

Bolsa *versus* bono: um estudo do discurso político em tweets brasileiros e colombianos¹

Alice Marques Nicolao ²

Johana Pardo ³

Resumo

Este artigo analisa comparativamente a construção do discurso político em tweets publicados por políticos do Brasil e da Colômbia, tomando como objeto dois enunciados veiculados na plataforma Twitter, atualmente denominada X, em contextos eleitorais recentes. A pesquisa adota uma abordagem qualitativa e multimodal (Canale, 2022), compreendendo o tweet como gênero discursivo, (Bakhtin, 2000) e mobilizando a definição de discurso político proposta por Charaudeau (2008), centrada nas condições de produção, nos contratos de comunicação e nas estratégias de persuasão. O corpus é contextualizado historicamente e geopoliticamente no período entre 2018 e 2022, marcado por forte polarização política e pelos efeitos da pandemia de COVID-19. A análise focaliza elementos linguísticos, paratextuais e multimodais, incluindo o uso de metadados, recursos visuais e dispositivos técnicos de engajamento e influência. Os resultados evidenciam diferenças significativas entre os contextos analisados: enquanto o discurso político brasileiro tende à personalização, à confrontação e à mobilização emocional, o discurso colombiano privilegia a padronização, a institucionalidade e a construção de um *ethos* gestor. Tais contrastes revelam modos distintos de encenação do político no espaço digital e de disputa de sentidos no debate público contemporâneo.

Palavras-chave: Discurso político; Twitter; Multimodalidade; Análise do discurso; Comunicação política digital.

¹ Este artigo resulta de pesquisa desenvolvida no âmbito da Iniciação Científica realizada no Laboratório de Multimodalidade e Etnografia (LEME), da Faculdade de Letras da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ). Parte dos dados analisados integrou o Trabalho de Conclusão de Curso apresentado no curso de Licenciatura em Letras – Português/Espanhol da UFRJ.

² Programa de Pós graduação em Letras Neolatinas - PPGLN - UFRJ

³ Programa de Pós graduação em Letras Neolatinas - PPGLN - UFRJ

Abstract

This article comparatively examines the construction of political discourse in tweets published by politicians from Brazil and Colombia, focusing on two utterances disseminated on the platform Twitter, currently known as X, within recent electoral contexts. The study adopts a qualitative and multimodal approach (Canale, 2022⁹), considering the tweet as a discursive genre (Bakhtin, 2000) and drawing on Charaudeau's (2008) definition of political discourse, which emphasizes conditions of production, communication contracts, and persuasive strategies. The corpus is historically and geopolitically contextualized within the period from 2018 to 2022, marked by intense political polarization and the effects of the COVID-19 pandemic. The analysis focuses on linguistic, paratextual, and multimodal elements, including the use of metadata, visual resources, and technical devices of engagement and influence. The results reveal significant differences between the analyzed contexts: while Brazilian political discourse tends toward personalization, confrontation, and emotional mobilization, Colombian political discourse privileges standardization, institutionalization, and the construction of a managerial ethos. These contrasts highlight distinct modes of staging politics in digital environments and of contesting meanings in contemporary public debate.

Keywords: Political discourse; Twitter/X. Multimodality; Discourse analysis; Digital political communication.

1. Introdução

Este trabalho consiste em um estudo qualitativo baseado na análise de dados coletados da rede social Twitter, atualmente denominada X, a partir de dois tweets publicados por políticos do Brasil e da Colômbia. Do ponto de vista metodológico, parte-se da descrição do tweet enquanto gênero discursivo, à luz de Bakhtin (2000), bem como da contextualização da própria plataforma, com o objetivo de identificar padrões de funcionamento dos enunciados, dos usuários e do ambiente digital. Em seguida, adota-se a definição de discurso político proposta por Charaudeau (2008), a fim de delimitar os enunciados analisados. O corpus é contextualizado histórica e geopoliticamente, situando-se em períodos eleitorais específicos e em espaços nacionais

determinados. A análise dos dados apoia-se em Pérez (2014) e Terkourafi *et al.* (2018), com foco nos elementos discursivos e paratextuais dos tweets.

O *corpus* é composto por tweets, um gênero textual digital caracterizado por textos breves, multimodais e altamente interativos, que podem combinar linguagem verbal e não verbal, incluindo elementos visuais e audiovisuais. Esse gênero discursivo apresenta pluralidade de formas linguísticas, nas quais se articulam elementos da grafia da língua e recursos multimodais, como o uso de emojis.

Além disso, caracteriza-se pelo dinamismo e pelo emprego de dispositivos técnicos que potencializam e medem o engajamento dos usuários. Tais dispositivos, denominados *powerful devices*, subdividem-se em mecanismos de engajamento -como curtidas, comentários e compartilhamentos -e mecanismos de influência - como número de seguidores, verificação de conta e relações de seguimento - os quais afetam tanto a circulação do conteúdo quanto a construção da imagem pública dos usuários.

A análise concentra-se em publicações de políticos brasileiros e colombianos nos anos de 2018 e 2022, ambos contextos eleitorais marcados por intensa polarização. Entre os exemplos examinados estão tweets de Eduardo Bolsonaro, então deputado federal por um partido da direita brasileira, e de Iván Duque, à época presidente representando um partido da direita colombiana, como representativos de estratégias discursivas distintas. Para a análise dos elementos visuais, especialmente da correção cromática, recorre-se às contribuições de Freedman (1995) e Bakhtin (2000), compreendendo a cor como recurso semiótico capaz de influenciar emoções e orientar a interpretação dos discursos políticos.

Adota-se, por fim, a noção de discurso político como enunciados produzidos com finalidade ideológica e persuasiva, considerando conteúdos explícitos, implícitos e pressupostos. Os resultados evidenciam diferenças formais, estruturais e funcionais entre os tweets analisados, revelando particularidades nos modos de construção discursiva entre os contextos brasileiro e colombiano.

2. Percursos teórico-metodológicos

Este trabalho adota uma abordagem qualitativa de análise multimodal (Canale, 2022), com dados coletados da rede social Twitter, atual X. O *corpus* total da pesquisa é composto por 24 publicações, 13 de políticos colombianos e 11 de políticos brasileiros. A análise do discurso político em plataformas digitais revela como figuras públicas utilizam as redes sociais para influenciar e mobilizar a opinião pública.

Buscando explorar essa dinâmica comparando a materialidade linguística de postagens, escolhemos publicações feitas por políticos do Brasil e da Colômbia entre 2018 e 2022, como é o caso de Eduardo Bolsonaro, então Deputado Federal do estado de São Paulo, que exemplifica o uso estratégico das redes sociais para disseminar informações falsas. Um exemplo é a sua postagem de 28 de abril de 2022, que veiculou uma fake news sobre supostas compensações econômicas recebidas pela ex-presidente Dilma Rousseff. O post, estruturado em três blocos e contendo elementos visuais e textuais cuidadosamente escolhidos, foi amplamente compartilhado, refletindo o poder de mobilização que essas plataformas possuem.

Entre as publicações da Colômbia, o então presidente Iván Duque utilizou o *Twitter* para promover políticas de seu governo, como os "*Bonos Naranja*" e os subsídios habitacionais. Essa postura mostra uma abordagem diferente, mas igualmente estratégica, para engajar e influenciar seus seguidores. Embora com um *corpus* de pesquisa abrangente, neste artigo, analisam-se detalhadamente apenas dois dos 24 tweets: um relacionado a um político colombiano e outro a um político brasileiro.

O percurso metodológico inicia-se com a descrição do tweet enquanto gênero discursivo e da própria plataforma, visando identificar padrões de funcionamento dos enunciados, dos usuários e do ambiente digital. Em seguida, adota-se a definição de discurso político proposta por Charaudeau (2006), delimitando os enunciados analisados. Posteriormente, o *corpus* é contextualizado historicamente e geopoliticamente, situando-se em períodos eleitorais específicos. Por fim, a análise da construção do discurso fundamenta-se em Pérez (2014) e Terkourafi et al. (2018), com foco nos elementos discursivos e paratextuais dos tweets.

2.1 Twitter e tweet

Criado em 2006, o Twitter é uma plataforma de microblog que possibilita a produção e a circulação de conteúdos multimodais em tempo real. O tweet é compreendido como gênero discursivo, nos termos de Bakhtin (2000), podendo combinar enunciados verbais e não verbais, como elementos visuais e audiovisuais.

Na condição de um gênero recente, o tweet caracteriza-se por um conjunto de traços que o distinguem de outras plataformas. Do ponto de vista técnico, destacam-se a brevidade, controlada pela própria plataforma, que estabelece um limite de 280 caracteres para contas comuns; o alto grau de interatividade e o uso de dispositivos técnicos de engajamento e de influência (*powerful devices*). Do ponto de vista discursivo, o gênero se define pela pluralidade linguística e multimodal, pelo sistema de metadados e pelo dinamismo constitutivo que combinadas possibilitam seu contínuo dinamismo.

2.1.1 *Powerful devices*

Os *powerful devices* são mecanismos que indicam o potencial de engajamento e influência de um usuário na plataforma, impactando sua visibilidade e credibilidade. Dividem-se em dispositivos de engajamento, como curtidas, comentários, compartilhamentos e visualizações, que mensuram o alcance do conteúdo, e dispositivos de influência, como número de seguidores, verificação da conta e relações de seguimento, que contribuem para a construção da imagem pública do usuário.

2.1.2 Sistema de metadata

O sistema de metadata do Twitter organiza e categoriza a informação por meio do uso de arrobas (@), hashtags (#) e marcações. Esses recursos permitem a citação direta de usuários e o agrupamento temático de postagens, ampliando a circulação dos

enunciados. Considerados sob a perspectiva de Bakhtin (2000), tais mecanismos evidenciam o caráter dialógico e intertextual do discurso digital: inserindo cada tweet em uma cadeia discursiva mais ampla, marcada pela polifonia e pela interação contínua entre diferentes vozes.

2.2 Definição de discurso político

Neste estudo, o discurso político é compreendido a partir da perspectiva proposta por Charaudeau (2008), segundo a qual a política constitui um campo de ação cuja eficácia depende necessariamente da produção discursiva. O discurso político não se define exclusivamente por seu conteúdo temático, nem se restringe aos enunciados produzidos por governantes ou candidatos, mas se caracteriza pelas condições de produção, pelos contratos de comunicação e pelas identidades discursivas que se constroem na situação de interação.

Para Charaudeau (2008), a linguagem é constitutiva da ação política, ainda que não se confunda com ela. O discurso político opera como instância mediadora entre a esfera política e a esfera cidadã, contribuindo para a legitimação da representação política, ao mesmo tempo em que pode ser instrumentalizado como exercício de poder. Assim, o caráter político de um discurso reside menos na natureza dos temas abordados e mais na situação comunicativa que o enquadra, nos papéis assumidos pelos sujeitos e nos efeitos de persuasão visados.

Nesse sentido, o discurso político pode ser entendido como um conjunto de enunciados produzidos em contextos institucionais ou midiáticos, orientados para a construção de adesão, à disputa de sentidos e à mobilização de julgamentos e ações no espaço público. Esses enunciados articulam dimensões racionais e afetivas, combinando estratégias argumentativas, encenação discursiva e construção de imagens de si (ethos), em um jogo permanente entre logos, pathos e ethos (Charaudeau, 2008).

2.3 Contextualização histórico-geográfica

Construído com base na análise comparativa da materialidade linguística dos dados obtidos de políticos do Brasil e da Colômbia, o trabalho focaliza o período entre os anos de 2018 e 2022, durante o qual ambos os países realizavam eleições para cargos em nível nacional. Nesse contexto, é importante destacar que, em 2022, ambos os países ainda estavam se recuperando dos impactos devastadores da pandemia de COVID-19, que havia causado uma crise sanitária, econômica e social, responsável pela morte de mais de 4 milhões de pessoas em todo o mundo.

Além disso, cabe ressaltar que a Colômbia adota um sistema eleitoral de maioria simples (sistema eleitoral majoritário e uninominal) para os cargos de alcaides, concejales (vereadores), presidência e vice-presidência, e um sistema proporcional para o Congresso (Câmara de Representantes e Senado), com voto não obrigatório. O sistema político-administrativo colombiano divide o país em departamentos, distritos, municípios e territórios indígenas para fins administrativos. Enquanto a Colômbia se caracteriza como uma república presidencialista de estado unitário, o Brasil é uma república presidencialista federativa, com divisão entre os três poderes Executivo, Legislativo e Judiciário, independentes entre si.

Na Colômbia, as eleições de 2018 resultaram na vitória de Iván Duque, do partido Centro Democrático, ligado ao ex-presidente Álvaro Uribe, em um contexto de implementação do acordo de paz com as Forças Armadas Revolucionárias da Colômbia (FARC). Em 2022, a Colômbia viveu um momento histórico com a eleição de Gustavo Petro, o primeiro presidente de esquerda do país, refletindo um desejo de mudança em meio ao descontentamento com a desigualdade social e a corrupção, agravadas pela pandemia. No Brasil, as eleições de 2018 foram marcadas por uma intensa polarização política, com a ascensão de discursos de extrema-direita e uma desconfiança generalizada em relação à classe política tradicional, impulsionada pela Operação Lava Jato. O resultado foi a eleição de Jair Bolsonaro, que se apresentou como *outsider* do sistema político. Em 2022, o cenário de polarização se manteve, com uma disputa acirrada entre Bolsonaro, que buscava a reeleição, e Luiz Inácio Lula da Silva, que

retornou à política após a anulação de suas condenações. Nesse cenário, a pandemia de COVID-19, com suas consequências econômicas e sociais, teve um papel central nas campanhas e na percepção pública.

3. Análise dos dados

Nesta seção, examinam-se os dois tweets selecionados como práticas discursivas situadas, considerando as condições de produção, circulação e recepção dos enunciados, bem como os elementos linguísticos, paratextuais e multimodais dos tweets. A análise busca examinar como se constroem sentidos, posições políticas e estratégias de persuasão no discurso político digital, nos contextos brasileiros e colombianos.

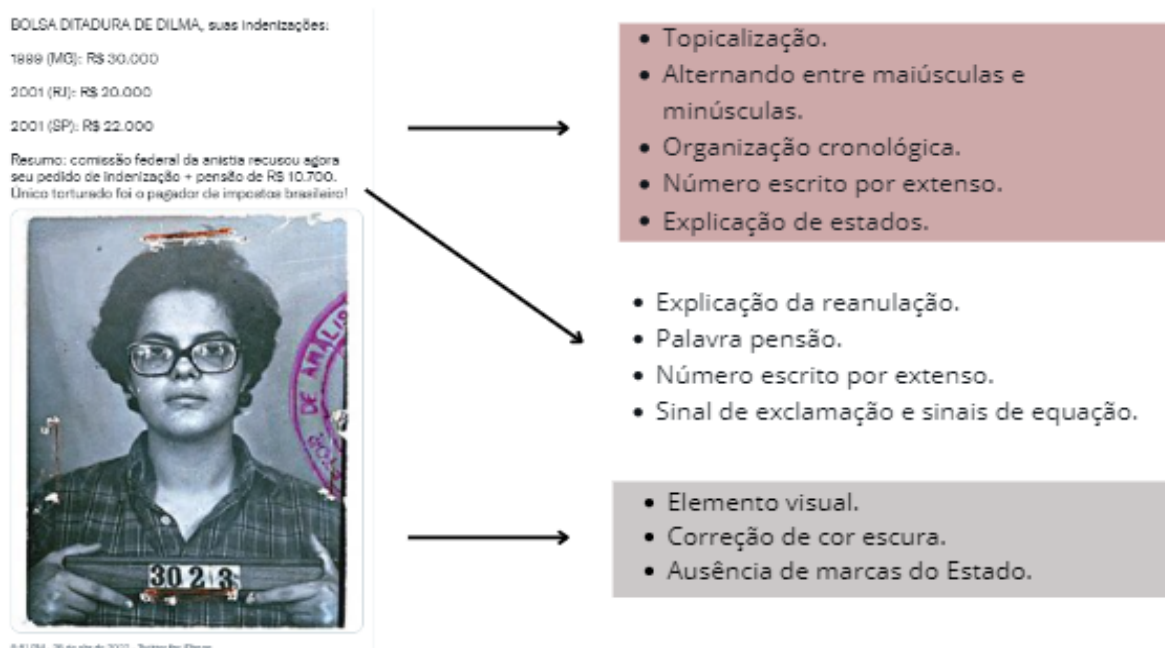
3.1 Tweet brasileiro

Postado em 28 de abril de 2022 por Eduardo Bolsonaro, então deputado federal pelo estado de São Paulo pelo Partido Social Liberal (PSL), o tweet tem como eixo central a disseminação de uma *fake news* sobre uma suposta compensação econômica recebida por vítimas da perseguição política durante a ditadura cívico-militar brasileira.

A publicação afirma, de forma distorcida, que a ex-presidente Dilma Rousseff teria recebido valores indenizatórios ao longo de dois anos, provenientes dos estados de Minas Gerais, Rio de Janeiro e São Paulo. Divulgado em uma conta de caráter público, com cerca de 2,3 milhões de seguidores, o post intitulado “Valores bolsa presidiário Dilma” alcançou 1.731 retweets, 142 tweets com comentário e aproximadamente 7.500 curtidas, evidenciando amplo engajamento.

1º TWEET BRASILEIRO

Figura 3 - *Tweet* Eduardo Bolsonaro “Bolsa Presidiário”



Link de acesso: <https://x.com/BolsonaroSP/status/1519796395846291456>

Do ponto de vista estrutural, o enunciado organiza-se por meio de um processo de topicalização seguido de retomadas e da inserção de um anexo visual, distribuído em três blocos discursivos.

No primeiro bloco, observa-se a alternância entre letras maiúsculas e minúsculas na formulação “BOLSA DITADURA DE DILMA, suas indenizações”, recurso que intensifica o tom acusatório e sensacionalista do enunciado. Esse bloco apresenta ainda uma organização cronológica dos supostos pagamentos, com explicitação dos estados e dos valores monetários discriminado numericamente. Destaca-se, ademais, o uso reiterado do termo “bolsa”, que estabelece uma associação direta com políticas assistenciais estigmatizadas no debate público.

No segundo, há uma retomada sintética do argumento por meio da formulação: “Resumo: comissão federal da anistia recusou agora seu pedido de indenização + pensão de R\$ 10.700”. A escolha lexical do termo “pensão” reforça a ideia de privilégio indevido, enquanto o sinal de equação na expressão “indenização + pensão” sugere uma

soma artificial de benefícios. O bloco culmina em uma conclusão avaliativa marcada pela exclamação “Único torturado foi o pagador de impostos brasileiro!”, que desloca o foco da violência histórica para uma narrativa de vitimização do contribuinte.

Por fim, o terceiro bloco é constituído por um elemento visual: uma fotografia em preto e branco de Dilma Rousseff jovem, usando óculos e camisa xadrez, segurando uma placa com o número “3023”, imagem que remete a um registro policial do período em que foi presa durante a ditadura. A ausência de marcações explícitas do Estado na imagem contribui para sua circulação descontextualizada, funcionando como recurso de legitimação visual do discurso apresentado no texto verbal.

Sob a perspectiva de Charaudeau (2008), o caráter político do tweet não reside apenas no tema abordado, mas nas condições de produção e no contrato de comunicação que o sustenta. O enunciador ocupa uma posição institucional legitimada, como deputado federal, e fala a partir de uma instância política que busca influenciar a instância cidadã, valendo-se da mediação da plataforma digital.

O tweet integra, assim, o dispositivo midiático-político descrito por Charaudeau (2008), no qual informação, opinião e espetáculo se articulam. A apresentação de valores numéricos, datas e estados simula um efeito de factualidade e racionalidade, enquanto o tom acusatório, a exclamação final e a inversão da posição de vítima- “o pagador de impostos brasileiro”- mobilizam fortemente o *pathos*.

Paralelamente, constrói-se um *ethos* de denunciante, que se apresenta como porta-voz do contribuinte lesado, em oposição à figura da ex-presidente, representada como beneficiária indevida de privilégios. Passamos, a seguir, para a análise do tweet do político colombiano.

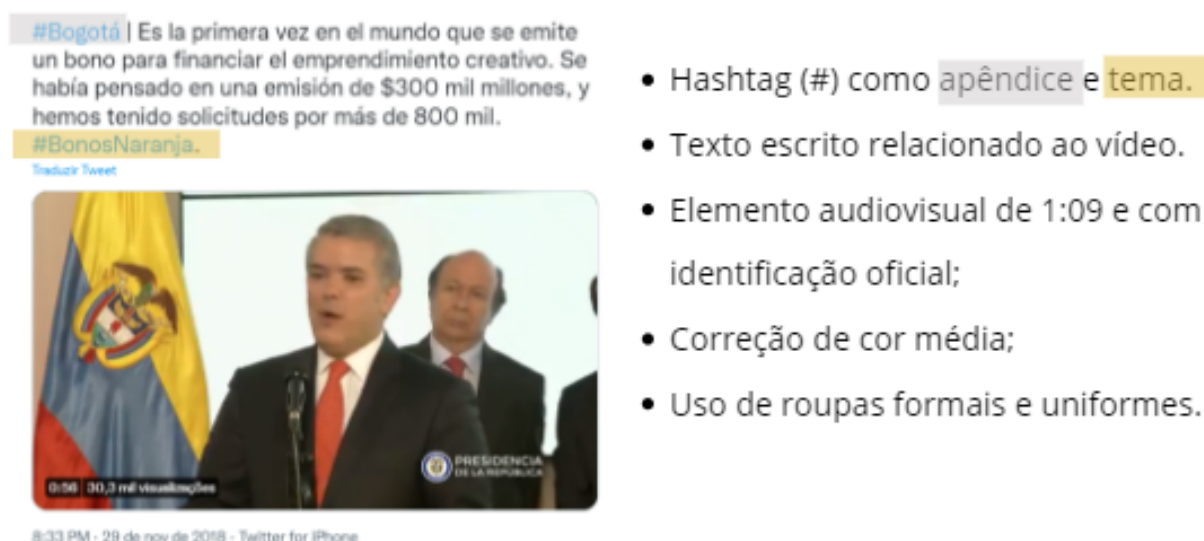
3.2 Tweet colombiano

Postado em 29 de novembro de 2018 pelo então presidente colombiano Iván Duque, a postagem tem por tema os *Bonos Naranja*, programa econômico promovido pelo seu governo. Divulgado em sua conta de natureza aberta, com 2,5 mi seguidores,

alcançou 417 *retweets*; 22 *tweets* com comentários; 888 *likes* e 30,3 mil visualizações⁴. A postagem organiza-se em dois blocos, articulando *hashtags*, texto escrito e anexo audiovisual::

1º *TWEET* COLOMBIANO

Figura 4 - *Tweet* Iván Duque “#BonosNaranja”



O tweet organiza-se em dois blocos discursivos articulados entre si. No primeiro, observa-se a presença das hashtags #Bogotá e #BonosNaranja, que funcionam como marcadores temáticos e geográficos, inserindo o enunciado em um debate público localizado e facilitando sua circulação na plataforma. O texto verbal apresenta o seguinte enunciado:

“Es la primera vez en el mundo que se emite un bono para financiar el emprendimiento creativo. Se había pensado en una emisión de \$300 mil millones, y hemos tenido solicitudes por más de 800 mil”

Esses enunciados constroem um efeito de excepcionalidade e sucesso por meio da comparação entre a expectativa inicial e a demanda efetiva. A escolha reiterada do termo *bono* associa a política pública apresentada a instrumentos financeiros legítimos e

⁴ Dados de 10/11/2022.

tecnicamente reconhecidos, produzindo um enquadramento positivo da ação governamental, distinto de sentidos assistencialistas ou estigmatizados.

No segundo bloco, o anexo audiovisual reforça esse enquadramento ao apresentar um vídeo de 1 minuto e 9 segundos com tom de anúncio oficial. A cena mostra Iván Duque em primeiro plano, vestindo terno preto, camisa branca e gravata vermelha, falando ao microfone, acompanhado por outro homem com vestimenta semelhante. A presença parcial da bandeira da Colômbia e o logotipo da *Presidencia de la República* no canto inferior direito funcionam como marcas institucionais que ancoram o enunciado na instância estatal.

Com o uso do elemento audiovisual ocorre o aumento da mancha do tweet na tela do usuário. Esse recurso não apenas amplia o espaço ocupado pela postagem, mas também elabora e aprofunda o tema abordado no texto, reforçando a mensagem transmitida. A correção de cor média utilizada no vídeo transmite uma sensação de seriedade, ao mesmo tempo em que mantém a simpatia. Essa escolha cromática ajuda a equilibrar a formalidade do conteúdo com um tom acessível e acolhedor, adequado para o público-alvo.

O uso da identificação oficial presente no tweet cria um ambiente virtual com um maior grau de formalidade e ofício. Esse elemento reforça a autoridade e a legitimidade do discurso, fazendo com que a mensagem seja percebida como mais institucional e confiável. Por fim, o uso de roupas formais pelos participantes do vídeo aumenta o grau de formalidade, contribuindo para uma imagem mais séria e profissional. Segundo Charaudeau (2008), o tweet evidencia uma encenação discursiva típica do discurso político midiático, na qual a autoridade institucional do enunciador é reforçada por elementos visuais e simbólicos que legitimam sua palavra. O dispositivo comunicativo mobiliza simultaneamente estratégias de credibilidade, por meio da exibição de dados numéricos e signos oficiais, e de persuasão, ao construir um *ethos* de gestor eficiente e inovador, capaz de conduzir políticas públicas bem-sucedidas. Assim, o enunciado articula informação, espetáculo e argumentação, operando no espaço de mediação entre a instância política e a instância cidadã (Charaudeau, 2008).

4. Convergências e divergências: a modo de conclusão

A análise comparativa das postagens evidencia tanto convergências quanto divergências na construção do discurso político digital nos contextos brasileiro e colombiano. Em ambos os casos, os tweets funcionam como enunciados fortemente orientados à persuasão e à disputa de sentidos no espaço público, articulando recursos verbais, paratextuais e multimodais para produzir efeitos de visibilidade e engajamento. No entanto, as estratégias discursivas mobilizadas diferem significativamente.

No contexto brasileiro, observa-se um uso menos sistemático de metadados, como hashtags e menções, e uma configuração do tweet que se aproxima de um microblog pessoal, no qual a linguagem é menos padronizada e mais marcada pela individualidade do enunciador. Além disso, a presença recorrente de elementos visuais e audiovisuais não diretamente vinculados ao conteúdo informativo do texto verbal, como memes ou imagens descontextualizadas, reforça uma lógica de espetáculo e de provocação discursiva.

Em contraste, o tweet colombiano apresenta maior regularidade no uso de metadados, o que contribui para a construção de um ambiente político digital mais institucionalizado e alinhado à comunicação oficial. Esses enunciados são, ademais, acompanhados por elementos visuais e audiovisuais diretamente articulados ao texto verbal, como vídeos institucionais e marcas estatais, produzindo um efeito de coerência discursiva e de legitimação da ação governamental.

A maior padronização linguística e composicional do tweet colombiano reduz o espaço para a expressão individual do enunciador, privilegiando a construção de um *ethos* institucional e gestor. Assim, enquanto o discurso político brasileiro tende a enfatizar a personalização, a confrontação e a emocionalização do debate, o discurso político colombiano se orienta por estratégias de oficialidade, racionalização e encenação institucional, ainda que ambos operem, em última instância, dentro da lógica midiática descrita por Charaudeau (2008), na qual informação -necessariamente multimodal-, persuasão e espetáculo se articulam no discurso político.

REFERÊNCIAS

BAKHTIN, Mikhail. *A estética da criação verbal*. São Paulo: Martins Fontes, 2000

CANALE, Germán. *A multimodal and ethnographic approach to textbook discourse*. London: Routledge, 2022.

CHARAUDEAU, Patrick. *Discurso político: as máscaras do poder*. Tradução de Fabiana Komesu e Dílson Ferreira da Cruz. São Paulo: Contexto, 2008

FREEDMAN, David. *The color revolution*. Cambridge: Harvard University Press, 1995.

PÉREZ BÉJAR, Victor. *Identidad individual y grupal en Twitter*. Sevilla: Universidad de Sevilla, 2014.

TERKOURAFI, Marina et al. Uncivil Twitter: A sociopragmatic analysis. *Journal of Language Aggression and Conflict*, v. 6, p. 26-57, 2018. DOI: <https://doi.org/10.1075/jlac.00002.ter>.