrisório que se relaciona intimamente com a ironia. O discurso irônico pode provocar uma série de sentidos e sentimentos que abarcam desde a irritação à zombaria, provocando a humilhação e a ridicularização do outro. Contudo, a derrisão diferencia-se da ironia porque o sujeito-enunciador assume o que diz no seu próprio discurso quando tem por objetivo desqualificar o destinatário (BARONAS, 2005). Os limites do discurso irônico e do discurso derrisório se diferem, mas também os constituem:

[...] enquanto locutor da ironia coloca em cena um enunciador, cuja alocação não pode assumir explicitamente, deixando essa responsabilidade para o seu destinatário, o locutor da derrisão assume o que diz, contudo os efeitos do seu dizer são atenuados ora pelo efeito de escárnio que provoca, ora pela mobilização de um discurso Outro já legitimado na sociedade (BARONAS, 2005, p.147).

Assim, nos preocuparemos em analisar o modo como um ambiente midiático eletrônico, o YouTube, por meio de diversos textos multimodais, que se dão a circular como discursos panfletários – texto curto e violento que ataca uma instituição ou uma pessoa conhecida – distintos tanto da sátira quanto da polêmica,

---

<sup>1</sup> Mestre (2015) e doutorando em Linguística na Universidade Federal de São Carlos. Suas pesquisas estão centradas no âmbito da investigação das condições históricas e epistemológicas da Análise do Discurso de linha francesa no Brasil sob a supervisão do Prof. Dr. Roberto Leiser Baronas. Atualmente é Bolsista FAPESP (Proc. nº. 2014/22526-7). E-mail: [marcoalmeida.ruiz@gmail.com](mailto:marcoalmeida.ruiz@gmail.com).

todavia, constitutivamente derrisório, constroem uma escrita da história de campanhas políticas brasileiras bastante distinta da história oficial divulgada nos editoriais, nos artigos de opinião, nas análises políticas, que circulam nos jornais e revistas brasileiras, por exemplo. Os textos panfletários organizados derrisoriamente podem mostrar o que um artigo de opinião ou um editorial não poderia dizer, sob pena de sofrer sanções legais por calúnia, difamação e, ao mesmo tempo, contribuem para uma despolitização do político, uma banalização da fala pública.

Desta forma, compreender a natureza, o papel e o funcionamento discursivo desses diversos tipos de discursividades políticas e de comunicação, bem como as suas mudanças linguísticas e discursivas torna-se, hoje, essencial para conhecer não só o funcionamento do português brasileiro no seu componente sóciopolítico, mas também, para a compreensão do funcionamento da escrita da história da política brasileira. Para tal, elegemos como *corpus* empírico de análise duas videomontagens que circularam no YouTube durante a campanha presidencial de 2010<sup>2</sup> tendo como alvo panfletário a fala da então candidata Dilma Rousseff.

Para esta reflexão, buscamos analisar discursivamente, com base no mirante da Análise de Discurso de orientação francesa, o modo como os discursos panfletários que circularam no YouTube funcionaram e, ainda funcionam, discursivamente na construção de uma outra história do presente da política brasileira, contribuindo para a descrição de novos efeitos de sentido sobre àquele que toma o discurso e o transforma de acordo com a sua formação discursiva, construindo uma sobreasseveração sobre o discurso do Outro alvo da derrisão (MAINGUENEAU, 2006).

## **A DERRISÃO: A (DES)CONSTRUÇÃO DO SENTIDO**

Este termo/vocábulo que tanto nos mobiliza tem origem no século XIII, no baixo latim *derisio*, *derideri* que incita o sentido de “fazer pouco de” algo ou alguém. Tem como seu significado a zombaria, o “desprezo que incentiva o riso, trazendo o divertimento de alguma coisa a alguém” ou “coisa insignificante, irrisória” (NOVEAU PETIT ROBERT, 2001 apud ARAUJO, 2011).

Trata-se de uma “associação do humor e da agressão que a [derrisão] caracteriza e a distingue, em princípio da pura injúria” (BONNAFOUS, 2002, p. 45),

---

<sup>2</sup> Nosso material de análise é constituído por duas videomontagens que circularam – e ainda circulam – no *YouTube* e têm como alvo derrisório a fala da Dilma Rousseff em diferentes momentos de sua campanha eleitoral no ano de 2010. São elas: *Dilma abandona promessa eleitoral e privatiza o petróleo brasileiro* e *Dilma e a privatização do pré-sal*. Os vídeos estão disponíveis em [www.youtube.com](http://www.youtube.com).

isto é, uma espécie de “desamabilidade verbal” violenta que por produzir o riso foge de sanções negativas da legislação e, principalmente, da opinião pública. Ao se utilizar da derrisão o locutor caçoa e ridiculariza a todos aqueles que ele considera adversários, muitos deles jornalistas, e manipula o auditório ou os leitores pelo riso ou por uma admiração conseguida pela capacidade inventiva de utilizar a linguagem, evitando e atenuando alguns possíveis embates ao se abrigar na brincadeira.

A derrisão pode ser concebida por meio de um gênero textual, como por exemplo, as videomontagens, cuja temática centra-se em questionar, por meio da sátira, a ordem estabelecida e/ou os valores largamente cristalizados em nossa sociedade. Tal questionamento tem como alvo preferido as mais diferentes autoridades sociais e se impõe a ler sob diferentes facetas: nas charges; nas caricaturas; nos pastiches; nas piadas; nos jogos de palavras etc. Para Mercier (2001), a derrisão se apresenta como um jogo e também:

[...] como quem não quer nada e se transforma pela magia do verbo escolhido, numa forma socialmente aceitável de exprimir sua agressividade contra outrem. Com efeito, ‘o humor permite dizer ou sugerir ideias desagradáveis, sem ter que temer reações violentas, nem represálias’. Ou mesmo ao contrário, ‘se a ‘vítima’ da zombaria não achar graça, se ela recusa captar a gozação ou reconhecer as regras do jogo, será acusada de não ter senso de humor’ (MERCIER, 2001, p.10)<sup>3</sup>.

Por apresentar-se de maneira sarcástica, a derrisão promove o humor sendo que a piada formulada e bem estruturada no seu contexto de circulação é considerada obscena e covarde. Isto porque a derrisão é praticada na fala regularmente, além disso, comporta uma competência sócio-emocional muito maior do que aparece à primeira vista.

Liberar a agressividade de maneira socialmente aceitável é o que permite os recursos da derrisão, poder dizer sem sofrer a censura apelando à criação de um princípio de prazer transgressor tolerável (MERCIER, 2001). Portanto, tornar algo em derrisão, em riso, zombaria, é um meio de liberar aquela agressividade contida, supostamente inexprimível.

Podemos observar que os políticos são tornados alvos de derrisão desde os tempos imemoriais. Todavia, com o advento dos meios de comunicação de massa e, sobretudo com o advento dos meios interativos, os que permitem uma participação efetiva dos (inter)locutores, os políticos estão se tornando alvo da derrisão popular

---

<sup>3</sup> No original: comme un air de ne pas y toucher et se transforme, par la magie du verbe choisi, en une forme socialement acceptable d’exprimer son agressivité envers autrui. En effet, ‘l’humour permet de dire ou de suggérer des idées désagréables, sans avoir à redouter ni réactions violentes ni représailles’. C’est même de la contraire, ‘si la ‘victime’ de la plaisanterie ne rit pas, si elle refuse de signer, de reconnaître les règles du jeu, elle sera accusée de ne pas avoir le sens de l’humour (MERCIER, 2001, p. 10).

com muita frequência. Há uma liberação da sua agressividade utilizando-se da derrisão e que não conduz a nenhum dano imediato, já que as piadas podem consistir em uma das únicas armas disponíveis para combater determinado regime ou até para tentar desfazer de alguma construção teórica que apoia a ideologia do poder. De fato, conforme já dissemos, “o humor permite dizer ou sugerir ideias desagradáveis, sem medo de represálias ou reações violentas” (MERCIER, 2001, p.11, tradução do autor).

O locutor da derrisão assume o que diz, contudo os efeitos do seu dizer são atenuados ora pelo efeito de escárnio que provoca, ora pela mobilização de um discurso outro já legitimado na sociedade. Ou seja, a derrisão joga ora com o humor do destinatário, ora com uma espécie de *pré-construído* socialmente aceito pelo destinatário. Tanto no primeiro quanto no segundo caso, a derrisão terá sempre implícita ou explicitamente um valor metadiscursivo, isto é, um uso e um comentário sutil sobre esse uso. Expressar-se por meio da derrisão é um ato e então uma prova de existência do indivíduo em sociedade. Em virtude deste fator, ela está relacionada fundamentalmente a afirmação de si (MERCIER, 2001 apud ARAUJO, 2011). O ser humano escolhe uma vítima, elenca qualidades desvalorizantes de acordo com a identidade de cada um e o sentimento de superioridade e aplica uma nova significação de acordo com seu conceito de valores.

Desta forma, é possível considerar que a derrisão seja, sem dúvida, um equilíbrio de um sistema social, dilacerado pelas demandas do condicionamento social sobre os discursos e, principalmente, as formações discursivas que os sujeitos se inserem, mobilizados, muitas vezes, por discursos cristalizados pela sociedade e que são, sempre, alvos de ameaças por uma deriva destrutiva, isto é, dispostos a sofrerem mudanças.

Admitidos ou contestados, muitos valores humanos são alvo constante dos discursos derrisórios e, por isso, o riso da derrisão desempenha efeitos variáveis sobre as trocas que ocorrem, ou seja, efeitos de escárnio sobre o discurso relatado e isto, abre um vasto campo para análise. As linhas que permitem analisar a lógica derrisória são particularmente ambíguas. A ambiguidade dos fatos se apresenta quando algo pode significar dependendo do outro. É por isso que a derrisão possui um poder de revolução inegável, é subversiva. Ela é ferramenta útil para a construção de um discurso contestador que regula outros discursos e ao mesmo tempo impõe sua própria dinâmica; assim a redução das tensões se opera por uma recodificação dos conflitos em termos que permanecem discursivos (MERCIER, 2001).

A derrisão, diferentemente da ironia, se apresenta “subvertendo a fronteira entre o que é assumido e o que não é pelo locutor” (MAINGUENEAU, 1993, p. 98), o locutor assume na materialidade linguística o que diz e mostra o objetivo principal,

desqualificar o destinatário. Desse modo, a derrisão tem a preocupação de contestar os valores sociais vigentes segundo determinados momentos sócio-histórico. Esse ato de desqualificar se define como um ato de enfatizar os defeitos e deformidades do alvo escolhido, caracterizando como um humor que desqualifica o adversário no intuito de persuadir o auditório (FEUERHAHN, 2001).

Se tomados, então, como espaços discursivos diferentes dentro do campo discursivo do humor, é possível dizer que o discurso irônico pode provocar uma série de sentimentos ou de sentidos que vão da irritação à zombaria, passando pela ridicularização e humilhação do outro, aspectos que podem dialogar com o discurso derrisório. Contudo, podemos afirmar que a derrisão diferencia-se da ironia porque o sujeito produtor da enunciação assume o que diz no seu discurso, tendo como objetivo principal desqualificar o destinatário. Aspecto esse que fica implícito na ironia.

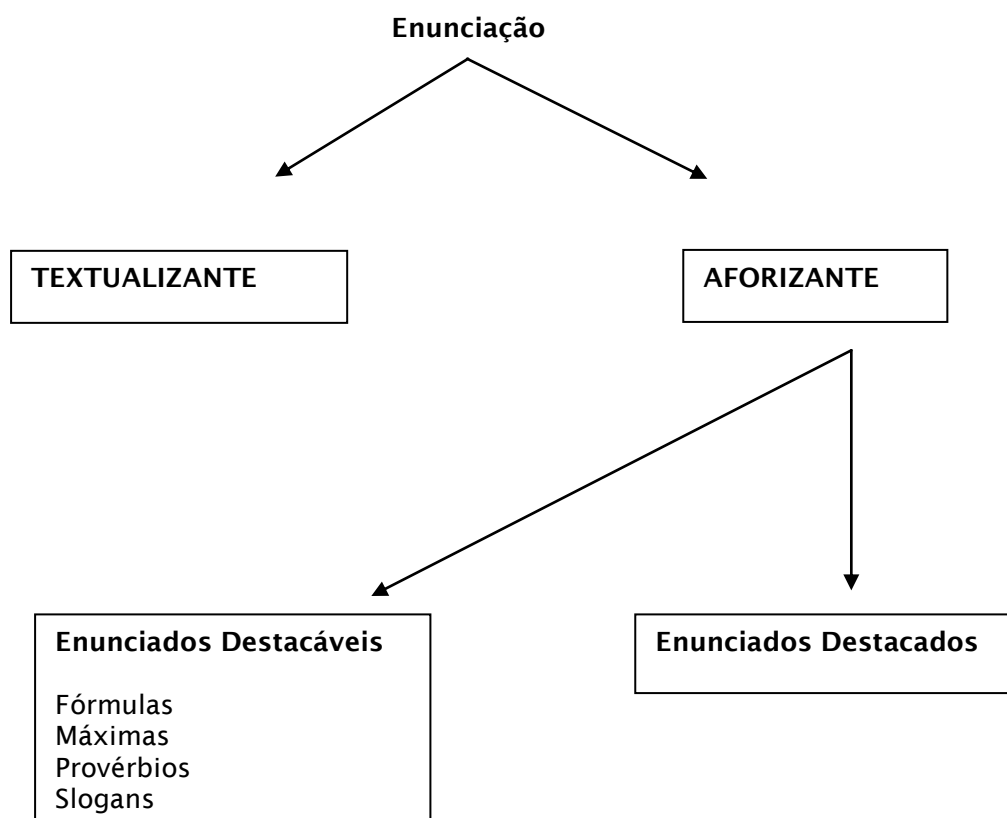
Neste momento, nos é permitido levantar a hipótese de que a ironia caracterizada ocupa um determinado espaço discursivo que pode dialogar com o espaço da derrisão e que se constitui como uma ironia mais ácida. Ao atingir o seu grau maior de zombaria, a ironia perpassa o campo discursivo<sup>4</sup> derrisório o constituindo também. É preciso considerar também que a derrisão geralmente é dada a circular em pequenas frases. Para pensar a circulação das pequenas frases na mídia, por exemplo, mobilizamos os trabalhos de Dominique Maingueneau (2002, 2005, 2006 e 2010).

## **O DITO PELO NÃO DITO: UM CASO DE AFORIZAÇÃO**

A grande circulação de discursos na mídia, hoje, tem se tornado um grande canteiro de estudos. Cada vez mais, percebemos que certos discursos reportados estão sendo destacados e aplicados em outros contextos, criando-se, deste modo, uma nova significação para os mesmos. Assim, segundo os conceitos de Maingueneau (2010), os enunciados destacados decorrem de um regime de enunciação específico. O autor opõe enunciação *aforizante* “frases sem texto” e enunciação *textualizante*, inscrita no horizonte do gênero de discurso. Podemos observar o funcionamento desses conceitos com base na estrutura abaixo:

---

<sup>4</sup> À luz de Maingueneau, podemos entender o campo discursivo como “conjunto de formações discursivas que se encontram em concorrência, delimitando-se em uma região determinada do universo discurso (MAINGUENEAU, 2005, p. 35).



Nessas reflexões, devido ao pouco espaço, tratarei das questões voltadas a destacabilidade dos enunciados, numa tentativa de observar as grandes mudanças que acontecem quando eles são retirados de seus contextos originais para significar derrisoriamente em um novo contexto de circulação. Ao pensarmos na construção do sentido, trabalhamos com o *(re)significar*, pois a partir do momento que o enunciado é destacado, ele adquire uma nova significação e, ao mesmo tempo, “ele passa a *(re)significar* o discurso primeiro de uma outra forma, desconstruindo uma informação a cerca de outra totalmente diferente” (MAINGUENEAU, 2010).

No momento de destaque, o sujeito se apropria da língua da maneira que a formação discursiva na qual está inscrito determinar o que lhe é mais conveniente e constrói seu novo discurso sobre aquele já existente. Assim, segundo o pesquisador francês, ao construir esse novo dizer, de maneira diferente, ele o sobreassevera de acordo com sua formação discursiva (FD), ou seja, refere-se ao que se pode dizer em relação a época e/ou o espaço social em que se encontra o discurso, como também, considerar as condições de produção específicas, capazes de mobilizar uma memória discursiva como condição do funcionamento discursivo de um material sócio-histórico e cultural.

Além disso, mobiliza-se uma certa imagem quando há o destaque, uma imagem construída com base em novas pré-construções linguísticas e discursivas,

capazes de contribuir com um “desdizer” do outro frente ao novo discurso. Desta forma, o *ethos discursivo* criado é coextensivo a toda enunciação: o destinatário é necessariamente levado a construir uma representação do locutor, que este último tenta controlar, mais ou menos conscientemente e de maneira bastante variável, segundo os gêneros de discurso. O discurso, por meio da leitura ou da audição, faz com que o destinatário partilhe de certo movimento do corpo, em um processo de “incorporação” que implica certo “mundo ético”, associado a comportamentos estereotípicos.

Ao tomarmos as videomontagens como material de análise, observamos que o produtor insere novos enunciados, modifica o discurso primeiro e constrói-se uma nova significação pautada na compreensão que ele, ao criar o novo discurso, mobiliza sobre um saber constitutivo, isto é, guiado pela sua formação discursiva. Com isso, ao aforizar derrisoriamente um enunciado, o produtor assume um *ethos* de um locutor que fala do alto, que tem um conhecimento “superior” daquele discurso primeiro, como se ele, o produtor da videomontagem, fosse o detentor da verdade, exprimindo uma totalidade vivida, seja uma doutrina ou uma certa concepção de existência. Assim, o “conteúdo” do enunciado suscita adesão por meio de uma maneira de dizer que é também uma maneira de ser (MAINGUENEAU, 2010).

Conforme já enunciado, para Maingueneau (2010), os aspectos da enunciação se dão por dois tipos: *aforizante* e *textualizante* elucidados na estrutura mostrada. Para nossa reflexão, mobilizaremos as questões voltadas para os enunciados aforizantes.

Assim, a aforização é o processo em que certo sujeito pratica a ação de destacar certo enunciado cristalizado ou não em um discurso para colocá-lo em circulação em outro, numa diferente situação contextual, (re)significando o discurso primeiro, ou seja, o sujeito se apropria do enunciado e destextualiza-o em fragmentos para aplicar em contextos distintos. Destarte, Maingueneau (2010) desenvolve dois conceitos que partem dessa aforização: *enunciados destacáveis* e *enunciados destacados*. Como exemplos de enunciados destacáveis, apresentados no quadro anterior, temos: máximas conversacionais, fórmulas<sup>5</sup>, provérbios, slogans etc. Para os enunciados destacados, podemos encontrar os conceitos de sobresseveração e destacabilidade. É sobre estes últimos conceitos que proporemos nossa análise a seguir.

---

<sup>5</sup> De acordo com Maingueneau (2010), o conceito de fórmula se dá pelos seguintes itens: i) a cristalização linguística de uma expressão que circula em um contexto; ii) é preciso que a expressão entre em discurso por meio da circulação nos diferentes gêneros; iii) ter um referente social, ou seja, é preciso que a expressão seja comentada pelos sujeitos falantes e, finalmente, iv) gerar polêmica, ou seja, pode suscitar opiniões divergentes para a mesma expressão.

Sobre os enunciados destacáveis, em nossa sociedade, circulam em grande número e podem ser designados pelo termo vago de fórmulas, ou seja, enunciados curtos cujo significante e significado são considerados no interior de uma organização pregnante (pela prosódia, rimas internas, metáforas, antíteses...), o que explica que sejam facilmente memorizados. E com isso, podemos notar que algumas dessas fórmulas circulam no interior de uma comunidade mais ou menos restrita. O problema se coloca em particular para os “enunciados destacáveis:” slogans, máximas, manchetes de artigos da imprensa, intertítulos, citações célebres, etc. (MAINGUENEAU, 2010).

A partir do momento que retiramos certo enunciado de seu contexto de enunciação e circulação, estamos apenas destacando-o ou sobreasseverando-o. A destacabilidade se diferencia da sobreasseveração. Enquanto aquela, apenas destaca certo enunciado de seu contexto e não há mudança na sua composição linguística, ou seja, não há uma alteração na estruturação sintagmática que modifique o sentido original de texto; este tem o princípio de modificar o enunciado de acordo com a formação discursiva do sujeito que realizou o destaque. Quando o sujeito que destaca o enunciado e o modifica completamente, certo sujeito cria para o enunciado segundo uma autonomia em relação ao enunciado primeiro, contribuindo para uma nova (re)significação, de acordo com suas perspectivas e conceitos. Temos assim, o trabalho do sujeito sobre a fala do outro (MAINGUENEAU, 2010).

A extração não acontece de maneira indiferenciada sobre um texto. Certos fragmentos são apresentados na enunciação como destacáveis, isto é, enunciados que, de acordo com o seu contexto de utilização são propensos a esta destacabilidade, justamente por serem enunciados curtos e de fácil adaptação a outros contextos. Trata-se somente de uma operação de destaque do trecho que é operada em relação ao restante dos enunciados, por meio de marcadores diversos levando em consideração a ordem aspectual (genericidade), tipográfica (posição de destaque dentro de uma unidade textual) etc. Com isso, a aforização passa ao largo de todas as oposições midialógicas.

A partir disso, ao produzirmos novas significações, mobilizamos uma certa memória discursiva<sup>6</sup> frente ao discurso primeiro, capaz de nos fazer retomar discursos ditos em outros momentos, por outros sujeitos. Tudo se passa como se existisse uma zona de tolerância, como se comumente se considerasse normal que o enunciado destacado e sua fonte sejam divergentes.

---

<sup>6</sup> A concepção de memória é tomada não somente como lembrança, de “memória individual”; mas, como produto da diversidade de condições para se inscrever em um acontecimento. Assim, brota “a tensão contraditória no processo de inscrição no acontecimento no espaço da memória” (p.50), sob o que Pêcheux chama de a dupla-forma limite resultando no acontecimento que não se inscreve e o que se inscreve na memória (PÊCHEUX, M. *O papel da memória*. In.: ACHARD, P et al. **Papel da memória**. Campinas: Pontes, 2007. p.49-57).



Em virtude disso, pelo processo de aforização, esse destaque dos enunciados, o locutor – que podemos chamar de *aforizador* – se põe acima das restrições específicas deste ou daquele gênero de discurso. O “aforizador” assume o *ethos* do locutor que está no alto, do indivíduo autorizado, em contato com uma fonte transcendente. Ele supostamente enuncia sua verdade, subtraída de qualquer negociação, exprime uma totalidade vivida: seja uma doutrina ou certa concepção da existência. Nesse regime enunciativo, o sujeito da enunciação e o Sujeito no sentido jurídico e moral coincidem: alguém se põe como responsável, afirma valores e princípios diante de uma comunidade.

O processo de descontextualização das aforizações é acompanhado por um “apagamento” de seu sentido primeiro, ou seja, segundo Maingueneau (2010), há uma opacificação de seu sentido, em que exige um trabalho interpretativo àqueles que entram em contato com o “novo” enunciado. Ademais, o mecanismo de aforização resulta de uma operação de destacamento que é pertinente, o leitor deve construir interpretações que permitam justificar essa pertinência:

Toda aforização intervém em uma textualização: é uma encenação construída por outro locutor, um citador. A aforização vem, portanto, minar a compacidade da textualização. Desse ponto de vista, é o texto que fabrica o que o contesta (MAINGUENEAU, 2010: p. 23 e 24).

Temos um locutor que se assume, ocasionalmente, como sujeito aforizador. Dessa maneira, Maingueneau afirma:

Qualquer que seja a modalidade, implica uma figura de enunciador que não apenas diz, mas que mostra que diz o que diz, e presume-se que o que ele diz condensa uma mensagem forte, induz a uma tomada de posição exemplar (MAINGUENEAU, 2006: p. 89).

Ainda para o autor,

O sobresseverador é alguém que se sobrepõe e que mostra o *ethos* de um homem autorizado, sob a influência de uma origem transcendente, que estabelece valores, para além das interações e das argumentações” (MAINGUENEAU, 2006: p. 86).

Nesse sentido, entendemos que a aforização de um enunciado, o seu destaque de um determinado contexto se dá sempre a partir de um simulacro do discurso do outro, acompanhado, sempre que possível, de um humor derrisório.

## UM ESBOÇO DE ANÁLISE: A (DES)ORDEM DO DISCURSO

Depois de apresentarmos alguns dos conceitos que balizam o nosso procedimento analítico, apresentaremos inicialmente o nosso objeto de reflexão e, num segundo momento, as análises propriamente ditas. Nosso material de análise é constituído por duas videomontagens que circulam no YouTube, a saber: *Dilma abandona promessa eleitoral e privatiza o petróleo brasileiro*<sup>7</sup> e *Dilma e a privatização do pré-sal*<sup>8</sup>. Os vídeos estão disponíveis em [www.youtube.com](http://www.youtube.com).

Inicialmente, nos preocuparemos com uma análise voltada para a descrição das videomontagens de acordo com suas imagens e a interpretação das mesmas segundo os conceitos da análise do discurso de orientação francesa, principalmente levando em consideração os sentidos criados pela nova significação, isto é, um *(re)significar* proporcionados pela modificação dos enunciados primeiros por meio de enunciados sobreasseverados derrisoriamente. Apresentaremos alguns excertos destas videomontagens que foram selecionadas em virtude de apresentarem no nosso entendimento um discurso derrisório. Todas tinham como alvo a candidata, na época de campanha, a então presidente Dilma Rousseff, que adquiriu uma maneira própria de proferir seus discursos possibilitando que discursos outros brotassem em torno.

Nossa primeira videomontagem tem como título *Dilma abandona promessa eleitoral e privatiza petróleo brasileiro*. O recorte abaixo caracteriza-se como uma montagem de dois vídeos de Dilma Rousseff: o primeiro refere-se a sua campanha eleitoral de 2010 e, o segundo, de 2013 e refere-se a um pronunciamento nacional, já como presidente do Brasil, vinculado à todos os meio de comunicação. Além disso, podemos notar a presença de um sobreasseverador, produtor da videomontagem, responsável por mostrar a “verdade” em relação aos discursos da presidente, descaracterizando sua imagem diante da sociedade. Na imagem a seguir, temos a primeira intervenção desse produtor, em que ele denuncia as atitudes contraditórias da presidente em relação à privatização do petróleo e da Petrobras, vejamos o recorte:

---

<sup>7</sup> Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=vX8allpFVvo>. Acesso em 20 de out 2015.

<sup>8</sup> Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=88EknymxB1Y>. Acesso em 20 de out 2015.



**Figura 1**

Em seguida, temos a abertura da propaganda eleitoral obrigatória, em que o narrador da campanha introduz o tema que será abordado no programa: a privatização da Petrobras e do pré-sal. Podemos notar que logo no início de sua fala, ele levanta uma questão aos telespectadores: “agora responda”. Após, encontramos os seguintes enunciados:



**Figura 2**

Em seguida, há um recorte de um vídeo da então candidata à presidente, Dilma Rousseff, discursando, em que seu objetivo é mostrar sua oposição à privatização da Petrobras e o pré-sal. Vejamos:



Figura 3

Desde já eu afirmo a minha posição: **é um crime privatizar a Petrobras ou o pré-sal**. Falo isso porque há poucos dias o principal assessor do candidato Serra para a área de energia e ex-presidente da Agência Nacional de Petróleo, durante o governo FHC defendeu a privatização do pré-sal. **Isso seria um crime contra o Brasil**, porque o pré-sal é o nosso grande passaporte para o futuro. Com ele, o Brasil vai arrecadar bilhões de dólares. Essa riqueza será investida nas áreas de educação, saúde, cultura, meio ambiente, ciência e tecnologia e combate à pobreza. Essa é a grande diferença entre o nosso projeto de governo e o projeto da turma do contra. Nós acreditamos que o fortalecimento das nossas empresas é bom para todo o povo brasileiro. Eles só pensam em vender o patrimônio público<sup>9</sup>. (grifos meus)

Após seu discurso, o produtor, numa tentativa de desqualificar a figura de Dilma, traz o seguinte recorte:



Figura 4

---

<sup>9</sup> Nossa preocupação, neste momento, não é transcrever a fala da candidata Dilma segundo alguns recursos fonéticos. Nosso objetivo é mostrar o discurso proferido tal como é possível encontrarmos nos vídeos disponíveis no YouTube, isto é, os enunciados estão transcritos de acordo com as falas da Dilma.

Para contrapor à fala anterior de Dilma e, com isso, poder desqualificá-la, o produtor traz um recorte do pronunciamento oficial, transmitido em rede nacional, em que ela diz o oposto, enaltecendo o leilão de petróleo às empresas privadas e a grande conquista do Brasil em 2013 com esse regime de partilha do pré-sal. Vejamos:



Figura 5

Queridas brasileiras, queridos brasileiros, este é o momento que exige coragem e decisão em todos os sentidos. A coragem é irmã da liberdade e mãe de todas as mudanças. Este é o momento de fazer o governo chegar cada vez mais perto do povo. E do povo participar, cada vez mais, das decisões do governo mais que nunca, o Brasil está aprendendo que o que é importante não é termos problemas. O importante é termos as soluções. E mais soluções estão à caminho. Ainda este mês, vamos fazer **novos leilões de portos, aeroportos, ferrovias e rodovias**. Estes leilões vão injetar bilhões e bilhões na economia, gerando centenas de milhares de empregos. **Vamos também leiloar, em outubro, um imenso campo de petróleo do pré-sal, o campo de Libra.** (grifos meus)

Ao interpelar este vídeo, notamos que o produtor sobreassevera a fala anterior de Dilma. Podemos notar que sua finalidade é contrapor os dois discursos – da época quando candidata à presidência e enquanto Presidenta da República – e mostrar ao leitor/telespectador a imagem de uma presidente mentirosa. Percebemos que com o jogo das imagens iniciais e, agora, o momento em que o produtor do vídeo “mostra” sua interferência, alocando o novo recorte do pronunciamento de Dilma, podemos dizer que ele, enquanto aforizador, quer desconstruir a imagem da presidente como pessoa reconhecida, a imagem de uma “mãe” que quer cuidar do país. A sobreasseveração acontece exatamente nesse momento de destaque sobre a fala de Dilma no segundo vídeo, em que ao discursar a favor do leilão e a privatização, ela se contradiz em relação ao primeiro discurso, quando ainda estava na campanha política em 2010. O produtor assevera a fala de Dilma, pois seria ele o responsável por mostrar a “verdade” ao povo, de que ela é mentirosa e não confiável.

Desta forma, o produtor, pelo seu discurso, alega que a presidente enganou a todos. Ao contrário do que vinha se construindo anteriormente, de uma mulher preocupada com o Brasil, de preservar os recursos nacionais e garantir os interesses do povo brasileiro, neste novo momento, a imagem de Dilma é totalmente desconstruída, modificada, mostrando como os novos discursos afirmam que ela é mentirosa.

Ao juntar essas últimas imagens com o “novo” discurso proferido pelo produtor da videomontagem, podemos dizer que enquanto produtor, ele aforiza o discurso inicial, promovido pela campanha de Dilma, para construir outro discurso totalmente contrário ao que vinha se dizendo. Neste momento, teríamos um (re)significar do discurso primeiro, construindo outro discurso em relação ao discurso primeiro. Temos aqui um caso em que ao destacar a posição de Dilma sobre a privatização, o produtor modifica o sentido inicial de sua campanha, transformando-o em uma figura mentirosa. Ao fazer isso, o produtor constrói um simulacro de seu interlocutor, capaz de mobilizar este novo discurso acerca de construir outra concepção ao eleitor/telespectador, para que ele visualize quem seria a “verdadeira” Dilma Rousseff. Assim, podemos dizer que o produtor assume o *ethos* de uma pessoa detentora da verdade frente aos fatos, ele seria responsável por mostrar a “verdadeira” essência de Dilma, pois como pode uma campanha política ser capaz de enganar seus eleitores?

Então, aparece, novamente, o seguinte slide abaixo:

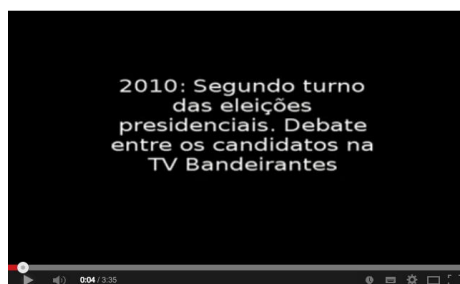


**Figura 6**

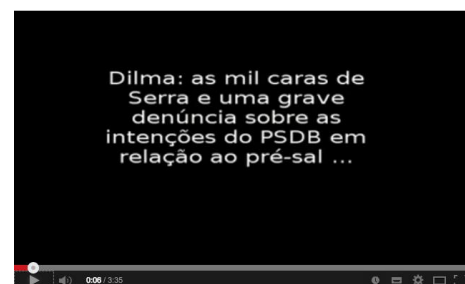
Novamente, numa tentativa de desqualificar a figura de Dilma durante seu pronunciamento, o produtor traz como recorte a fala da então candidata durante sua campanha eleitoral de 2010, em que ele frisa o posicionamento de Dilma frente à privatização: “é um crime privatizar a Petrobras ou o pré-sal”. Para que certo enunciado fique em destaque, o produtor sobreassevera, derrisoriamente, a imagem repetindo duas vezes seguidas repetindo-o.

Portanto, percebemos que o recorte da videomontagem traz um trecho da propaganda eleitoral de Dilma em 2010 e seu objetivo, neste momento do vídeo, é construir a imagem da presidente como alguém não confiável, mentirosa. A sobreasseveração acontece pelo produtor da videomontagem derrisória em que ao retirar alguns trechos da fala pública de Dilma durante sua campanha e montar o vídeo conforme o novo sentido que ele pretende enaltecer sobre a figura da presidente, acaba “desdizendo” o que anteriormente se construiu, de que Dilma é uma pessoa preocupada com o Brasil, com os recursos nacionais e o povo brasileiro. O produtor constrói a videomontagem para mostrar que a propaganda eleitoral de Dilma foi mentirosa ao destacar os momentos importantes do discurso dela e inserir trechos que provam que, na verdade, ela não quer “cuidar” do povo brasileiro, mas sim conseguir mais dinheiro e investimentos de empresas privadas internacionais.

A segunda videomontagem analisada está intitulada como *Dilma e a privatização do pré-sal*. Nela, visualizamos em um primeiro momento os seguintes slides iniciais promovidos pelo produtor:



**Figura 7**



**Figura 8**

Em seguida, há um recorte de um vídeo da então candidata à presidente, Dilma Rousseff, discursando em um debate televisivo, referente ao segundo turno das eleições presidenciais de 2010. O debate era entre os candidatos José Serra (PSDB) e Dilma Rousseff (PT).

No vídeo, Dilma questiona a questão da privatização da Petrobras ao então candidato José Serra. E ao argumentar sobre a sua resposta, ela nos diz, sorrindo:

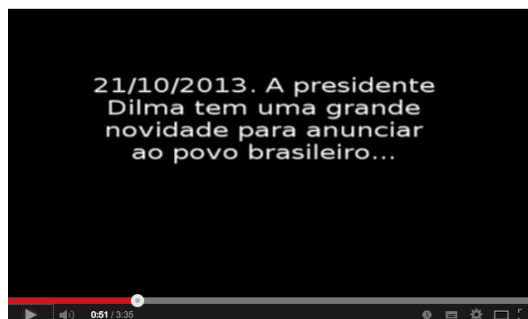


**Figura 9**

Certamente Serra você não é o cara, você tem mil caras e aí tem uma coisa interessante: Sabe quem trouxe esse tema esta semana, o principal assessor energético do candidato Serra, que foi a pessoa que presidiu a Agência Nacional do Petróleo, da época do Fernando Henrique Cardoso, e que agora diz o seguinte que ele é a favor que haja uma privatização, não é da Petrobras agora, é do pré-sal, que esse pré-sal seja passado para as **empresas privadas internacionais**. (grifos meus).

Nestes primeiros recortes, podemos observar que ao dizer isso, Dilma tenta mostrar que seu concorrente é a favor da privatização do pré-sal e que tal posicionamento é algo bastante preocupante. Mais a frente do vídeo, podemos notar que a presidente vai dizer que é contrária a tal privatização por empresas privadas internacionais, seu objetivo será evitar tal atividade para que os bens e riquezas produzidas no território brasileiro sejam inteiramente destinadas ao Brasil. Ao usar a expressão “empresas privadas internacionais” podemos notar um “distanciamento” político e econômico que ela tenta manter, construindo, desta forma, a imagem de uma possível presidente preocupada em manter os recursos no país e contrária à privatização.

O recorte do vídeo é interrompido pelo seguinte slide:



**Figura 10**

Logo em seguida, há a inserção de um vídeo em que mostra a atual presidente Dilma em um pronunciamento em rede nacional, observemos o recorte.





**Figura 11**

O sucesso do leilão do campo de Libra, que é o primeiro mega campo do pré-sal a ser licitado em regime de partilha, vai permitir uma **parceria da Petrobras com as empresas Shell, Total e as chinesas CNOOC e CNPC. São empresas grandes e fortes que vão poder explorar, nos próximos 35 anos, um montante de óleo recuperável estimado entre 8 a 12 bilhões de barris de petróleo e 120 bilhões de metros cúbicos de gás natural.** (grifos meus)

Logo depois, temos:



**Figura 12**

Neste momento, já em 2013, vemos a presidente Dilma transmitindo a notícia do leilão do campo de Libra, primeiro campo do pré-sal, às empresas privadas internacionais conhecidas e os benefícios que o Brasil terá com os novos investimentos. O produtor da videomontagem, ao fazer o recorte dos dois vídeos e inserir os slides com seu discurso, sobreassevera de maneira derrisória o discurso de Dilma, pois no primeiro recorte, durante o debate na televisão, Dilma era contrária à privatização e, agora, no segundo, não, por isso, ela é mentirosa. Como ela, enquanto candidata, é contrária à privatização, referindo-se à empresas como

“internacionais e, agora, são consideradas como empresas ‘parceiras’”? Podemos dizer que o produtor desqualifica a presidente Dilma e diz que ela não é confiável.

No seguinte recorte, o produtor destaca os principais argumentos da presidente Dilma que segundo ele, contribui para o processo de “privatização” do pré-sal.



Figura 13

O **modelo de partilha** que nós construímos significa também uma grande conquista para o Brasil. Com ele, estamos garantindo um **equilíbrio justo** entre os interesses do Estado brasileiro e os lucros da Petrobras e das **empresas parceiras**. **Trata-se de uma parceria** onde todos sairão ganhando. **As empresas privadas parceiras** também serão beneficiadas, pois, ao produzir essa riqueza, vão obter lucros significativos, compatíveis com o risco assumido e com os investimentos que estarão realizando no país. Não poderia ser diferente. **As empresas petroleiras são parceiras** que buscam investir no país, gerar empregos e renda e, naturalmente, obter lucros com esses investimentos. (grifos meus)

Em seguida, encontramos a seguinte interferência do produtor da vídeomontagem:

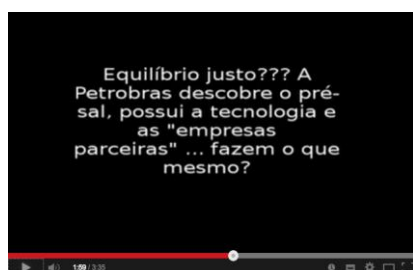


Figura 14



Figura 15

Na sua produção, podemos notar que o produtor do vídeo, por meio da construção cenográfica, tenta destacar os posicionamentos discursivos contraditórios de Dilma. Notamos que em seu discurso, nesse momento, é constantemente frisado a “partilha” entre o governo e as empresas “parceiras”. Nesse

caminho, um destaque feito pelo produtor/sobreesseverador é referente a forma de designar as empresas responsáveis pela privatização. No início da videomontagem, temos uma candidata preocupada em chamar de “empresas privadas internacionais”, em que Dilma se insere em uma formação discursiva contrária ao regime de partilha, pois, quem sairia prejudicado seria o Brasil. Num segundo momento do vídeo, a designação é outra. Agora, temos uma presidente preocupada em defender as empresas, chamando-as de “empresas privadas parceiras” em que podemos observar que a formação discursiva de Dilma é a favor do regime de partilha. Nesse sentido, temos um discurso da parceria entre Brasil e empresas privadas para o crescimento do país.

Encontramos, logo após os seguintes recortes do produtor:

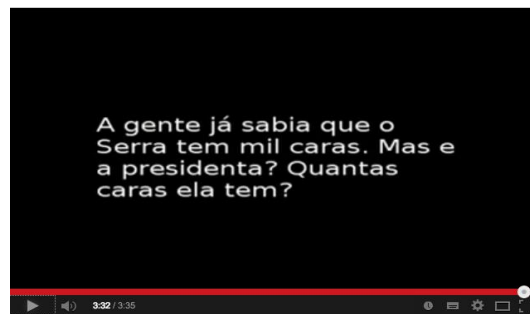


Figura 16

Com isso, o produtor descreve o vídeo da maneira que achar conveniente, deixando claro que ele, enquanto “senhor da verdade”, é responsável por mostrar a mentira de Dilma ao povo. Ao trazer esse recorte o produtor busca contrapor com a fala inicial da presidente, durante o debate político televisivo: “certamente Serra você não é o cara, você tem mil caras...”. O produtor quer afirmar que ela mentiu e que, portanto, ela também teria mais de “uma cara”. O vídeo termina com esse questionamento, reiterando a mentira de Dilma e argumentando que se o Serra é mentiroso, ela também é.

Ao aforizar o vídeo, o produtor, por meio desse efeito de linearidade, permite que se crie um simulacro de seu interlocutor, isto é, que o discurso que ele quer sustentar por meio da produção do vídeo seja compartilhado, sobre a mesma opinião, de seu interlocutor, de considerar Dilma falsa e mentirosa. Destarte, o produtor tem como objetivo ao sobreesseverar, derrisoriamente, afirmar que ela se contradiz destacando de seu discurso enunciados que podem tomar outros sentidos, outras significações diferentes do sentido primeiro, criando o efeito de que a então candidata a presidente tem mais de “uma cara”.

Desta forma, notamos que ao construir essa videomontagem, o produtor cria um sentido de acordo com um interdiscurso, Dilma é mentirosa. O produtor monta seu vídeo, numa tentativa de corroborar a este discurso primeiro e, a partir disso, ele organiza suas ideias segundo um já-dito anteriormente e que ele mesmo concorda, produzindo o efeito de escárnio frente as atitudes políticas de Dilma. Assim, como afirma Maingueneau (2002), toda fala procede de um enunciador encarnado; mesmo quando escrito, um texto é sustentado por uma voz – a de um sujeito situado para além texto.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao observamos o funcionamento da aforização nas videomontagens analisadas, é possível notarmos o surgimento de uma nova significação totalmente distinta do discurso primeiro, conduzindo para uma nova leitura do presente da política brasileira. Se o enunciado primeiro produzido pelo locutor era um enunciado sério, o segundo, produto da aforização, se configura como derrisório. Assim, de maneira sucinta, é possível afirmar que a aforização presente nas videomontagens se materializa pela junção do icônico mais o verbal. Já que se trata de textos multimodais, elas conjuntamente direcionam o sentido que almeja o produtor do vídeo que é desqualificar a imagem (mulher política) de Dilma por meio do discurso derrisório, sobreasseverando, isto é, destacando do discurso primeiro os enunciados ou imagens que podem funcionar a favor do interdiscurso que a sua formação discursiva autoriza.

Assim, podemos dizer que essa forma de *(re)significar* o sentido primeiro por meio de outro totalmente distinto contribui para que esses “novos” discursos sejam tomados como discursos panfletários, ou seja, textos curtos e violentos que atacam uma instituição ou uma pessoa conhecida. Além disso, esses textos panfletários, com base no modo como o ambiente midiático eletrônico, o YouTube, se constitui, constroem uma escrita da história da política brasileiras bastante distinta da história oficial divulgada nos editoriais, nos artigos de opinião, nas análises políticas, que circulam nos jornais e revistas brasileiras, por exemplo. Para Maingueneau (2005, p. 149), os textos multimodais por mais independentes que pareçam, por se constituírem enquanto práticas discursivas, “supõem tacitamente o conjunto virtual daqueles com os quais eles podem legitimamente ser associados”. Com isso, esses textos panfletários por serem derrisoriamente organizados se por um lado, dizem o que um artigo de opinião ou um editorial não poderia dizer, sob pena de sofrer sanções legais por calúnia, difamação etc., por outro, contribuem para uma despolitização do político, uma banalização da fala pública.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ANGENOT, M. *La parole pamphélaire*. Paris: Payot, 1982.
- ARAUJO, L. M. B. M. *Política e derrisão no YouTube: uma leitura discursiva*. 2011, 120f. Dissertação (mestrado em Linguística) – Departamento de Letras, Universidade Federal de São Carlos, 2011.
- BARONAS, R. L. *Derrisão: um caso de heterogeneidade dissimulada*. In: Polifonia. Cuiabá: EDUFMT, 2005. p. 99-111.
- BONNAFOUS, S. *Sobre o bom uso da derrisão em J.M.Le Pen* Trad. de Maria do Rosário Gregolin e Fábio César Montanheiro. In: GREGOLIN, M.R. (org.) *Discurso e Mídia: a cultura do espetáculo*. São Carlos: Claraluz, 2003.
- DAVALLON, J. A imagem, uma arte de memória? In: ACHARD, P. *O papel da memória*. (Tradução José Horta Nunes). Campinas, SP: Pontes, 1999.
- FEUERHAHN, N. *La dérision, une violence politiquement correcte*. In: HERMÉS – Revue. *Dérision – contestation*, nº29, CNRS, Éditions, 2001.
- MAINGUENEAU, D.; CHARAUDEAU, P. *Dicionário de análise do discurso*. 2ª edição, 3ª reimpressão. São Paulo: Contexto, 2008.
- MAINGUENEAU, D. *Cenas da Enunciação*. Trad. Sírio Possenti e Maria Cecília Pérez de Souza-e-Silva. Curitiba: Criar, 2006.
- \_\_\_\_\_. *Análise de textos de comunicação*. São Paulo: Cortez, 2002.
- \_\_\_\_\_. *Gênese dos Discursos*. Trad. Sírio Possenti. Curitiba: Criar, 2005.
- \_\_\_\_\_. *Doze conceitos em análise do discurso*. Trad. Adail Sobral [et al]. São Paulo: Parábola Editorial, 2010.
- MERCIER, A. *Pouvoirs de la dérision, dérision des pouvoirs*. (Introduction) In: HERMÉS – Revue. *Dérision – contestation*, nº29, CNRS, Éditions, 2001.
- NOVEAU PETIT ROBERT: *dictionnaire analogique et alphabétique de la langue française*. Bruxelles: Bureau Van Dijk, 2001. CD-ROM.

Link das videomontagens:

Dilma abandona promessa eleitoral e privatiza petróleo brasileiro. Disponível em: <http://www.youtube.com/watch?v=k5ClEXHeqMo>. Acesso em 20 de out 2015.

Dilma e a privatização do pré-sal. Disponível em: <http://www.youtube.com/watch?v=88EknymxB1Y>. Acesso em 20 de out 2015.