

“Campanha negocia Dilma!”. Um caso de derrisão no *Facebook*?, por Rejane Centurion

Lamento recheado de nostalgia. É o que, de certa forma, sentimos ao compararmos o engajamento político dos jovens de nossa época (salvo algumas raras exceções) aos jovens de algumas décadas atrás, tempo este em que saiam às ruas para manifestar suas vontades, lutar por causas sociais, reivindicar seus direitos... Com a “onda” das redes sociais, é comum “assistirmos” a uma série de manifestações virtuais. Declarar opiniões, defender bandeiras, reivindicar direitos, entre outras ações, se tornou algo tão automatizado em tais páginas, que não é muito comum o cidadão passar por uma reflexão crítica acerca de determinado assunto antes de “passá-lo adiante”. Caminha-se, cada vez mais, ao apolitismo e distanciamento “real” e à ilusão de se viver numa “ilha da fantasia”.

Patrick Charaudeau (2006) afirma que, com os avanços da *Internet*, organizando as informações em rede, e a televisão, dedicando-se à lavagem cerebral acerca da moda e do politicamente correto, os indivíduos caminham para uma perda da identidade, o que os leva a agir cada vez menos. A noção de solidariedade deslocou-se para uma fraternidade humanitária e vê-se o crescimento do individualismo e de uma geração de jovens apolíticos. Os objetos reivindicados são outros, já que as causas se deslocaram de nacionais para societárias. Essa nova ação militante organiza manifestações espetaculares utilizando/ instrumentalizando as mídias de informação para divulgá-las. “(...) a militância não mais se contentaria em crer que ‘dizer é fazer’ e teria necessidade de crer em um ‘fazer é dizer’” (p. 277). A opinião, agora, baseia-se mais nas imagens e no afeto do que na razão e nos valores.

Para ilustrar nosso ponto de vista, faremos referência a uma das “manifestações” que presenciamos recentemente: por ocasião da greve dos professores das universidades federais brasileiras, declarada em 17 de maio de 2012, e pelo fato de o governo se negar a negociar com os professores, iniciou-se uma campanha pedindo para que a presidenta Dilma negociasse. Um dos “locais” de manifestação foi a página do *site* de relacionamentos *Facebook*, na qual, lemos, no dia 27 de junho, num daqueles típicos quadrinhos, o seguinte enunciado: “Campanha negocia Dilma! Se vc é estudante universitário, compartilhe!!!”. O texto começou a circular no dia 31 de maio e conta com milhares de compartilhamentos.

Como há uma forte propulsão descomprometida da população em declarar apoio à educação, não seria diferente com os donos de contas do referido *site*. E lá se vão comentários e compartilhamentos... Tudo em prol da educação. E tudo automatizado, a nosso ver. É como se uma voz soasse aos ouvidos dos internautas: “como consegue não apoiar?”. Questionamos, então: será que as mesmas pessoas que declaram apoio, sairiam às ruas para protestar pela educação? Será que uma manifestação “real” teria mais participantes do que uma virtual? Por que as pessoas têm mais facilidade para declarar suas vontades “representadas” por um perfil eletrônico do que mostrando seus rostos “reais”? Bem, as reflexões são necessárias e relativas.

Nosso foco recai, no entanto, à escrita textual, especificamente ao primeiro período do texto: “Campanha negocia Dilma!”. Uma rápida leitura já mostra uma preocupante ambiguidade, pois a ausência da pontuação estabelece os seguintes constituintes da oração: sujeito – campanha;

verbo – negocia; objeto – Dilma. Dessa forma, ficamos sem entender se é uma campanha que negocia a Dilma ou se é uma campanha para fazer com que a Dilma negocie. É para negociar a Dilma ou para a Dilma negociar? É para negociar o quê, mesmo? Se a segunda opção é a pretendida, a pontuação é fundamental para a compreensão do texto, o qual poderia passar a ser pontuado da seguinte forma: “Campanha: ‘Negocia, Dilma!’”. Será que foi descuido do internauta? Talvez, sim. Ou não. Se sim, temos um caso de ambiguidade não proposital, ocasionada pela pontuação necessária, mas não utilizada. Por outro lado, se a ideia foi se utilizar da ocasião para promover uma campanha para negociar a presidenta, estamos diante de uma estratégia “sutil” para fazer circular uma vontade política. Mas tomando as funções sintáticas novamente como referência, se a proposta é negociar a Dilma, há muitas lacunas oracionais, como, por exemplo, “campanha negocia?”, “como uma campanha pode negociar?”, “negocia com quem?”...



Vale ressaltar que o texto apela aos estudantes universitários (“Se vc é estudante universitário, compartilhe!!!”), muitos dos quais aguardavam com angústia pela negociação e, em consequência, a volta às aulas. Por fazerem parte de um nível de ensino diferenciado, “avançado”, exige-se deles, cada vez mais, exercícios de interpretação e complexidade, todavia, ao lerem o texto é como se fossem tomados por um sentimento de protesto e sentissem certa obrigação em compartilhá-lo, independentemente da sua disposição estrutural. Assim, alguns dos usuários inserem enunciados curtos para introduzir os compartilhamentos, entre os quais, apresentamos os seguintes: “AGENTE SO SE MANIFESTA QUANDO SOMOS AFETADO”, “BOra titia Dilma queremos aula!!!!!!!!!!!!”, “Negocia Dilma por favor...!!! Quero me formar...”. Quanto aos comentários recebidos, optamos por não inseri-los em nosso recorte analítico.

Assim como no enunciado selecionado para análise, percebemos, pelos textos que introduzem os compartilhamentos, a falta de pontuação. Como se isso já não bastasse, há demasiado descomprometimento com a escrita textual, o que se agrava haja vista terem sido elaborados por estudantes universitários. Alguns leitores podem até defender os enunciadores destes textos argumentando que por fazerem parte de gêneros digitais, haveria tolerância, mas acreditamos veementemente que para a falta de pontuação não há tolerância, pois compromete e pode alterar a compreensão do texto. Ademais, defendemos que os enunciados publicados na

rede virtual de comunicação merecem muito cuidado em sua elaboração, pois denunciam seus enunciadores e sua exposição pode tomar proporções inesperadas.

Diante do exposto, voltamos ao questionamento inicial acerca dos compartilhamentos “automatizados”... Ficamos pensando se as pessoas fizeram um exercício de reflexão acerca do enunciado “Campanha negocia Dilma!!!” ou não. Acreditamos, infelizmente, que não, em sua maioria. Como a “cultura do clique” não prioriza a pontuação, acaba por não se atentar para sua ausência e as leituras se propagam das mais diversas formas possíveis, cujos reflexos se notam de forma impactante em sala de aula. De acordo com Jean Jaques Courtine (2006, p. 113), “trata-se menos de convencer que de capturar, menos de explicar que de seduzir”. Os enunciados curtos tomam o lugar dos grandes textos, dos tratados... Argumentar? Não. Vivemos a época das formas curtas, de fórmulas e diálogos, marcada pelo imediatismo e individualismo. As línguas de madeira passam a ser criticadas generalizadamente e parecem dar lugar às línguas de vento, ameaçando o desaparecimento dos grandes discursos políticos. Não negamos que manifestações virtuais tenham sua força e importância, mas o que presenciamos atualmente é o (preocupante) apolitismo dos jovens; para estes, é mais fácil “compartilhar” uma opinião com um clique do que elaborar uma crítica, dispondo de qualquer um dos diferentes gêneros textuais possíveis.

O enunciado “Campanha negocia Dilma!” permite-nos, sobretudo, pensar em seu funcionamento discursivo, pois faz circular, de forma subjacente, um discurso descaracterizador, já que o significante “Dilma”, sintaticamente classificado como objeto da oração, sofre uma ressignificação: de sujeito negociador passa a objeto de negociação, descaracterização esta que nos remete ao conceito de derrisão, reelaborado pelos teóricos do discurso a partir da noção de tropos zombeteiro, uma das mais antigas técnicas de oratória, que utiliza como recurso enunciativo a desqualificação do oponente por meio da zombaria, suscitando o riso num determinado auditório. Segundo Simone Bonnafous (2003), a derrisão consiste na “associação do humor e da agressividade que a caracteriza e a distingue da pura injúria”. Ela acredita que a violência verbal está cada vez mais presente no discurso político, nutrindo-o de zombarias, gracejos, trocadilhos, jogos de palavras.

Acreditamos, portanto, que se a ideia foi fazer um trocadilho para “negociar a Dilma”, o enunciado pode ser considerado um caso de derrisão, pois, unindo humor e agressão, ao se abrigar na brincadeira ganha a licença de circular sem agredir diretamente, fugindo das sanções da lei. Uma forma “sutil” de ridicularização sustentada pela formas da língua, especificamente, da pontuação. Dessa forma, ao funcionar como objeto de negociação, o elemento oracional “Dilma” ressignifica o discurso, funcionando como objeto descaracterizador e derrisório.

Referências bibliográficas

- BONNAFOUS, Simone. Sobre o bom uso da derrisão em J. M. Le Pen. In: GREGOLIN, Maria do Rosário. **Discurso e mídia: a cultura do espetáculo**. São Carlos-SP: Claraluz, 2003.
- CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso político**. São Paulo: Contexto: 2006.
- COURTINE, Jean-Jacques. **Metamorfoses do discurso político: derivas da fala pública**. São Carlos: Claraluz, 2006a.