

Um convite à leitura de "O Discurso Político em Sociedades Pós-Digitais" (2020), de Jan BLOOMAERT

por Walker Douglas Pincerati e Cristina dos Santos Lovato

Como uma pessoa pode ganhar uma eleição ou mesmo "governar" um país via Twitter? Por que e como as postagens desse tipo de pessoa "viralizam" nas redes sociais? Como analisar e, consequentemente, enfrentar essa espécie de "populismo"? Respostas são dadas a essas questões pelo linguista belga Jan Bloommaert em seu texto ODISCURSO POLÍTICO em Sociedades Pós-Digitais, publicado em maio deste ano, no dossiê "Mecanismos digitais e semióticos dos populismos contemporâneos", organizado pelo linguista brasileiro Daniel N. Silva, no número mais recente da revista Trabalhos em Linguística Aplicada. (Clique nos hiperlinks em azul para acessar textos e outras informações!)

No texto, ele defende que vivemos em um novo ambiente: o pós-digital; que neste novo ambiente nossas práticas e interações acontecem no "nexo online-offline", e que qualquer análise de discursos políticos deve considerar as novas condições de interação no ambiente pós-digital. Por isso, entende que devemos abandonar o modelo da "propaganda de massa", a mass media, que está sustentada numa visão estatística de população, isto é, de "o público" enquanto "as massas", visão essa que imaginariamente diria de uma "opinião pública". Ele diz que a esfera pública é profundamente fragmentada e complexa e que as novas tecnologias exploram essa fragmentação, produzindo micro-marketings. Assim, a comunicação não pode ser mais pensada como um circuito linear de transmissão de mensagens que, por meio de um canal, chegariam a um receptor que as decodificaria de forma homogênea e transparente. Esse circuito linear de transmissão no modelo de mass media se daria do líder (o emissor), que comunicaria uma mensagem, via mídias de massa (o canal), a ser decodificada pelas massas (o receptor), vistas como bloco homogêneo e estatístico.

No <u>Twitter</u> a interação é de outra ordem. Ela é indireta. Ela é mediada por <u>algoritmos</u>. Por isso, um dos participantes da interação não é humano. Eu posso gostar de uma



postagem e compartilhá-la. Outra pessoa, porém, pode não gostar dela e compartilhá-la – retweetá-la – com o propósito de difamação ou crítica negativa. O <u>algoritmo</u>, no entanto, não está interessado em críticas positivas ou negativas, mas no alcance de circulação da mensagem em bolhas ou nichos diferentes. E pouco importa a data em que se retweetou. O importante é retweetar!

No contexto da análise de discursos políticos, isso tudo nos lembra um ditado popular que hoje, talvez mais do que nunca, tem muito sentido para o político: "Falem bem ou falem mal, mas falem de mim!"

Quer saber mais!? Assista ao vídeo



e leia o artigo original disponível aqui. Boa leitura!!!