

# O FUNCIONAMENTO DISCURSIVO DO JOGO POLÍTICO DA LUTA POR IDENTIDADES: AS POSIÇÕES DE SUJEITOS INTERNAUTAS DIANTE DO VETO DO GOVERNO A UMA PROPAGANDA PUBLICITÁRIA SOBRE DIVERSIDADE

WASHINGTON SILVA DE FARIAS<sup>1</sup>  
DIANA BARBOSA DE FREITAS<sup>2</sup>

## RESUMO

Este artigo tem por objetivo analisar o funcionamento discursivo do jogo político da luta por identidades, problematizando espaços de memória e de significação acerca da diversidade que entram em jogo na formulação de posições de sujeitos internautas em face do veto do governo Bolsonaro a uma propaganda produzida pelo Banco do Brasil. Para tanto, tomamos como aporte teórico a Análise do Discurso de linha francesa (PÊCHEUX, 2014; ORLANDI, 2017) em consonância com os Estudos Culturais (HALL, 2014; SILVA, 2014; WOOWARD, 2014). Identificamos e caracterizamos, nas formulações do debate virtual em torno do veto, duas posições acerca da identidade: uma universalista, antidiferencialista, pró-veto e uma universalista, diferencialista, contrária ao veto.

Palavras-chave: *Propaganda. Posições Discursivas. Identidade e diferença.*

## Introdução

Se considerarmos que, ao significar, sujeitos e sentidos se significam, podemos compreender que a produção de sentidos realizada por meio da linguagem permite a reflexão sobre a construção de representações identitárias feitas por e para sujeitos. Nessas condições, pensar no jogo de significação acerca da diversidade de identidades presentes no âmbito social implica considerar que há um quadro de luta identitária, no qual o que se concebe como igual e como diferente entra em disputa tendo em vista as relações de poder construídas social e historicamente.

Nessa perspectiva, a análise das práticas discursivas contribuem para compreender os movimentos identificatórios a partir dos quais os sujeitos se inscrevem no mundo que os cerca, demarcando as posições e efeitos de sentido que constituem seus lugares de sujeito social e político.

1 Doutor em Linguística pela Universidade Federal da Paraíba (2010). Professor da Universidade Federal de Campina Grande (UFCG).

2 Mestranda em Linguagem e Ensino pela Universidade Federal de Campina Grande (UFCG).

Baseados nesse pressuposto, um acontecimento nos chamou a atenção e motivou-nos a analisar a construção discursiva de representações acerca da diversidade no ambiente digital: em abril de 2019, o Banco do Brasil divulgou uma propaganda a fim de atrair novos clientes, recorrendo à temática da diversidade, a qual se materializou, na peça publicitária, pela representação de uma diversidade de perfis identitários: uma mulher negra careca, um homem em um salão de beleza, uma negra com cabelos loiros, dentre outros. Desse modo, podemos afirmar que o discurso dessa propaganda se constrói a partir de uma posição progressista de reconhecimento e legitimação da diversidade cultural e das formas de identificação dos sujeitos.

A propaganda, no entanto, foi vetada pelo Presidente Jair Bolsonaro, com a justificativa de que a peça não seguia a “linha de pensamento” do governo e que não representava a “massa” da população, que desejaria “respeito à família”. Esses argumentos dirigem, pois, para uma posição-sujeito reacionária que desconhece e deslegitima a diversidade exposta na propaganda, apoiando-se em valores mais conservadores de preservação da “família”.

A peça publicitária do Banco do Brasil e o veto presidencial, assim, ensejaram um confronto discursivo que toca na questão da luta política por identidades, tendo repercutido de forma expressiva nas redes sociais.

Considerando tal contexto, neste trabalho, pretendemos analisar a configuração discursiva desse confronto discursivo a partir da reação de sujeitos internautas ao veto presidencial em comentários da página de humor do Facebook intitulada *Sensacionalista*, na qual a peça publicitária do Banco do Brasil foi reproduzida e teve grande repercussão. Tratamos de observar o funcionamento discursivo do jogo político da luta por identidades, considerando os espaços de memória e de significação acerca da diversidade que entram em jogo na constituição das posições discursivas dos sujeitos internautas que comentaram a propaganda na página em questão.

Para tanto, apoiamo-nos nas contribuições teóricas da Análise do Discurso de orientação pecheutiana (PÊCHEUX, 2008, 2009, 2014; INDURSKY, 2000; ORLANDI, 2005, 2015, 2017). Também pautamo-nos em reflexões sobre a dimensão política do espaço digital (SANTAELLA, 2013; CARDON, 2012; CASTELLS, 2017) e sobre o funcionamento da rede social Facebook (ROSA; SANTOS, 2013). Recorremos ainda a considerações dos Estudos Culturais acerca da identidade e da representação (HALL, 2014, 2016; WOODWART, 2014).

## O Facebook como espaço de produção de sentidos e construção de identidades

O uso da linguagem no espaço virtual fez surgir um novo perfil de leitores, conforme assere Santaella (2013, p. 232); isso porque se “mudou a relação de sentido único, próprio das mídias impressas e da televisão, para o modo interativo e bidirecional que é exigido pelos computadores”. Nesse cenário, a produção de gestos de interpretação no espaço digital acarreta uma série de mudanças que influenciam nos modos de construção de sentidos por meio da linguagem humana.

Nas redes sociais, em particular, os sujeitos sentem-se à vontade para publicar conteúdos, problematizar questões e comentar sobre assuntos relevantes que ganham destaque na mídia. Castells (2017) pontua que é por meio das redes sociais que nós vemos o desenvolvimento das atividades mais importantes que ocorrem na internet. Isso acontece porque nas redes temos um espaço não apenas para relações de amizade, mas também para a abordagem de assuntos sociais, políticos e econômicos que fomentam o debate na esfera pública.

Dentre as redes sociais, o Facebook é um dos suportes mais acessados no universo *on-line*. De modo geral, as redes sociais se configuram como um espaço no qual os usuários criam um perfil público e têm a possibilidade de manter contato com outros usuários e compartilhar conexões e sentidos. O ambiente *on-line* do Facebook permite a criação de perfis tanto individuais quanto coletivos; neste segundo caso, estão os perfis sobre movimentos sociais, beleza, notícias, humor, dentre outros.

Sendo criado no ano de 2004, o Facebook, de acordo com Rosa e Santos (2013), é hoje considerado o maior *site* de redes sociais do mundo. Idealizado por Mark Elliot Zuckerberg, foi desenvolvido no interior da Harvard University e, inicialmente, foi elaborado levando em consideração a identificação e o armazenamento de dados dos alunos recém-admitidos na mencionada Universidade. Posteriormente, criou-se o The Facebook, que tinha o objetivo de ser uma rede social entre universitários. Somente em 2006 os criadores resolveram mudar o nome oficialmente para Facebook e permitiram a publicação de anúncios no *site*, bem como o uso da rede social para todos aqueles que tinham acesso à internet.

Desde então, vemos a proliferação de conteúdos numerosos nessa rede social. Encontramos, por exemplo, temas políticos que geram discussões e circulação de sentidos diversos por partes de seus usuários. Por esta razão, concordamos com Cardon (2012, p. 32), para quem a internet amplia o espaço público dentro da sociedade. O autor salienta, contudo, que “hoje são os internautas, entretanto, que definem, eles mesmos, a fronteira, flexível e em movimento, do público e do privado”.

Ao ampliar o espaço público, verificamos que o ambiente virtual propicia a participação de uma heterogeneidade de sujeitos na construção de sentidos. Sujeitos com os mais diferentes perfis têm a oportunidade de tomar a palavra e expor seus pensamentos em relação aos fatos publicados no espaço *on-line*. Assim, constatamos que as redes sociais funcionam como espaços que contribuem para a expressão das identidades políticas e sociais.

## A constituição da identidade e do discurso

Neste artigo, ao nos filarmos à Análise do Discurso pecheutiana, trabalhamos com a noção de discurso, entendendo-o como lugar de produção de efeitos de sentido entre interlocutores. Desse modo, ao pensarmos nos processos de representação que são construídos a partir do discurso, é válido considerar as relações estabelecidas entre a representação, a identidade, o discurso e os efeitos de sentido produzidos por meio das materialidades significantes em que são textualizados.

Para entendermos essas relações, é preciso que explicitemos como a ideologia é concebida no âmbito da Análise do Discurso. Partindo da linguagem, compreendemos que a ideolo-

gia não se trata de ocultação ou um simples ponto de vista sobre o mundo, mas de uma “prática significativa” que “aparece como efeito da relação necessária do sujeito com a língua e com a história para que haja sentido” (ORLANDI, 2015, p. 46).

Então, podemos dizer que a ideologia se relaciona às práticas dos sujeitos com a linguagem na sociedade e na história. Melhor dizendo, o indivíduo é interpelado em sujeito pela ideologia. Assim, ao falarmos da representação identitária do sujeito por meio do viés discursivo, nos referimos a processos de produção de sentidos de/sobre sujeitos que levam em conta condições sociais e históricas na formulação das materialidades significantes. Desse modo, a produção de sentidos vai depender sempre da prática da interpretação, a qual é assegurada pela memória; segundo Pêcheux (1999, p. 77), “um espaço móvel de divisões, de disjunções, de deslocamentos e de retomadas, de conflitos de regularização... Um espaço de desdobramentos, réplicas, polêmicas e contra-discursos”

Por meio da linguagem e de suas redes de memória (*formações discursivas*), podemos analisar como se constituem as representações das identidades. Nessa perspectiva, Hall (2014, p. 111) pontua que as “identidades são um ponto de encontro entre os discursos e as práticas que tentam nos interpelar, nos falar ou nos convocar para que assumamos nossos lugares como sujeitos sociais”

Dessa forma, as identidades são, pois, posições que o sujeito pode e deve assumir individual e socialmente para produzir (seus) sentidos. As identidades, porém, estão em constante transformação. São, conforme Orlandi (2002, p. 204), um “movimento na história”. Por isso, no contexto da contemporaneidade, o sujeito “se caracteriza pela “fragmentação”, pluralidade e mesmo contradição de suas identidades” (FARIAS, 2015, p. 85). Isso implica considerar que o processo de identificação de que resulta a identidade é provisório e variável, embora os sujeitos, imaginariamente, possam experimentá-lo como identificações estabilizadas.

Ao aliarmos as reflexões advindas dos Estudos Culturais sobre identidade com a perspectiva discursiva, podemos perceber que, para significar pela linguagem, o sujeito ocupa um lugar, uma posição em uma rede de sentidos e formulações e é essa rede que possibilita a experimentação de representações e identidades.

Desse modo, ao posicionar-se no espaço social e discursivo, os sujeitos inscrevem-se em formações discursivas, entendidas como o que pode e deve ser dito dentro de uma determinada conjuntura social, histórica e ideológica (PÊCHEUX, 2009). Entretanto, é válido ressaltar que as formações discursivas constituem-se pela contradição, uma vez que são heterogêneas nelas mesmas, tendo a possibilidade de configurar-se e reconfigurar-se a todo tempo (ORLANDI, 2015; INDURSKY, 2000). Daí a incompletude das identidades.

Essa incompletude resulta do fato de que o processo de interpelação dos indivíduos em sujeitos produtores de discursos não se processa sem falhas, sendo a inscrição numa formação discursiva, que produz o efeito de identidade, um processo em que podem estar implicados diferentes *modalidades de funcionamento subjetivo* (PÊCHEUX, 2009); a saber: a *identificação* do sujeito (locutor ou enunciador) com o sujeito universal da FD (forma-sujeito), ou seja, com suas evidências ideológicas, caracterizando uma forma de identificação/identidade plena com os saberes de determinada FD; a *contraidentificação*, em que há uma separação ou distanciamento em relação ao sujeito da FD, assinalando a produção de um contradiscurso); e *desiden-*

tificação, quando ocorre ruptura com o sujeito da FD, deslocando-se o sujeito locutor para uma região de sentido.

Ao buscarmos analisar o funcionamento do jogo político da luta por identidades no caso da propaganda produzida pelo Banco do Brasil, trataremos de considerar, assim, os movimentos de interpretação dos sujeitos na constituição de representações identitárias frente à questão da diversidade.

## O funcionamento do discurso no jogo político da luta por identidades

Nossa análise será norteada a partir da investigação do confronto entre a diversidade de representações identitárias exibidas na propaganda sobre diversidade e a reação dos sujeitos internautas a tais representações, a fim de que possamos compreender o funcionamento discursivo do jogo político da luta por identidades nesse contexto.

### Aspectos metodológicos

No cenário das redes sociais, particularmente do Facebook, vemos a proliferação de materialidades significantes que demarcam as manifestações ideológicas dos sujeitos. Partindo dessa premissa, nosso *corpus* é constituído por dois recortes: o primeiro é a propaganda sobre diversidade vetada pelo governo e postada pela página *Sensacionalista*; o segundo diz respeito aos comentários de sujeitos internautas sobre o veto e seus efeitos de sentido em relação à questão da diversidade.

Nessas condições, desenvolvemos nossa análise em duas etapas: na primeira, fizemos uma pesquisa exploratória a partir dos comentários sobre o veto à propaganda do Banco do Brasil na página em questão e selecionamos sequências discursivas que evidenciavam as posições dos sujeitos internautas em relação ao embate de sentidos acerca da diversidade de identidades; na segunda, detivemo-nos sobre a análise dos gestos de interpretação dos sujeitos, demonstrando os espaços de memória e significação imbricados nas posições assumidas sobre as representações identitárias, e relacionando essas posições a formações discursivas nas quais os sujeitos-leitores se inscrevem.

Divulgada no mês de abril de 2019, a peça publicitária do Banco do Brasil, que dura em torno de 30 segundos, tinha por objetivo atingir o público a partir da variedade de perfis identitários que poderiam aderir aos produtos do banco. O vídeo era constituído por imagens de pessoas que, segundo a locutora da peça publicitária, “fazem carão”, “biquinho de ‘vem cá me beijar’”, “quebrada de pescoço para o lado”, “papada negativa”, “cara de rica irritada” e “movimento natural esquisito”. Enquanto a narradora falava, eram exibidas imagens de pessoas agindo conforme a narração. Além disso, apareciam no vídeo uma mulher careca negra, um homem em um salão de beleza, uma mulher negra com cabelo loiro, outra mulher com cabelo rastafári, um homem com cabelo rosa, uma mulher com cabelo curto e um homem em ambiente de festa.

Os gestos de interpretação sobre as identidades expostos na peça publicitária nos sugerem que os perfis de sujeito materializam “deslocamentos” de sentidos em relação a certas representações identitárias estabilizadas, remetendo à questão da política de identidade, que, segundo Woodward (2014, p. 34) “concentra-se em afirmar a identidade cultural das pessoas que pertencem a um determinado grupo oprimido ou marginalizado”.

Assim, os sentidos da identidade são dirigidos, por meio da propaganda, para a questão da diferença e da diversidade, expressando “a celebração da singularidade cultural de um determinado grupo” (WOODWARD, 2014, p. 35). Essas singularidades presentes na propaganda nos mostram que parte-se da noção de uma identidade fluida, heterogênea e plural, uma vez que a peça publicitária reitera o efeito de sentido da celebração da diferença, uma das faces da luta política por identidades.

Após a circulação dessa peça publicitária, o Presidente Jair Bolsonaro vetou a propaganda, afirmando que ela “não fazia a linha dele”.

Os efeitos de sentido implicados no discurso do veto apontam para a problemática da tolerância/intolerância em torno da questão da diversidade de identidades. Dessa forma, ao afirmar que a peça não faz sua linha, o sujeito locutor produz um efeito de não reconhecimento e descaracterização das diferenças.

Procuramos, assim, investigar as formulações dos sujeitos-internautas comentaristas da página *Sensacionalista* em relação a esses efeitos de não reconhecimento e descaracterização das diferenças, que marcam a posição implicada no discurso do veto de Bolsonaro. Na FIGURA 1, podemos observar a postagem referente à propaganda:



FIGURA 1: Postagem da propaganda do Banco do Brasil na página *Sensacionalista*  
Fonte: Página *Sensacionalista* no Facebook.

Criada em 2009, a página *Sensacionalista* possui 3,1 milhões de seguidores e se define como “um jornal isento de verdade”, tendo recebido o Prêmio Risadaria 2016 por ser conside-

rada o melhor blog de humor. Em suas publicações, busca satirizar e polemizar acontecimentos sociais, especialmente, de teor político.<sup>3</sup>

De acordo com os dados da FIGURA 1, a postagem da campanha do Banco do Brasil recebeu cerca de 14 mil curtidas e teve um total de 2 mil comentários, o que evidencia a repercussão da propaganda.

Ao determos nosso olhar aos gestos de interpretação produzidos pelos sujeitos internautas, leitores da postagem, verificamos um confronto de sentidos entre duas posições, vinculadas a Formações Discursivas (FD) distintas: na primeira, que denominaremos de posição pró-veto, encontramos materialidades significantes que demarcam efeitos de sentido de apoio ao discurso do veto do governo em relação à propaganda; na segunda, que intitularemos de posição contra o veto, percebemos formulações que contestam e refutam a posição assumida pelo governante. Tendo em vista essas duas posições, analisaremos, inicialmente, a direção de sentidos produzida na rede de formulações de apoio ao veto e, em seguida, utilizaremos o mesmo procedimento de análise em relação à rede de formulações de oposição ao veto, considerando a produção de efeitos de sentido de aceitação ou rejeição da diversidade. Na seção a seguir, trazemos nossas análises sobre as posições dos sujeitos internautas ao reagirem ao discurso do veto no espaço da página selecionada.

## O universalismo antidiferencialista na construção da posição pró-veto

Para a análise da primeira posição nas quais se inscrevem os internautas, consideremos a SD<sup>4</sup>:

**SD1:** que bom que vetou... o Brasil é de **TODOS**. Quem gosta de **ideologias** financeie, não sou obrigado a pagar... tão pouco assistir... Excelente iniciativa!!!

Podemos observar que o sujeito internauta da SD1 adere à posição pró-veto, uma vez que marca, na linguagem verbal, seu apoio ao governo (“que bom que vetou”, “Excelente iniciativa”). Levando em consideração que a propaganda tematizava a pluralidade de identidades, é possível constatar, nos dizeres da SD1, uma visão negativa acerca da diversidade, demonstrada na percepção do sujeito internauta de que expor diferentes perfis de jovens significaria financiar “ideologias”. Além disso, sugere-se uma concepção homogeneizadora das identidades, sinalizada na afirmação de que “O Brasil é de TODOS”, realçando o internauta o pronome indefinido “todos”. Diríamos, como afirma Woodward (2014), que, na produção dessa posição discursiva, entra em cena uma perspectiva essencialista de identidade, isso porque, nessa concepção, acredita-se que existe um conjunto cristalino, autêntico, de características que todos partilham. Nessa direção, aponta-se para o impossível de uma identidade fixa, única, ao mesmo tempo rejeitando-se a possibilidade da diferença e da diversidade.

Nas SD2 e SD3, observamos a recorrência desses efeitos:

3 Para mais informações sobre a página, basta acessá-la no Facebook, a partir do seguinte link: Disponível em <https://www.facebook.com/sensacionalista/> Acesso em 29 de jan. 2020.

4 Ressaltamos que os comentários serão transcritos sem correções formais.

**SD2:** Eu acho que a campanha tem que ser para todos, me parece que essa tinha um público alvo, afinal o banco é de todos e não de uma parcela da sociedade

SD3: Esse é o ponto, a questão é essa, o Brasil é de **todos!**

A partir das sequências discursivas 2 e 3, notamos, mais uma vez, um efeito de homogeneização e universalização das identidades. Ao afirmar que a campanha deveria ser “para todos” e que, ao contrário disso, a peça publicitária tinha “um público alvo”, coloca-se um confronto de sentidos entre um todo e suas partes, entre a ideia de um sujeito universal (“todos”) e o forasteiro (o outro). Parece-nos que, no discurso dos internautas, a questão da heterogeneidade, da diversidade de perfis e de identidades precisa ser anulada, tendo em vista (re)afirmar-se a existência de uma identidade fixa e única para “todos” os brasileiros.

A propósito, podemos lembrar aqui as reflexões de Woodward (2014) sobre a constituição da identidade a partir da diferença. De acordo com a autora, nós só sabemos quem somos porque há o outro que não é igual a nós. Isso implica dizer que nossa identidade só se constitui a partir do outro. Porém, as relações de identidade e diferença não estão imunes às relações de força e poder que estruturam a sociedade e seus processos de inclusão e exclusão. Assim é que, nas formulações da posição pró-veto, observamos uma tentativa de homogeneizar as características dos sujeitos, impondo-lhes uma forma única identidade, um único perfil, uma única “linha” para todos.

Farias (2015, p. 95), em um trabalho que analisa a questão da identidade em quadrinhos de humor crítico, sinaliza, seguindo Santos (2010), que essa orientação universalista antidiferencialista favorece “a manutenção das relações desiguais e hierarquizadas entre identidades e indivíduos”. Dessa forma, é próprio dessa orientação ideológica sobre a identidade apagar as condições sociais, históricas e ideológicas que remetem à construção de identidades outras, absolutizando-se o sentido de uma identidade particular como sendo a única socialmente existente e aceitável. Nessa perspectiva, concordamos com Silva (2014, p. 81) quando afirma que as identidades e as diferenças “não são simplesmente definidas; elas são impostas. Elas não convivem harmoniosamente, lado a lado, em um campo sem hierarquias; elas são disputadas”. Nas formulações da posição pró-veto, expressões como “um Brasil de **“todos”** e “campanha para **todos**” remetem ao funcionamento de um repetível que produz o efeito imaginário de uma identidade estabilizada, bloqueando politicamente a possibilidade de outro dizer, a luta política por identidades outras, pelo reconhecimento da diferença.

Nas sequências 4 e 5, a seguir, também observamos esse mesmo funcionamento discursivo:

**SD4:** porra... **usa-se de um tudo pra polemizar...** parecem bebes chorões querendo atenção... **muito mimimi**

**SD5:** quando o Brasil estiver com **hospitais** que atendam os pacientes com dignidade, quando cair a taxa de **analfabetismo**, quando a taxa de **desemprego** cair e etc, enquanto isso não acontecer **eu não quero o meu dinheiro financiando a cultura**, se não gostou só lamento

Por meio das materialidades destacadas em negrito, percebemos a produção de efeitos de indiferença, em que opera “um gesto de leitura a partir de certo gesto do olhar [...] que pode ‘cegar’ o sujeito para outras possibilidades de sentido” (FERNANDES, 2015, p. 88). Dessa forma, vemos, nas SD 4 e 5, que os sujeitos internautas, ao inscreverem seus dizeres na história, produzem um efeito de indiferença diante da problemática levantada em torno das questões



que envolvem as representações identitárias. Ao afirmar que há “muito mimimi” em relação à discussão sobre a posição do governo, o sujeito internauta da SD4 produz um efeito de ironia, menosprezando os sentidos de diversidade contemplados na peça publicitária. Assim, o sujeito internauta se identifica com a posição do governo, na medida em que, pela linguagem, tenta apagar os sentidos de pluralidade das identidades.

Na SD5, observamos que o sujeito internauta sustenta sua posição contrária à diversidade, estabelecendo uma divisão e hierarquia de prioridades quanto aos interesses e necessidades dos sujeitos políticos, colocando de um lado e como prioridade os interesses e necessidade ligados à Saúde, Educação e Economia, em detrimento da Cultura, espaço em que se situa as questões das identidades culturais. Portanto, se de um lado associa as questões da Cultura, por outro as desqualifica ao assumi-las menos importantes que outras questões.

## O universalismo diferencialista na construção da posição contra o veto

Nesta seção, vamos nos deter às sequências discursivas que demarcam a posição contra o veto do governo à peça publicitária do Banco do Brasil. É importante ressaltar que, ao analisarmos o conjunto das formulações-comentários da página *Sensacionalista* sobre a propaganda, podemos dizer que, predominantemente, há mais formulações que explicitam essa posição do que a posição a favor do veto. Para darmos continuidade à análise, vejamos, então, a SD6:

**SD6:** Isso que dá eleger um **político ignorante**, que não nasceu pra porcaria nenhuma, e que entregou o país nas mãos de ministros, militares e olavistas. Sobra bastante tempo para **divagar**, pensar em **ideologias** e **conspirações**.

Nessa SD, observamos que, diante da posição assumida pelo governo, o sujeito internauta demarca sua posição contra o veto a partir da linguagem, atribuindo ao sujeito governante o sentido de “político ignorante”. Acreditamos que o processo discursivo que resultou neste efeito de evidência decorre da posição assumida pelo governo ao vetar a propaganda. Silva (2014, p. 38) afirma que “a política de identidade [...] é uma luta em favor da própria expressão da identidade, na qual permanecem abertas as possibilidades para valores políticos que podem validar tanto a diversidade quanto a solidariedade”. Ao notarmos que o sujeito assume uma posição contra o veto, podemos considerar que há uma adesão à política de identidade proposta pela propaganda, o que não ocorre quando analisamos a posição a favor do veto, como vimos anteriormente. Assim, podemos dizer que há um antagonismo entre as posições, tendo em vista a ideia de política de identidade.

Ainda na SD6, o sujeito-leitor põe em questão a credibilidade do então Presidente na função de governar o país. Em outras SDs encontramos efeitos de sentido similares. Observemos:

**SD7: O presidente das causas pequenas**, das polêmicas inúteis, **da falta do que fazer** ataca outra vez. **Vai governar**, Bolsonaro!

**SD8:** A ignorância é a irmã do ódio. É muito difícil para um **ser limitado** como Bolsonaro **lidar com a pluralidade**. Qualquer pessoa sensata percebe que esse comercial atinge **todos** os públicos. Eu tenho muito orgulho de fazer parte do grupo que perdeu nas urnas.

**SD9:** Esse ser é **louco**, completamente **insano**. Não acredito que estamos vivendo tudo isso!

Nas três SDs explicitadas acima, observamos que, fazendo referência ao lugar social do Presidente, os sujeitos-leitores caracterizam o governante como “insano”, “louco” e “limitado”. Acreditamos que as adjetivações atribuídas ao sujeito Presidente decorrem do embate de sentidos entre a posição conservadora por ele assumida e a pluralidade/heterogeneidade marcada na propaganda vetada. Em oposição a esse efeito de conservadorismo, vemos que o funcionamento do discurso favorável à propaganda aponta para uma perspectiva progressista do entendimento da identidade como movimento que envolve a diversidade de caracterizações dos sujeitos, como podemos observar quando o sujeito internauta afirma que “é muito difícil para um ser limitado como Bolsonaro lidar com a pluralidade”.

Além disso, é perceptível, especialmente na SD8, a mobilização de elementos da memória da disputa eleitoral das Eleições Presidenciais 2018, quando Bolsonaro foi eleito. Essa retomada do dizer é feita tendo em vista a necessidade de justificar a produção de uma discursividade que contraria a posição de identidade fixa assumida pelo sujeito governante, uma vez que, já na campanha eleitoral, o Presidente demonstrava posicionamentos conservadores e autoritários.

Ainda na SD8, vemos que o sujeito-leitor, ao dizer que o “comercial atinge **todos** os públicos”, faz uso da materialidade significativa destacada em negrito para enfatizar, dessa vez, não a homogeneidade identitária dos sujeitos, como vimos nas análises da posição pró-veto, mas o sentido plural de identidade. O efeito provocado pelo uso desse “todos”, na verdade, é o da abertura de espaço para se pensar e acolher a produção da diferença e da diversidade. Aqui, nós vemos a presença de um universalismo diferencialista, interpretação que pensa a questão da identidade a partir de uma relativização das diferenças, ou seja, pela afirmação da singularidade de cada indivíduo (SANTOS, 2010).

Em outras SDs, também observamos efeitos de sentido da posição contra o veto:

**SD10:** Gente, tanta coisa pra fazer e ele perde tempo com isso? Não vi nada demais no comercial. **Começou a censura**. Coisa ridícula essa atitude. O comercial é de boa, com pessoas reais e não modelos de passarela. Daqui há pouco ele vai barrar também a propaganda do desodorante Dove por mostrar a diversidade corporal das mulheres.

**SD11:** Não entendi **o que tem de errado na propaganda**. Alguém explica?

- **Tem negros**, por esse motivo ele vetou.

- A **locução inspirada no nordeste** também deve ter contado.

**SD12:** **Diversidade não existe** no vocabulário dele. Somente “**família tradicional**”.

**SD13:** Tô aqui tentando entender pq raios **esse comercial afeta tanto os bons costumes do grande cidadão de bem...**

- Provavelmente **pq tem pretos** e ele é **racista!**

Com base nessas SDs, observamos que as posições dos internautas são produzidas a partir da relação com a memória discursiva, retomando a questão da censura como característica própria do então governo. Nessa direção, as formulações dos sujeitos internautas projetam sobre posição pró-veto sentidos de racismo e preconceito linguístico, ao indagar um deles se motivo do veto do Presidente à propaganda seria porque a “locução é inspirada no nordeste”

ou porque “tem negros”. O discurso do internauta traz à tona, assim, o confronto de sentidos entre preconceito e a diversidade.

Dessa forma, ao pensarmos na materialidade significativa da propaganda, bem como nos gestos de interpretação da posição contra o veto, vemos um efeito produzido no qual se refuta a ideia de que o outro, o diferente, deva ser excluído socialmente devido, por exemplo, ao preconceito racial ou linguístico, como observamos nessas quatro últimas SD.

## Considerações finais

Neste artigo, trouxemos algumas reflexões buscando articular conceitos advindos dos Estudos Culturais, como a questão da identidade, da diferença e da diversidade, à teoria da Análise do Discurso pecheutiana. Essa relação foi proposta visando analisar o funcionamento discursivo do jogo político da luta por identidades, tendo em vista os efeitos produzidos pelos sujeitos internautas diante do veto do governo à propaganda sobre diversidade do Banco do Brasil.

Assim, conseguimos identificar duas posições discursivas construídas no jogo político identitário que envolveu a divulgação da propaganda do Banco do Brasil e o veto dela pelo Presidente da República: a primeira, que chamamos de posição pró-veto (sustentada no universalismo antidiferencialista), demarcou sentidos que convergem com a ideia de identidade fixa, normalizadora e homogênea; a segunda, que intitulamos de posição contra o veto (baseada no universalismo diferencialista), evidenciou uma tensa relação com a posição pró-veto, uma vez que os sujeitos que assumem a posição contra o veto produziram efeitos de sentido que reconhecem a problemática da política de identidade, apontando a diferença e a diversidade como elementos imprescindíveis para a construção identitária dos sujeitos.

Com nossa análise, pudemos verificar a inscrição dos sujeitos em duas FDs distintas sobre a diversidade. Nessas duas FDs, os sentidos de diferença e diversidade são calcados em imaginários opostos. De um lado, pensa-se numa concepção de identidade fixa, à qual “todos” devem submeter-se, de outro, considera-se a diferença e a pluralidade como traços que demarcam a singularidade dos sujeitos por meio da heterogeneidade.

Assim, a partir do nosso gesto de interpretação analítico, compreendemos a dimensão política do espaço digital como lugar de circulação e confronto de posições dos/sobre os sujeitos e sua relação com o mundo social, cultural e político, pois, por meio do debate virtual produzido, vimos de que modo, como num campo de batalhas, as identidades são construídas e (re)significadas.

# The discursive functioning of the political game of the struggle for identities: the positions of international subjects before the government's veto to an advertising on diversity

## ABSTRACT

This article aims to analyze the discursive functioning of the political game in the struggle for identities, problematizing spaces of memory and meaning about the diversity that come into play in the formulation of positions of internet users in the face of Bolsonaro government's veto to an advertisement produced by Banco do Brasil. Therefore, as theoretical contribution we take the French Discourse Analysis (PÊCHEUX, 2014; ORLANDI, 2017) in accord with Cultural Studies (HALL, 2014; SILVA, 2014, WOODWARD, 2014). In the formulations of the virtual debate around the veto, we identified and characterized two positions about identity: a pro-veto anti-differentiator universalist and a differentialist, anti-veto universalist.

**Keywords:** Advertising. Discursive Positions. Identity and Difference.

## Referências

- FARIAS, W. S. O jogo político de identidades no discurso de quadrinhos de humor crítico. *Nonada*, Porto Alegre, v.1 n 24, 2015.
- FERNANDES, C. Imagens em rede: a opacidade da imagem e a leitura polissêmica. In: FERREIRA, M. C.L (Org.) *Oficinas de análise do discurso: conceitos em movimento*. Campinas: Pontes Editores, 2015, p. 81-108.
- HALL, S. *Cultura e representação*. Rio de Janeiro: Edit. PUC-Rio: Apicuri, 2016.
- HALL, S. Quem precisa da Identidade? In: SILVA, T. T. (Org.) *Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais*. Rio de Janeiro: Vozes, 2014, p. 103-131.
- INDURSKY, F. A fragmentação do sujeito em análise do discurso. In: INDURSKY, F. *Discurso, memória e identidade*. Porto Alegre: Editora Sagra Luzzato, 2000, p. 70-81.
- ORLANDI, E. *Discurso e leitura*. São Paulo: Cortez; Campinas, SP: Editora da Universidade Estadual de Campinas, 1999.
- ORLANDI, E. Identidade Lingüística Escolar. In: SIGNORINI, Inês (Org.) *Lingua(gem) e identidade: elementos para uma discussão no campo aplicado*. Campinas, SP: Mercado de Letras, 2002.
- ORLANADI, E. Os efeitos de leitura na relação discurso/texto. In: ORLANDI, E. *Discurso e texto: formulação e circulação dos sentidos*. Campinas: Pontes, 2005, p. 59-71.
- ORLANDI, E. *Eu, Tu, Ele: discurso e real da história*. Campinas: Pontes Editores, 2017.]
- PÊCHEUX, M. *O discurso: estrutura ou acontecimento*. 5 ed. São Paulo: Pontes Editores, 2008.
- PÊCHEUX, M. *Análise do discurso*. Campinas: Pontes Editores, 2014.
- PÊCHEUX, M. *Semântica e discurso: uma crítica à afirmação do óbvio*. Campinas: Editora da Unicamp, 2009.
- SANTOS, B. de S. *A gramática do tempo: para uma nova cultura política*. 3 ed. São Paulo: Cortez, 2010.
- SILVA, T. T. da. A produção social da identidade e da diferença In: SILVA, T.T. da. (Org.) *Identidade e diferença*. 14 ed. Petrópolis: Vozes, 2014. p. 73-102.
- WOODWART, K. Identidade e diferença: uma introdução teórica e conceitual. In: SILVA, T. T. (Org.) *Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais*. Rio de Janeiro: Vozes, 2014, p. 7-71.

Data de submissão: 31/03/2020

Data de aceite: 15/07/2020