



# Bolsonaro e Trump: (des)semelhanças enunciativas

---

**Bolsonaro and Trump: enunciative (dis)similarities**

**Bolsonaro y Trump: (des)similitudes enunciativas**

Roberto Leiser BARONAS<sup>1</sup>  
Samuel PONSONI<sup>2</sup>

**RESUMO:** Neste artigo, ancorados teórico-metodologicamente nos estudos da corrente francesa de Análise do Discurso, buscamos questionar uma identificação que tem sido veiculada por diversos *mídiuns* brasileiros entre o presidente eleito do Brasil, Jair Messias Bolsonaro e Donald J. Trump, atual presidente dos Estados Unidos da América. Partimos da hipótese de que embora ambos se inscrevam na extrema direita e busquem construir nas redes sociais uma imagem de proximidade com os seus destinatários supostos, cada um constrói de maneira diferente as relações enunciativas com esses destinatários. Não se trata de uma questão linguística ou de plataformas enunciativas (vídeo do *Facebook*; vídeo ao vivo; vídeo no YouTube; imagem; texto; link externo...), mas de efeitos discursivos completamente distintos, engendrados em seus discursos, isto é, para além e aquém se comunicarem basicamente por meio das redes sociais, cada um dos dois presidentes constrói um tipo diferente de aproximação discursiva com o seu público.

24

**PALAVRAS-CHAVE:** Discurso. Mídia. Redes sociais.

**ABSTRACT:** In this article, anchored theoretically and methodologically in the French Discourse Analysis studies, we seek to question an identification that has been conveyed by several Brazilian medias between the president-elect of Brazil, Jair Messias Bolsonaro and Donald J. Trump, current president of the United States of America. We start from the hypothesis that although both are inscribed in the extreme right and seek to build in the social networks an image of proximity to their supposed recipients, each one constructs in a different way the enunciative relations with these recipients. Its not about a linguistic question or of enunciative platforms (Facebook video, live video, YouTube video, image, text, external link ...), but of completely different discursive effects, that are, beyond everything they basically communicate through social networks, but each one of the two presidents builds a different kind of discursive approach to their audience.

**KEYWORDS:** Discourse; enunciative sharing; media; social networks.

---

<sup>1</sup> Universidade Federal de São Carlos – UFSCar. Docente do Departamento de Letras e do Programa de Pós-Graduação em Linguística. São Carlos – SP – Brasil. CEP: 13565-905. Pesquisador do CNPq, nível 1 D. E-mail: baronas@ufscar.br

<sup>2</sup> Universidade Estadual de Minas Gerais/Unidade de Passos – UEMG/Unidade de Passos. Passos – MG – Brasil. CEP: 37900-106. Realiza Pós-Doutorado, com Bolsa CAPES, no Programa de Pós-Graduação em Linguística da Universidade Federal de São Carlos (UFSCar). E mail: platelminto39@hotmail.com



**RESUMEN:** En este artículo, anclados teórico-metodológicamente en los estudios de la corriente francesa de Análisis del Discurso, buscamos cuestionar una identificación que ha sido transmitida por diversos míos brasileños entre el presidente electo de Brasil, Jair Messias Bolsonaro y Donald J. Trump, actual presidente de Estados Unidos de América. Partimos de la hipótesis de que aunque ambos se inscriban en la extrema derecha y busquen construir en las redes sociales una imagen de proximidad con sus destinatarios supuestos, cada uno construye de manera distinta las relaciones enunciativas con esos destinatarios. No se trata de una cuestión lingüística o de plataformas enunciativas (vídeo de Facebook, vídeo en vivo, vídeo en YouTube, imagen, texto, enlace externo ...), sino de efectos discursivos completamente distintos, engendrados en sus discursos, es decir, además de comunicarse básicamente a través de las redes sociales, cada uno de los dos presidentes construye un tipo diferente de aproximación discursiva con su público.

**PALABRAS-CLAVE:** Discurso. Medios de comunicación. Redes sociales.

## Primeiras palavras

Numa rápida visita aos mais diferentes *mídiuns* brasileiros, é possível constatar que atualmente circulam inúmeras matérias jornalísticas identificando a imagem de Jair Messias Bolsonaro com a de Donald J. Trump. Senão vejamos: em 21/09, o site da UOL publicou “Saiba quais são as semelhanças e diferenças entre Trump e Bolsonaro”<sup>3</sup>; em 01/11, este mesmo site publicou “Bolsonaro e Trump têm mais ideias diferentes ou parecidas na economia?”<sup>4</sup>; em 03/11, o Jornal *Folha de S. Paulo* publicou “Bolsonaro segue passos de Trump e adota rede social para discursar”<sup>5</sup>; em 05/11, a Revista Fórum publicou “Com ataques à mídia e comunicação por redes sociais, Bolsonaro copia estratégia de Donald Trump”<sup>6</sup>. Essa identificação, no entanto, não se reduz ao espaço público brasileiro, pois se deu também em *mídiuns* internacionais como atesta a matéria<sup>7</sup>, “Brazil elects far-right Bolsonaro as president: Victory for the ‘Trump of Brazil’”..., publicada na página da CNN em 28/10. Essas cinco matérias, numa espécie de representação metonímica do que circula no momento atual em diferentes *mídiuns*, nos mostram que a identificação entre os dois presidentes tem sido objeto de uma intensa discussão. No entanto, do ponto de vista da linguagem, especificamente do discurso, é muito difícil sustentar essa identificação de imagens que os *mídiuns* defendem. Embora possamos defender que haja um cruzamento de discursos entre os dois presidentes, dado que ambos se inscrevem numa formação ideológica de extrema direita, é possível dizer que cada um produz o seu discurso a partir de uma posição sujeito muito específica, produzindo distintos efeitos de discurso. Para dar conta desta hipótese interpretativa com base na análise de discurso de orientação francesa, mobilizamos três posts de cada um dos presidentes em situação de campanha política como objeto de análise, publicados recentemente em suas redes sociais.

<sup>3</sup> A matéria completa pode ser acessada em <https://noticias.r7.com/prisma/nosso-mundo/saiba-quais-sao-as-semelhanças-e-diferenças-entre-trump-e-bolsonaro-21092018>

<sup>4</sup> A matéria completa pode ser acessada em <https://economia.uol.com.br/noticias/redacao/2018/11/01/bolsonaro-trump-economia-comparacao-programa-governo.htm>

<sup>5</sup> A matéria completa pode ser acessada em <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/11/bolsonaro-segue-passos-de-trump-e-adota-rede-social-para-discursar.shtml>

<sup>6</sup> A matéria completa pode ser acessada em <https://www.revistaforum.com.br/com-ataques-a-midia-e-comunicacao-por-redes-sociais-bolsonaro-copia-estrategia-de-donald-trump/>

<sup>7</sup> A íntegra dessa matéria pode ser acessada em <https://noticias.uol.com.br/politica/eleicoes/2018/noticias/2018/10/28/imprensa-internacional-repercute-eleicoes-brasil-jair-bolsonaro.htm>



## Um pouco de teoria e análise

J-L Houbedine em seu texto *Quelques questions d'aujourd'hui à propos de la 'phrase démocratique'*<sup>8</sup> nos chama a atenção para um fenômeno linguístico de caráter frástico muito presente nos discursos políticos populistas contemporâneos (quer sejam eles de direita ou de esquerda) e que produz efeitos discursivos bastante específicos:

[Trata-se] de uma relação especular entre os destinatários supostos do discurso e o sujeito de sua enunciação, sendo que os primeiros são chamados a se juntar fantasmagoricamente ao segundo na unidade identificadora daquilo que (se) oferece à vista em sua própria pessoa, isto é, um mesmo *ideal do eu...* Imagem de um "Volkman", de um "homem do povo", "entidade singular que se investe de um valor tão mais insigne, de modo que cada um se torna, por assim dizer a sua garantia universal, na medida mesmo em que nesta entidade atua o efeito de uma repressão que se repete em cada um. (HOUBEDINE, 1974, p. 12).

Em outros termos, ao dizer X, o sujeito da enunciação compartilha uma empatia discursiva com destinatários supostos do seu discurso. Essa empatia discursiva, todavia, não se dá no momento da produção do discurso. Ela é na verdade a (re)tomada interdiscursiva de um já-dito, que identifica tanto o sujeito da enunciação quanto os seus destinatários supostos, visto que ambos enunciam de uma mesma região de sentidos ou de uma mesma formação discursiva. Estes últimos veem no discurso do primeiro uma espécie de reflexo do seu próprio discurso.

Nesse sentido, Bolsonaro, em entrevista ao apresentador da Rede Bandeirantes de Televisão, José Luiz Datena<sup>9</sup>, no Programa Brasil Urgente, em 05/11, ao criticar uma questão da prova do Exame Nacional do Ensino Médio - ENEM, realizada no último domingo, 04/11, que tratava do "dialeto secreto" utilizado por gays e travestis, compartilha uma empatia discursiva com os seus destinatários supostos. Disse Bolsonaro a Datena:

"Uma questão de prova que entra na dialética, na linguagem secreta de travesti, não tem nada a ver, não mede conhecimento nenhum. A não ser obrigar para que no futuro a garotada se interesse mais por esse assunto. Temos que fazer com que o Enem cobre conhecimentos úteis [...]; o meu governo não vai ficar divagando sobre questões menores [...]. Ninguém quer acabar com o Enem, mas tem que cobrar ali o que realmente tem a ver com a história e cultura do Brasil, não com uma questão específica LGBT. Parece que há uma supervalorização de quem nasceu assim".

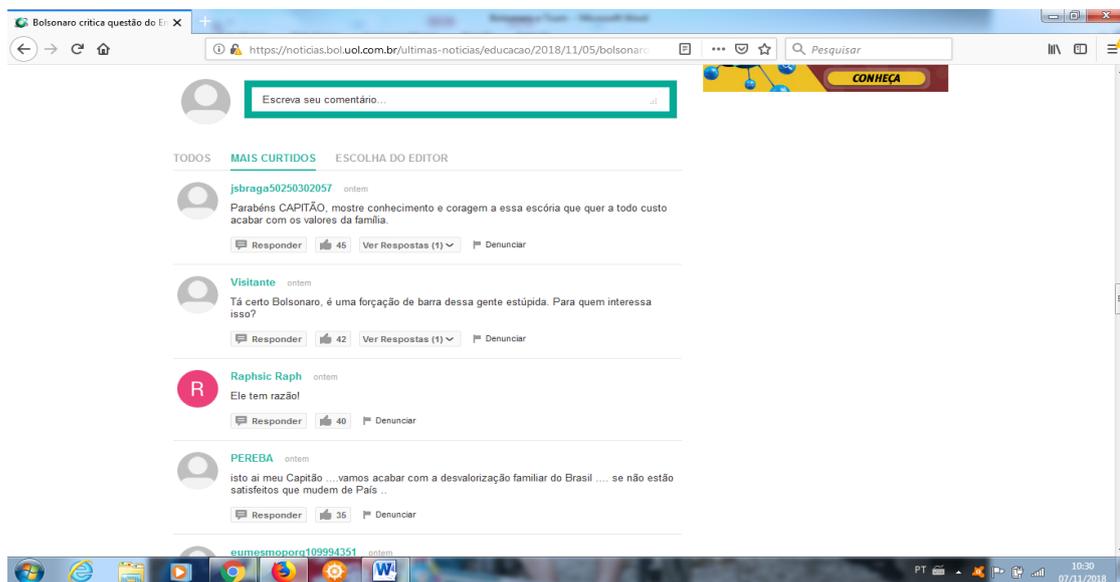
Com base em um total desconhecimento sobre a questão da variação linguística, o sujeito da enunciação descaracteriza o que foi proposto pela questão do Enem: "o meu governo não vai ficar divagando sobre questões menores", para manifestar um total preconceito em relação aos gays e travestis: "tem que cobrar ali o que realmente tem a ver com a história e cultura do Brasil, não com uma questão específica LGBT. Parece que há uma supervalorização de quem nasceu assim". No entanto, esse desconhecimento sobre a variação linguística como fenômeno inerente a todas as línguas, bem como todo o preconceito dele decorrente é compartilhado por uma parcela muito grande da população brasileira. Os comentários a seguir, retirados da matéria publicada no site do UOL, atestam esse compartilhamento de uma empatia enunciativa entre esse sujeito da enunciação e os destinatários supostos.

<sup>8</sup> Texto publicado em *Psychanalyse et sémiotique*, Actes du Colloque de Milan, 1974.

<sup>9</sup> A íntegra da matéria pode ser acessada em <https://noticias.bol.uol.com.br/ultimas-noticias/educacao/2018/11/05/bolsonaro-critica-questao-enem-2018-dialeto-travestis.htm>



**Figura 1** – Comentários retirados da matéria publicada no site da UOL



Fonte: Site da UOL<sup>10</sup>

Os comentários eufóricos dos destinatários supostos em relação ao discurso do sujeito da enunciação: “Parabéns CAPITÃO, mostre conhecimento e coragem a essa escória que quer a todo custo acabar com os valores da família”; “Tá certo Bolsonaro, é uma forção de barra dessa gente estúpida. Para quem interessa isso?”; “isto ai meu Capitão ....vamos acabar com a desvalorização familiar do Brasil .... se não estão satisfeitos que mudem de País ..”, nos mostram a pertinência da proposição de Houbedine (1974, p 12): [os destinatários] “são chamados a se juntar fantasmagoricamente ao segundo [sujeito da enunciação] na unidade identificadora daquilo que (se) oferece à vista em sua própria pessoa, isto é, um mesmo *ideal do eu*...”. Em outras palavras, sujeito da enunciação e destinatários supostos corroboram os seus discursos numa relação especular. Não se trata de o sujeito da enunciação se apresentar como o porta-voz dos destinatários supostos, aquele que fala em nome e para esses destinatários, numa relação discursiva metonímica (o “um” que fala por “todos”), mas como aquele que comunga e compartilha dos mesmos valores morais dos destinatários, numa relação discursiva metafórica (o “um” que fala similarmente o que “todos” falam). O enunciado “vamos acabar com a desvalorização familiar do Brasil.... se não estão satisfeitos que mudem de País”, nos mostra que por meio de um nós-inclusivo (eu = sujeito da enunciação + tu = destinatários supostos) e de um eles repudiado (se não estão satisfeitos que mudem de País) por esse nós inclusivo, buscase uma total identificação entre os sujeitos do discurso.

Michel Pêcheux, no ensaio *Delimitações, inversões, deslocamentos* (1990)<sup>11</sup>, ao analisar de um ponto de vista histórico a Revolução Francesa e as Revoluções Socialistas dos séculos XIX e XX, com base em B. Conein (1981), propõe que em cada uma dessas revoluções funciona a figura do porta-voz: um efeito de discurso, uma figura enunciativa que retoma o dizer da

<sup>10</sup> A íntegra dos comentários pode ser acessada em <https://noticias.bol.uol.com.br/ultimas-noticias/educacao/2018/11/05/bolsonaro-critica-questao-enem-2018-diaeto-travestis.htm>

<sup>11</sup> A tradução deste texto está publicada no Caderno de Estudos Linguísticos da UNICAMP, número 19, jul/dez de 1990 e pode ser acessada em <https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/cel/issue/view/425/showToc>



multidão representada, se colocando na condição de ser o único sujeito capaz de relatar seus anseios e suas necessidades:

[a figura do] porta-voz [é], ao mesmo tempo ator visível e testemunha ocular do acontecimento: o efeito que ele exerce falando “em nome de...” é antes de tudo um efeito visual, que determina esta conversão do olhar pela qual o invisível do acontecimento se deixa enfim ser visto: o porta-voz se expõe ao olhar do poder que ele afronta, falando em nome daqueles que ele representa, e sob o seu olhar. Dupla visibilidade (ele fala diante dos seus e parlamenta com o adversário) que o coloca em posição de negociador potencial, no centro visível de um “nós” em formação e também em contato imediato com o adversário exterior (PÊCHEUX, 1990, p. 17).

No dia 31/10, durante uma entrevista concedida ao site Axios<sup>12</sup>, o presidente norte-americano, Donald J. Trump, ao ser perguntado sobre a questão da imigração, especificamente, acerca do ‘direito de solo’, afirmou:

“Somos o único país do mundo onde uma pessoa entra, tem um bebê, e o bebê é essencialmente um cidadão dos Estados Unidos, com todos os benefícios. É ridículo. É ridículo. E isso tem que acabar”. [...]; “Sempre me disseram que você precisava de uma emenda constitucional. Adivinha? Você não precisa. Agora eles estão dizendo que eu posso fazer isso apenas com uma ordem executiva. Está em processo. Vai acontecer”.

A fala xenófoba do presidente norte-americano foi proferida em meio ao processo das eleições de meio de mandato norte-americanas que ocorreram em 06/11. Com efeito, possui um claro desejo de mobilizar os eleitores<sup>13</sup> republicanos, que comungam das mesmas ideias de Trump. Trata-se de uma fala cujos destinatários supostos são os “convertidos”. Em outros termos, Trump fala como o porta-voz daqueles que comungam dos seus valores ultranacionalistas: ele “se expõe ao olhar do poder que ele afronta, falando em nome daqueles que ele representa, e sob o seu olhar” (PÊCHEUX, 1990, p. 17). Há aqui uma relação discursiva metonímica (o “um” = Trump que fala em nome e para todos que comungam dos seus valores intolerantes em relação aos imigrantes = eleitores republicanos). Algo que implica a instauração de uma “dupla visibilidade (ele [Trump] fala diante dos seus [eleitores republicanos] e parlamenta com o adversário [eleitores democratas]) que o coloca em posição de negociador potencial, no centro visível de um “nós” em formação e também em contato imediato com o adversário exterior” (PÊCHEUX, 1990, p. 17). Como presidente da República eleito pelo partido republicano, Trump enuncia como o legítimo representante dos republicanos. Sua enunciação é dotada de credibilidade e autoridade, uma vez que como presidente tem legitimidade para tal: “Somos o único país do mundo onde uma pessoa entra, tem um bebê, e o bebê é essencialmente um cidadão dos Estados Unidos, com todos os benefícios. É ridículo. É ridículo. E isso tem que acabar”. Diferentemente de Bolsonaro<sup>14</sup>, Trump apresenta-se não como

<sup>12</sup> A matéria completa pode ser acessada em <https://www.axios.com/politics>

<sup>13</sup> As eleições norte-americanas tanto as de meio de mandato (em que se escolhe os membros da câmara dos deputados, do senado e governadores de estado) quanto as para a escolha do presidente, diferentemente das eleições brasileiras não são obrigatórias. Essa não obrigatoriedade implica altos índices de abstenção dos eleitores.

<sup>14</sup> Práticas não discursivas também atestam a construção de Jair Bolsonaro como um “*Volkman*”, um “homem do povo”. Por exemplo, no dia 02/11, ao conceder a sua primeira entrevista coletiva como presidente eleito do Brasil, Bolsonaro improvisou em sua residência uma prancha de *bodyboard* em cima de uma estrutura metálica



um “*Volkman*”, um “homem do povo”, mas como o porta-voz de uma parcela deste povo, no caso, dos eleitores republicanos. Todos os outros eleitores que não se inscrevem no Partido Republicano estão excluídos. Não há como em Bolsonaro um compartilhamento enunciativo, mas no caso de Trump, uma partilha enunciativa.

### **Mais um pouco de análise**

Nossos interlocutores poderiam nos questionar dizendo que os dados que mobilizamos no item anterior, embora pertençam ao gênero entrevista, possuem temáticas e objetivos bem distintos. Com efeito, na entrevista concedida por Bolsonaro ao apresentador José Luiz Datena, a temática é uma questão da prova do Enem e o objetivo é discutir perspectivas para o próximo governo; por sua vez, na entrevista concedida por Trump ao Blog Axios, a temática é a questão da imigração e os objetivos são claramente eleitoreiros. Essas diferenças de temáticas e objetivos colocariam em xeque as dessemelhanças enunciativas entre os dois presidentes por nós perscrutadas – Bolsonaro apresentando-se como um Volkman, um “homem do povo” e Trump apresentando-se como o porta-voz de uma parcela da população norte americana, os eleitores republicanos. No intuito de reforçar a nossa tese, mobilizamos analiticamente três posts publicados recentemente na rede social *Facebook*<sup>15</sup> dos dois presidentes. Trata-se de posts em que os presidentes aparecem em situação de campanha política.

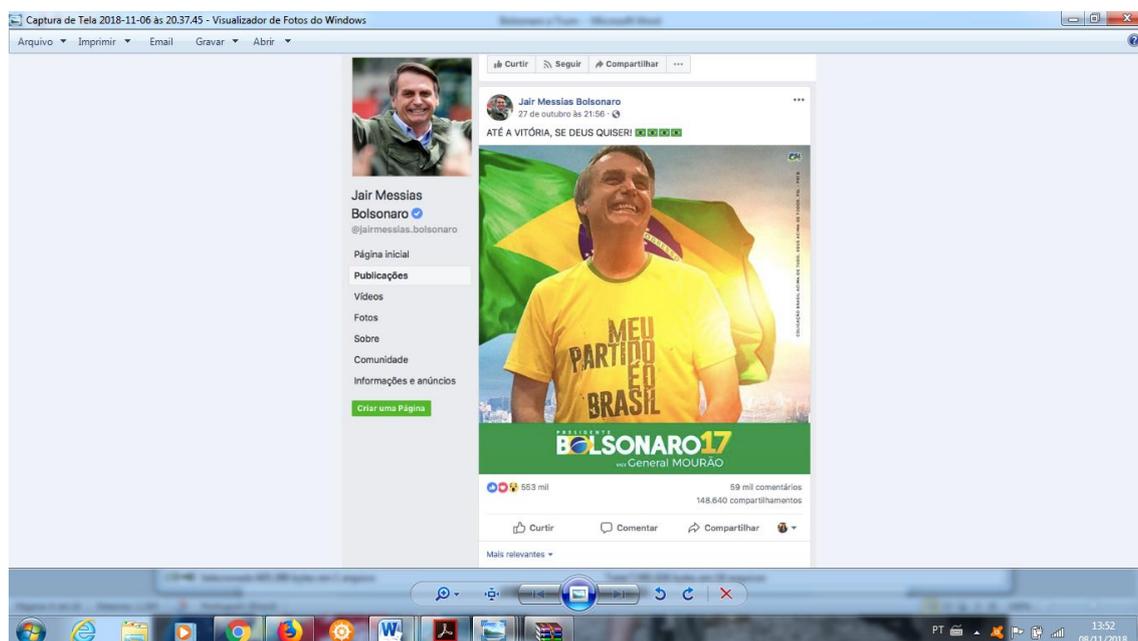
---

e uma mesa de vidro para suportar os microfones dos jornalistas que participaram desta coletiva. Como a estrutura não foi suficiente, assessores do presidente eleito precisaram segurar a mesa improvisada. A matéria na íntegra pode ser acessada em <https://vejasp.abril.com.br/blog/pop/um-detalle-chamou-atencao-na-primeira-coletiva-de-jair-bolsonaro/>. Já o presidente norte-americano Donald J. Trump para além de dificilmente ser flagrado em situações que demonstrem improvisado, em todas as suas aparições públicas, está formalmente vestido com o seu tradicional termo preto, camisa branca, gravata vermelha ou azul e uma pequena bandeira americana na lapela.

<sup>15</sup> Não faremos aqui nenhuma discussão mais aprofundada sobre o Facebook. Para tal remetemos nosso leitor ao trabalho de Wander Emediato “Discurso e web: as múltiplas faces do Facebook, publicado na Revista da Abralín, volume 14, número 02, 2015 - <https://revistas.ufpr.br/abralin/article/view/42561> e também ao trabalho de tese de doutorado de Renata de Oliveira Carreon “Comunicação política e(m) imagens de si: percursos sobre o ethos semiotizado”, defendida no Programa de Pós-Graduação em Linguística da UFSCar, em fevereiro de 2018 - <https://repositorio.ufscar.br/bitstream/handle/ufscar/9956/TESE%20FINAL.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.



**Figura 2** – Post 1 – *Facebook* em 27/10/18



**Fonte:** *Facebook* de Jair Bolsonaro

No post acima, publicado no *Facebook* do então candidato a presidente do Brasil, Jair Bolsonaro, em 27/10, temos no alto da página o enunciado: “Até a vitória, se Deus quiser” e logo abaixo uma fotografia de Bolsonaro com uma camiseta em verde e amarelo, na qual é possível ler os seguintes dizeres: “Meu partido é o Brasil”. Esse enunciado para além de intensificar a ideia de um candidato *outsider*, antissistema defendido ao longo de toda a sua campanha, reforça, sobretudo, a imagem do *Volkman*, do homem do povo, que fala não *em nome* e *para* uma parcela da população, mas *como* um dos milhões de brasileiros, que tem no Brasil o seu partido.

No post abaixo, publicado no *Facebook* de Bolsonaro, em 28/10, logo após o TSE proclamar o resultado oficial das eleições presidenciais 2018, temos no alto da página o enunciado: “Vamos adiante resgatar o Brasil” e logo abaixo uma fotografia em que Bolsonaro aparece com a faixa presidencial. No alto, do lado esquerdo da fotografia, é possível ler: “Um futuro nos espera:” e, mais abaixo, bem no centro da fotografia, complementando o enunciado anterior, está escrito em caixa alta “Jair Bolsonaro é eleito o 38 Presidente da República Federativa do Brasil”. O uso do nós-inclusivo (eu = Bolsonaro + tu = o povo brasileiro) nos enunciados: “Vamos adiante resgatar o Brasil” e “Um futuro nos espera...” também reforça a imagem do homem do povo, do sujeito que não está realizando uma retomada dos dizeres do povo, se colocando na condição de relatar seus anseios e suas necessidades, mas se colocando como o próprio povo. Essa imagem popular é reforçada pela fotografia em que Bolsonaro aparece com a faixa presidencial, uma vez que ele está vestido de terno e camisa, mas sem a gravata.



**Figura 3** – Post 2 – *Facebook* em 28/10/18

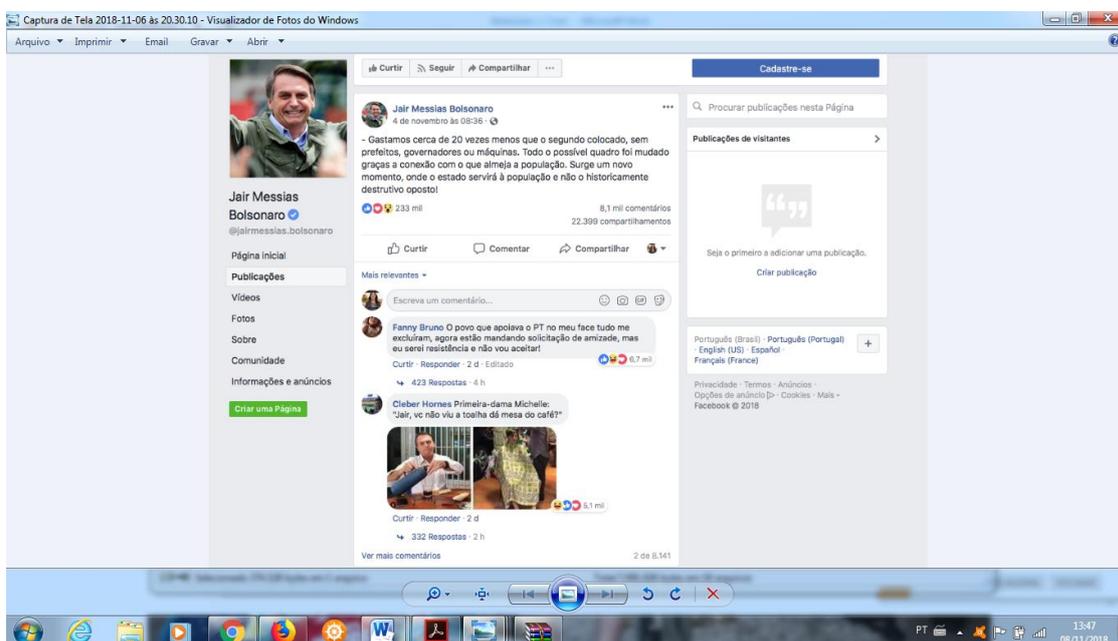


**Fonte:** *Facebook* de Jair Bolsonaro

No post abaixo, publicado no *Facebook* de Bolsonaro, em 04/11, é possível ler o seguinte enunciado: “Gastamos cerca de 20 vezes menos do que o segundo colocado, sem prefeitos, governadores ou máquinas. Todo o possível quadro foi mudado, graças a conexão com que almeja a população. Surge um novo momento, onde o estado servirá a população e não historicamente o destrutivo oposto”. Abaixo desse enunciado, na mesma tela, é possível verificar a presença de dois comentários de seguidores de Bolsonaro: um de Fanny Bruno e o outro de Cleber Hornes. Esses comentários não fazem referência explícita ao post de Bolsonaro, no entanto, especialmente, o segundo, reforça a imagem do homem do povo. Com efeito, no segundo comentário, essa imagem é potencializada pela presença de duas fotografias colocadas lado a lado. Na primeira, Bolsonaro, supostamente após colocar café em um copo, que está sobre uma mesa sem toalha, aparece segurando uma garrafa térmica e na segunda, o presidente eleito aparece cortando o cabelo em uma barbearia. Essas fotografias, que identificam o presidente eleito ao cidadão comum, que diariamente faz coisas similares, são retomadas de posts publicados alhures por Bolsonaro em suas redes sociais. Essa retomada nos mostra mais uma vez a identificação, o compartilhamento enunciativo que existe entre Bolsonaro e o povo brasileiro. A identificação se dá de maneira tão indivisa na primeira fotografia que o seguidor retoma uma fala da esposa de Bolsonaro, Michelle Bolsonaro: “Jair, vc. não viu a toalha da mesa do café?, veiculada dias atrás em outro post de Bolsonaro.

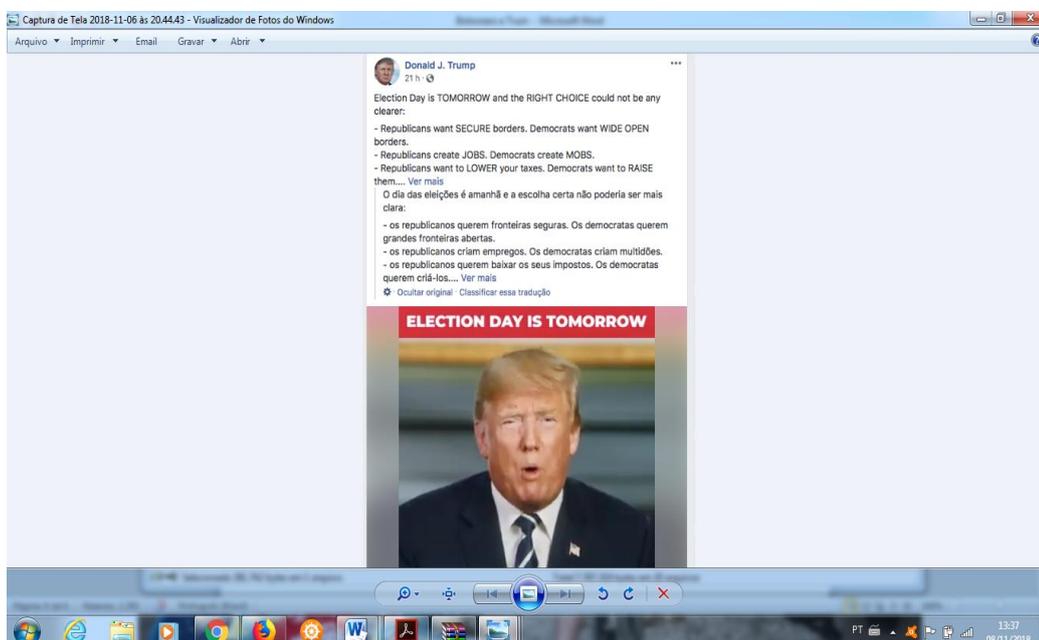


**Figura 4 – Post 3 – Facebook em 04/11/18**



**Fonte:** Facebook de Jair Bolsonaro

**Figura 5 – Facebook em 04/11/18**



**Fonte:** Facebook de Donald J. Trump

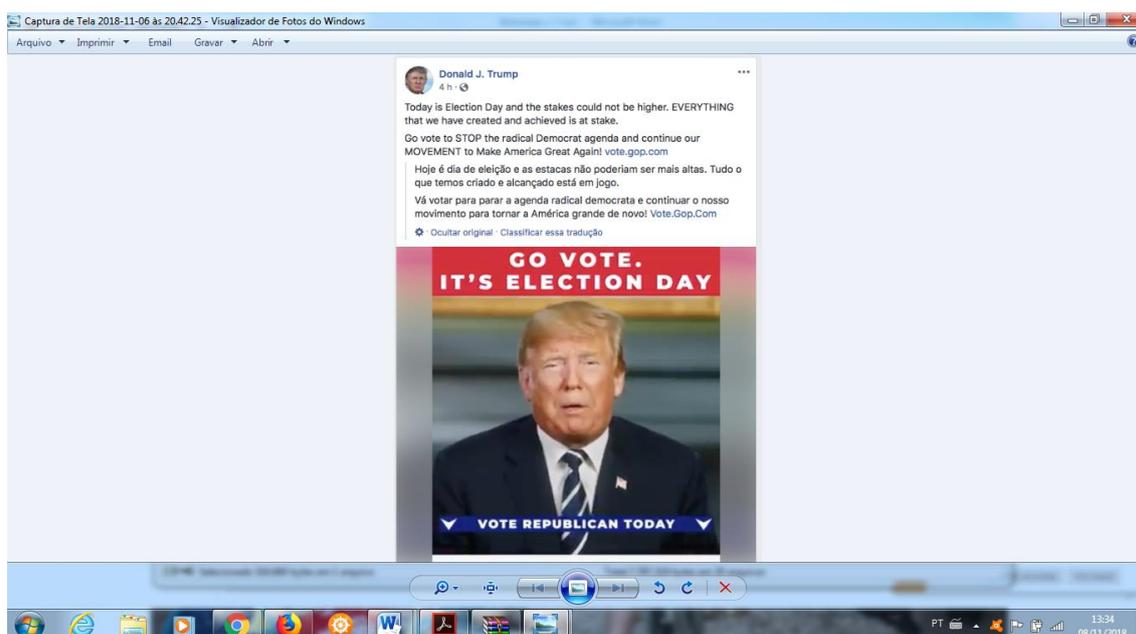
No post acima, publicado no *Facebook* de Donald J. Trump, em 04/11, é possível ler o seguinte enunciado: “O dia das eleições é amanhã e a escolha certa não poderia ser mais clara. – os republicanos querem fronteiras seguras. Os democratas querem grandes fronteiras abertas;



- os republicanos criam empregos. Os democratas criam multidões; - os republicanos querem baixar os seus impostos. Os democratas querem cria-los”. Abaixo do enunciado é possível verificar a presença de fotografia de busto de Trump. Acima da fotografia está escrito em letras brancas e fundo vermelho: “Election day is tomorrow”. O sujeito da enunciação se apresenta como o porta-voz dos eleitores republicanos, os destinatários supostos, retomando os seus dizeres e se colocando na condição de relatar seus anseios e suas necessidades.

No post abaixo, publicado no *Facebook* do atual presidente dos Estados Unidos, em 06/11, é possível ler o seguinte enunciado: “Hoje é dia de eleição e as estacas não poderiam estar mais altas. Tudo o que temos criado e alcançado está em jogo. Vá votar para parar a agenda radical democrata e continuar o nosso movimento para tornar a América grande de novo!” Logo abaixo desse enunciado é possível observar uma fotografia de meio corpo de Trump. Na parte superior desta fotografia, em letras brancas e fundo vermelho está escrito: “Go Vote: It’s election day”. Na parte de baixo, em letras azuis está escrito: “Vote Republican Today”. O uso do nós-exclusivo (eu = Trump + eles = eleitores republicanos), presente nos enunciados: “Tudo o que temos criado...” e “[...] continuar o nosso movimento...” nos mostra que o sujeito da enunciação se coloca mais uma vez na condição de porta-voz, daquele que fala em *nome* e *para* os eleitores republicanos.

**Figura 6** – *Facebook* em 06/11/18



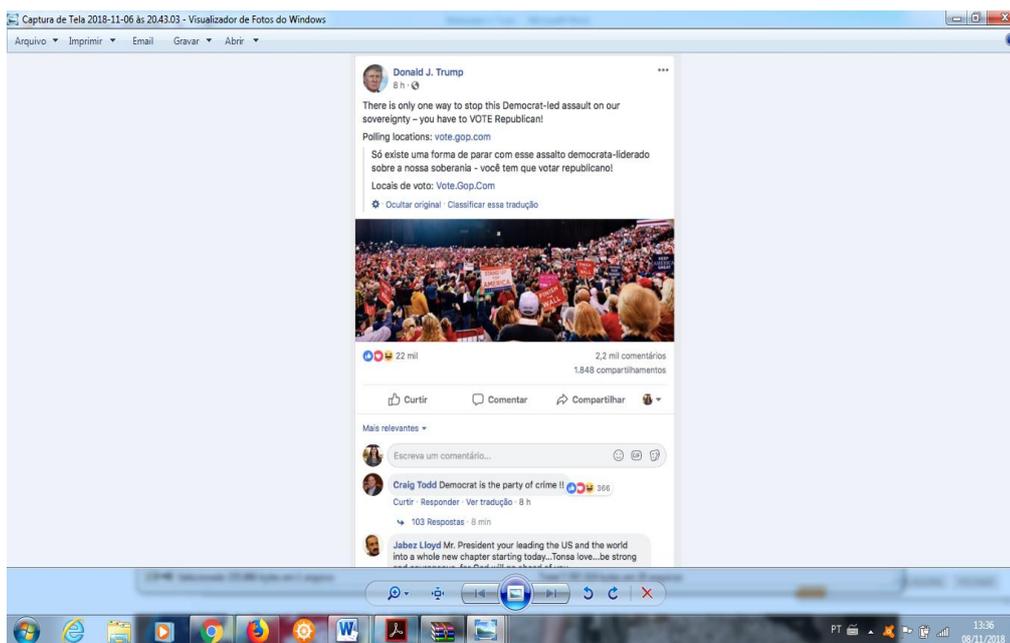
**Fonte:** *Facebook* de Donald J. Trump

No post abaixo, publicado no *Facebook* de Trump, em 06/11, é possível ler o seguinte enunciado: “Só existe uma forma de parar com esse assalto democrata-liberado – sobre a nossa soberania – você tem que votar republicano!”. Abaixo do enunciado é possível verificar a presença de uma fotografia, provavelmente de um comício republicano, em que aparecem centenas de pessoas e algumas delas segurando cartazes com os seguintes dizeres: “Stand up for America” e “Finish the wall”. A presença do nós-exclusivo (eu = Trump + eles = eleitores republicanos) no enunciado “sobre a nossa soberania”, bem como a agressão verbal aos



democratas: “Só existe uma forma de parar com esse assalto democrata-liberado...” nos mostram a figura enunciativa do porta-voz produzindo uma “dupla visibilidade (ele [Trump] fala diante dos seus [eleitores republicanos] e parlamenta com o adversário [os eleitores democratas]) que o coloca em posição de negociador potencial, no centro visível de um “nós” em formação e também em contato imediato com o adversário exterior (PÊCHEUX, 1990, p. 17).

**Figura 7 – Facebook em 06/11/18**



**Fonte:** Facebook de Donald J. Trump

### Considerações finais

O nosso objetivo primeiro neste artigo com base na análise de discurso de orientação francesa foi o de questionar uma aproximação que tem sido feita atualmente por diversos *mídiuns* brasileiros e internacionais entre o presidente eleito Jair Bolsonaro e o atual presidente norte-americano Donald Trump. É quase um consenso em diferentes *mídiuns* que Bolsonaro e Trump possuem mais coisas em comum do que diferenças: ambos usam as redes sociais para se comunicar; adotam um discurso polêmico; defendem ideias políticas de extrema direita; defendem o acesso da população às armas; são liberais na economia; são intolerantes em relação aos negros, comunidade LGBTQ, imigrantes, movimentos sociais... Nossas análises, no entanto, nos mostram que em termos de linguagem, isto é, no tocante aos efeitos que seus discursos produzem, embora ambos se mostrem extremamente intolerantes ao outro, há muita diferença entre os dois presidentes.

Nesse sentido, os três posts de Bolsonaro brevemente analisados nos mostram por meio das distintas materialidades (verbal, visual e verbo-visual), que os constituem, que o sujeito da enunciação estabelece com os seus destinatários supostos uma relação de proximidade indivisa, de um compartilhamento enunciativo, isto é, o primeiro constrói em suas enunciações a imagem de um “*Volkman*”, de um “homem do povo”, “entidade singular que se investe de um valor



tão mais insigne, de modo que cada um se torna, por assim dizer a sua garantia universal, na medida mesmo em que nesta entidade atua o efeito de uma repressão que se repete em cada um. (HOUBEDINE, 1974, p. 12).

Todavia, os posts de Trump também brevemente analisados nos mostram que o sujeito da enunciação se apresenta como um porta-voz dos seus destinatários supostos, engendrando uma partilha enunciativa. Esse porta-voz se apresenta como o agente intermediário dos discursos daqueles que ele representa, no caso, os eleitores republicanos. Ele encarna a figura do único sujeito apto a introduzir concretamente no campo político as demandas dos seus destinatários supostos. Trata-se de um efeito de discurso que coloca esse sujeito da enunciação, “ao mesmo tempo [como o] ator visível e testemunha ocular do acontecimento: o efeito que ele exerce falando “em nome de...” é antes de tudo um efeito visual, que determina esta conversão do olhar pela qual o invisível do acontecimento se deixa enfim ser visto” (PÊCHEUX, 1990, p. 17).

Para finalizar retomamos um fragmento do texto de B. Conein (1981) que ao analisar o surgimento do porta-voz durante a Revolução Francesa nos diz:

O que nunca é introduzido no enunciado do porta-voz é aquilo que o povo diz ou disse. O discurso relatado é estranho ao discurso do porta-voz. A representação do povo como locutor (discurso relatado) está ausente e a possibilidade de que o povo ocupe um lugar de orador está excluída, pois anularia a função do porta-voz (CONEIN, 1981, p. 33).

## REFERÊNCIAS

BENVENISTE, E. *Problemas de Linguística Geral I*. Tradução de Maria da Glória Novak e Maria Luisa Neri. Campinas, SP: Pontes Editores e Editora da Unicamp, 1991.

BENVENISTE, E. *Problemas de Linguística Geral II*. Tradução de Eduardo Guimarães *et al.* Campinas, SP: Pontes Editores e Editora da Unicamp, 2006.

CONEIN, B. *Peuple et pouvoir politique: les positions du porte-parole pendant la Révolution Française*. In: *Peuple et Histoire*. Presses Universitaires de Lille, 1981.

HOUBEDINE, J-L. *Quelques questions d'aujourd'hui à propos de la 'phrase démocratique Psychanalyse et sémiotique*, Actes du Colloque de Milan, 1974.

PÊCHEUX, M. *Delimitações, inversões, deslocamentos*. Tradução de José Horta Nunes. *Cadernos de Estudos Linguísticos da UNICAMP*, Campinas, n. 19, jul/dez, 1990.

*Recebido em 28/10/2018*  
*Aprovado em 23/11/2018*  
*Publicado em 21/12/2018*