

**Eleições brasileiras de 2014, *selfies* e a criminalização de sua propagação via eventos digitais: um estudo crítico-discursivo**  
**2014 Brazilian elections and the criminalisation of propagation of *selfies* via digital events: a critical-discursive study**

Jaime de Souza Júnior\*

---

**RESUMO:** *Selfies* tornaram-se alvo de proibição nas cabinas de votação por parte da Justiça Eleitoral brasileira, a partir da eleição de 2014. Mesmo diante da referida proibição judicial, tais imagens e suas postagens, que vêm sendo percebidas como modos de proceder socialmente cada vez mais frequentes na contemporaneidade, foram propagadas através do *evento digital* “#selfienaurna”, originado na rede social *Tumblr.com*. No contexto de proibição relatado, as postagens de *selfie* podem trazer à tona implicações legais a quem as propaga, e, ao mesmo tempo, por consequência, socialmente “contestar”, no sentido de Fairclough (2003), a prerrogativa do princípio de livre escolha (anterior ou posterior), atrelada ao ato de votar e defendida pelas autoridades eleitorais brasileiras. Fazendo uso do Modelo Tridimensional de Análise (FAIRCLOUGH, 2003), pretendemos investigar se, no contexto e processo de propagação mencionados, os internautas/eleitores assumem/acatam o discurso de criminalização dos *selfies* ou, por outro lado, contestam-no.

**PALAVRAS-CHAVE:** Mídias Sociais. *Selfie*. Propagação. Eventos Digitais. Análise Crítica do Discurso.

---

**ABSTRACT:** We discuss why taking selfies has been termed, during the 2014 Brazilian electoral process, a ‘forbidden act’ by the Brazilian Electoral Justice – in case selfies were taken inside voting booths and, then, posted online. Despite the Brazilian Electoral Justice’s prohibition, taking selfies and posting those images online – what, more and more, can be perceived as a socially frequent procedure – derived the propagation of a Brazilian “digital event” on *Tumblr.com*, recognized as “#selfienaurna” (i.e. selfie in the voting booth). Regarding the aforementioned prohibition, the act of propagating selfies online can generate legal sanctions to those who post those images and, at the same time, consequently, that act, based on Fairclough (2003), can socially “contest” the (preventive or subsequent) secrecy of the ballot prerogative, formally guarded by the Brazilian electoral authorities. By making use of the Three-dimensional Model of Analysis (FAIRCLOUGH, 2003), we intend to investigate whether, in the referred context and process of propagation, internet users/voters will accept/obey the discourse of criminalisation attributed to the act of posting selfies taken inside voting booths or, conversely, those individuals will contest that kind of discourse.

**KEYWORDS:** Social Media; *Selfie*; Propagation; Digital Events; Critical Discourse Analysis.

---

\* Mestre em Letras (área de concentração: Linguística) pelo Programa de Pós-graduação *stricto sensu* em Letras da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ). E-mail: souzajuniorprof@gmail.com

## 1. Introdução

O presente artigo aborda a medida da Justiça Eleitoral brasileira que, ao longo das eleições de 2014, intensificou a cobrança de uma determinação proibitiva a eleitores que, ao adentrarem a cabina de votação, tirassem fotos de si mesmos, ou sem auxílio de outra pessoa (antes ou depois de votar), por meio de mídias digitais como, por exemplo, os *smartphones* (caracterizando a prática de *selfie*). Essa determinação também condenava a divulgação posterior de tais imagens no ciberespaço, principalmente, nas redes sociais. Tal proibição não aparenta ter sido uma medida eficaz, como se percebe, com o surgimento da página do *evento digital* “#selfienaurna<sup>1</sup>”, na rede social *Tumblr*, em pleno dia de votação do primeiro turno de eleição.

No que tange à referida proibição adotada pela Justiça Eleitoral, presume-se, em primeiro lugar, que tal ação tenha tido o objetivo de impedir que um eleitor transmitisse sua opção particular de voto para demais cidadãos, lançando mão de práticas de linguagem em associação com mecanismos presentes nas mídias digitais/sociais. As referidas *práticas* – mais especificamente “*práticas de produção e distribuição de linguagem e por mídia*” (SOUZA JÚNIOR, 2015a) – mostram-se cada vez mais atreladas às rotinas de grande parte das sociedades contemporâneas e, com base na discussão sugerida em Souza Júnior (2015a), pode-se entender que as mesmas deem vazão a um conjunto ou complexo de memes<sup>2</sup>. Isto é, originam um “memeplexo linguístico-midiático” (SOUZA JÚNIOR, 2015a) em forma de *selfies*. Os propósitos aos quais essas imagens disponibilizadas digitalmente buscam atender não aparentam ser um único. O registro imagético, acompanhado (ou não), posteriormente, de registro textual de atividades cotidianas, tem avançado cada vez mais como *modo de proceder* – *um fazer/agir social* –, o que nos leva a entender os *selfies*, do ponto de vista de sua composição<sup>3</sup>, como típicos exemplos de um complexo de memes da Internet.

---

<sup>1</sup> Disponível em: <http://selfienaurna.tumblr.com/> acesso em 05. Out. 2014. Para maiores aprofundamentos sobre o conceito de *evento digital*, sugerimos ver Souza Júnior (2015a e 2015b).

<sup>2</sup> O conceito de meme, proposto em Dawkins (1979), é uma analogia ao gene da Biologia. De forma breve, o autor (1979) entende que assim como o gene é o replicador no domínio biológico, o meme seria o replicador da Cultura. Memes, então, seriam unidades culturais, modos de construir coisas (potes, casas, etc.), que se propagariam de mente para mente, sempre se mantendo fiéis à ideia que os originou. Sugerimos ver Souza Júnior (2012; 2013a; 2015a) para aprofundamentos no que tange à aplicação do referido conceito orientada pela perspectiva da linguagem e baseada numa proposta que expande, em alguns pontos, a proposta de Dawkins.

<sup>3</sup> O aspecto da composição dos *selfies* enquanto um conjunto/complexo de memes da Internet, do ponto de vista da linguagem, focando-se a sua estruturação visual (forma) e propósitos empregados na propagação destes pelas pessoas, será abordado com maior detalhamento em estudo posterior ao presente artigo. Acreditamos que a abordagem de orientação linguística também tenha contribuições e pontos de vista para oferecer, no sentido de

Os *selfies*, enquanto modo de proceder socialmente relevante na contemporaneidade, se não forem objeto de impedimento podem, efetivamente, propagar um “memplexo” (BLACKMORE, 2002; SOUZA JÚNIOR, 2013a, 2015a), dando origem a fenômenos meméticos – como o “#selfienaurna” – os quais, do ponto de vista crítico-discursivo (FAIRCLOUGH, 2001; 2003), por consequência, podem ‘desestabilizar’ a prerrogativa de anonimato e o princípio de livre escolha do ato de votar defendido pela Justiça Eleitoral brasileira; podendo, também, vir a desenvolver alguns padrões de propagação. Acreditamos ser relevante discutir o processo de difusão de práticas linguístico-midiáticas em forma de *selfie*, apresentando uma perspectiva linguístico-discursiva de entendimento sobre o tema em questão. A relevância do tema amplia-se, ainda mais, a partir do momento em que essas práticas se tornam objeto de preocupação para a Justiça Eleitoral.

Como problemática, vemos um entendimento indicando que, por um lado, a Justiça Eleitoral pretende garantir a premissa do livre exercício de voto, valendo-se da proibição implementada. Do outro lado, surge um internauta/eleitor que concebe essa implementação, e se posiciona diante da referida proibição, de diversas maneiras, as quais o presente trabalho se propõe a investigar e trazer à tona, por meio da análise da propagação do fenômeno “#selfienaurna”.

Com base na oposição apontada no parágrafo anterior, o presente artigo será organizado de forma a apresentar a fundamentação teórica que se reflete no Modelo Tridimensional de Análise (FAIRCLOUGH, 2003). Em seguida, procuraremos explicitar e identificar se – e como – o discurso institucional da Justiça Eleitoral de proibição dos *selfies* é ‘respondido’ (se as postagens dessas imagens expressam ou não ‘resposta’) e, conseqüentemente, contestado (ou não) por meio de uma investigação baseada nos seguintes Significados: a) Acional (postagens de *selfie* enquanto mensagens organizadas multimodalmente – i.e. consideraremos o verbal e o não-verbal); b) Identificacional (interações: a que(m) as postagens de *selfies* são direcionadas; há juízo de valor nesses direcionamentos?); c) Ideacional (as postagens do fenômeno “#selfienaurna” se apresentam como ou propõem embate a uma visão de mundo?). Por fim, apresentaremos algumas considerações a respeito das análises conduzidas.

---

entender e explicar por que as pessoas recorrem tanto aos *selfies* atualmente. Estes vêm sendo mais frequentemente estudados por pesquisadores da área de Saúde, porém, tantos outros estudos vêm surgindo em áreas diversas. Ver, por exemplo, Houghton et al (2013).

## 2. O modelo trimensional: níveis da análise crítico-discursiva

Com a aplicação do Modelo Tridimensional de Análise (FAIRCLOUGH, 2003) associado aos preceitos da Linguística Sistêmico-funcional (HALLIDAY, 1987), procuramos entender as relações localizadas no cruzamento entre Linguagem e Sociedade.

Halliday (1987) se dedica a descrever três Metafunções da Linguagem (Ideacional, Interpessoal e Textual), tornando possível, dessa maneira, o estudo dos sistemas internos da linguagem, focando-se nas funções sociais.

Por meio da Análise Crítica do Discurso (ACD) e do Modelo Tridimensional de Análise, procurando expandir ainda mais o alcance analítico e interpretativo dessas Metafunções atreladas ao referidos sistemas apresentados por Halliday, Fairclough (2003) propõe a utilização de três categorias avaliativas que estão a serviço de três tipos de *Significados*.

Partindo das concepções concernentes ao domínio da Metafunção Ideacional de Halliday, Fairclough (2003) apresenta a categoria avaliativa atrelada ao Significado *Representacional*. Nessa primeira categoria, o referido Significado é indicado pelos *discursos*, aqui, entendidos como alternativas não-cristalizadas de representação do mundo, definidos a partir das relações em que se inscrevem, sendo carregados de ideologias, que visam ser ampliadas de modo hegemônico.

A segunda categoria, isto é, a que se expande por meio da Metafunção Interpessoal de Halliday, é reconhecida no Modelo de Fairclough como *Significado Identificacional*. Tal Significado é caracterizado pelos *estilos* – termo aqui entendido como a marca da interação entre as pessoas envolvidas no ato comunicativo.

Por fim, a última das categorias, aquela que se expande através da Metafunção Textual de Halliday, é reconhecida em Fairclough (2003) como o *Significado Acional*. Esse Significado aparece associado aos *gêneros do discurso*. Tendo em vista os contextos digitais de onde o nosso *corpus* foi coletado, trabalhamos com a sugestão<sup>4</sup> de Souza Júnior (2013b) no tratamento específico do conceito de *gênero*. Dessa maneira, entendemos as postagens (ou *posts*) – que abarcam os *selfies* publicados – como um *gênero digital*, uma vez que tais postagens podem ser entendidas como “as diferentes *produções textuais* em seus espaços de materialização, de onde

---

<sup>4</sup> Sugestão essa de natureza enunciativa e baseada em Bakhtin (1997), bem como nos conceitos sistêmico-funcionais de *Contexto da Cultura* e *Contexto da Situação* (HALLIDAY & HASAN, 1989; CARVALHO, 2011; SOUZA JÚNIOR, 2013c).

determinados falantes/escritores regularmente são permitidos a comunicar seus propósitos, verbal e/ou não-verbalmente, na *Web*” (SOUZA JÚNIOR, 2013b, p. 12-13).

Neste trabalho, procedemos à análise dos Significados Identificacional e Representacional das postagens geradas pelo autor do *selfie*, bem como daquelas criadas pelo administrador da página “#selfienaurna”.

Nessa etapa, nosso foco recai sobre as legendas incluídas nas postagens feitas, procurando analisar, em primeiro lugar, *do que/ de quem* se fala nessas legendas; como esses elementos comentados são caracterizados. Outra análise relevante para nós, considerando a proibição da Justiça Eleitoral, recai sobre os posicionamentos e visões de mundo a respeito do ato de postar *selfies*, bem como de quem se utiliza desse modo de fazer/agir multimodal tão frequente na contemporaneidade.

O Significado Acional servirá como ponte de entrada e integração de análise entre os outros dois tipos de *Significado* mencionados.

Em primeiro lugar, ao analisar o Significado Representacional, leva-se em conta, por exemplo, quais elementos são incluídos ou excluídos no evento discursivo; quais recebem ou não destaque quando aparecem. Tendo em mente, também, que tais eventos sociais trazem em seu bojo vários elementos, que, resumidamente, podem incluir: a) tipos de atividade; b) pessoas em suas crenças, desejos, valores e suas histórias de vida; relações sociais; c) significados; d) tempo e espaço; e) língua e outras formas de semiose; tendo tais, valores representativos, uma vez que, no evento discursivo, onde a palavra pode ser vista como um tipo de ação, normas podem ser confirmadas, mas podem ser também questionadas e/ou modificadas na possibilidade de ações transformadoras ou reprodutivas (FAIRCLOUGH, 2003, p. 136). Isto é: as postagens de *selfie* e sua organização disponibilizarão elementos para que essas imagens sejam vistas como *ação criminosa ou não*?

Já em uma análise que se atém ao Significado Identificacional, levamos em conta a produção e distribuição das postagens de *selfies*, atrelando-as ao domínio das pessoas e suas relações. Verifica-se, por exemplo, quem se posiciona sobre os *selfies* no contexto dessas postagens, como esse posicionamento é feito, o que as legendas que acompanham esses *posts* indicam multimodalmente (grosso modo, consideraremos verbal e não-verbal enquanto *texto*), e para quem esses elementos são direcionados/se reportam.

Vale acrescentar que o Modelo Tridimensional de Análise, resumidamente, considera como objeto de investigação, ao mesmo tempo: a) o *texto*: o *locus* de ocorrência das postagens

dos *selfies* em nosso *corpus* digital; b) a *prática discursiva*: como o internauta reutiliza o *texto*, o produz e o redistribui para, assim, se constituir discursivamente (imagem do autor do *selfie*, com ou sem legendas incluídas, sendo redirecionada e recebendo novo comentário, também contendo legendas, por parte do administrador da página “#selfinaurna”); c) a *prática social*: o que ou quem um internauta busca retratar, quando está diante de propagações efetivas de postagens de *selfies e suas legendas atreladas, em face de uma proibição judicial* (haverá uma relação do tipo “superior e subordinado”, ou seja, uma relação de poder estabelecida – ou contestada?).

A seguir, as figuras 1 e 2 ilustram como o Modelo Tridimensional será aplicado para analisar as postagens de *selfies* surgidas no fenômeno memético “#selfinaurna”:



Figura 1: O Modelo Tridimensional de Análise Crítico-discursiva. (FAIRCLOUGH, 2001, p. 90)



Figura 2: Exemplo de aplicação do Modelo Tridimensional a uma postagem de nosso corpus. Disponível em: <http://selfienaurna.tumblr.com> Acesso em: 02. Out.2014.

Na figura 2, vemos uma internauta, enquanto agente/ator social, disponibilizando em seu perfil da rede social *Facebook.com* um *selfie* (*texto multimodal*) tirado por ela na cabina de votação. Logo após, percebemos, bem no canto superior direito da figura em questão, o compartilhamento digital (*prática discursiva*) dessa imagem de forma pública e irrestrita a qualquer audiência.

Ao realizar sua postagem de *selfie*, a usuária da rede social sugere de para si um *status* de ‘personalidade hierárquica do processo eleitoral’ (logo abaixo de seu nome, vemos o que ela

escreveu: “Cheguei para votar”). Tal *status* poderia agregar maior valor e influência na escolha dos candidatos que a mesma aponta em seu *post*.

Em outro extremo, a parte da legenda que destacamos em vermelho, incluída depois que a postagem da internauta é redirecionada e alocada na rede social *Tumblr*, mostra que o administrador dessa última rede classifica negativamente a ação e o papel desempenhado pela pessoa que postou o *selfie*. Nesse sentido, os dois agentes em questão (internauta do *Facebook* x administrador da página *#selfienaurna*) divergiram sobre a visão de mundo que os mesmos têm acerca de postagens de *selfies* oriundas de cabinas eleitorais. Revelaram-se aí *práticas sociais* contrastantes dos dois agentes mencionados.

### 3. O *corpus* do evento digital “*#selfienaurna*”

O *corpus* coletado nos dias 02 e 26 de outubro de 2014, respectivamente, 1º e 2º turnos da eleição presidencial no Brasil, é composto por 31 postagens estruturadas multimodalmente, que caracterizam os *posts* de *selfies* compartilhados por anônimos e celebridades. Esses sujeitos, após produzirem essas imagens, acrescentaram legendas a esses ‘textos primários’, os quais, depois de serem disponibilizados publicamente em seus perfis nas redes sociais (como *Facebook.com* e *Instagram.com*), acabaram sendo redistribuídos/redirecionados para a rede social *Tumblr.com*- caracterizando o surgimento de um evento digital: “*#selfienaurna*”. Essa última rede social mencionada acabou servindo como uma espécie de acervo dos *selfies* tirados durante o período eleitoral, recebendo, também, novos comentários por parte do administrador da página “*#selfienaurna*”, como se pode ver, no fim da figura 2.

### 4. O modelo tridimensional aplicado à análise da propagação digital

Investigamos os aspectos de propagação do evento digital “*#selfienaurna*” procedendo à análise crítico-discursiva de suas postagens. Aplicando o Modelo Tridimensional de Análise, nosso foco recai sobre os três tipos de Significados apresentados em 2.

Utilizamos como modo de entrada no *corpus* o *texto* das postagens, conforme já definido em 2. Em seguida, analisamos aspectos da *prática discursiva* das mesmas. Por fim, examinamos os elementos relacionados às *práticas sociais* presentes nesses *posts*.

Os resultados foram analisados quantitativamente, por sua frequência de ocorrência, porém, os aspectos qualitativos mais relevantes, mesmo os menos frequentes, não foram descartados, se

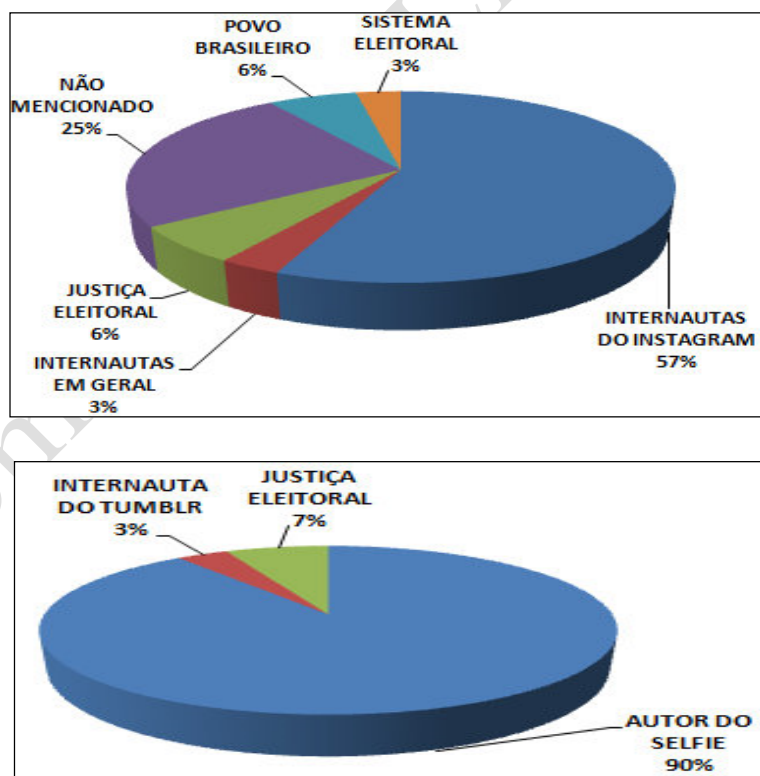


sua relevância qualitativa estivesse a serviço de promover contrapontos e, conseqüentemente, ampliar e fundamentar os resultados de análise.

## 5. Análise crítico-discursiva: etapas e discussão dos resultados

### 5.1 Aspectos de análise do Significado Acional

Empregamos elementos do Modelo Tridimensional de Análise (FAIRCLOUGH, 2003), investigando as postagens propagadas, em primeiro lugar, começando pelo Significado Acional. Assim sendo, conforme já exemplificado na figura 2, do ponto de vista da configuração e organização dos gêneros do discurso, a análise revelou que os *posts* passaram a apresentar a inserção de linguagem verbal. Vejamos, pelos gráficos 1 e 2, os elementos animados e inanimados aos quais, por meio das legendas inseridas, autores dos *selfies* e o administrador da página do *Tumblr* se reportaram:



Gráficos 1 e 2: Legendas associadas às postagens de selfie por parte de seus autores e pelo administrador da página "#selfiernauna", respectivamente.

Ainda com base no Significado Acional, quando analisamos dois dados do gráfico 1, tais como (Internautas do *Instagram* 57%) e (Não mencionado 25%), percebemos que a

inserção de legenda nas postagens do fenômeno “#selfienaurna” acabou revelando muito mais desses autores do que, talvez, estes desejassem que fosse divulgado.

Em face das condições de proibição sob as quais esses *selfies* e suas posteriores postagens ocorreram na *Web*, percebe-se que a maioria dos eleitores/internautas deixou ‘rastros’ ou pistas a respeito de onde estavam propagando *posts* considerados criminosos, de acordo com a Justiça Eleitoral. Uma segunda parcela desses eleitores tomou uma *direção textual* oposta e preferiu não mencionar ou comentar nada, possivelmente, mais cautelosa a respeito de possíveis rastreamentos ou futuras sanções legais. Vejamos exemplos que ilustram os aspectos descritos, a seguir, pelas figuras 3 e 4:



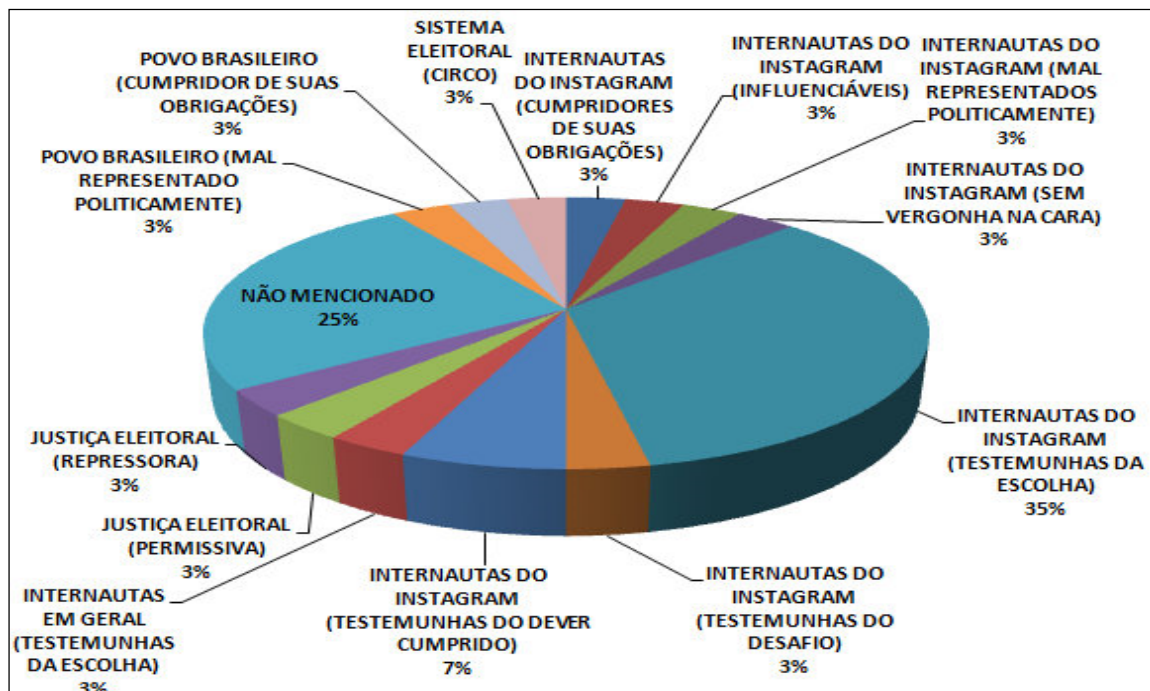


Figuras 3 e 4: Exemplos de postagens, respectivamente, com e sem indicação do autor e origem do *selfie*. Disponível em: <http://selfienaurna.tumblr.com/>. Acesso em: 02. Out.2014.

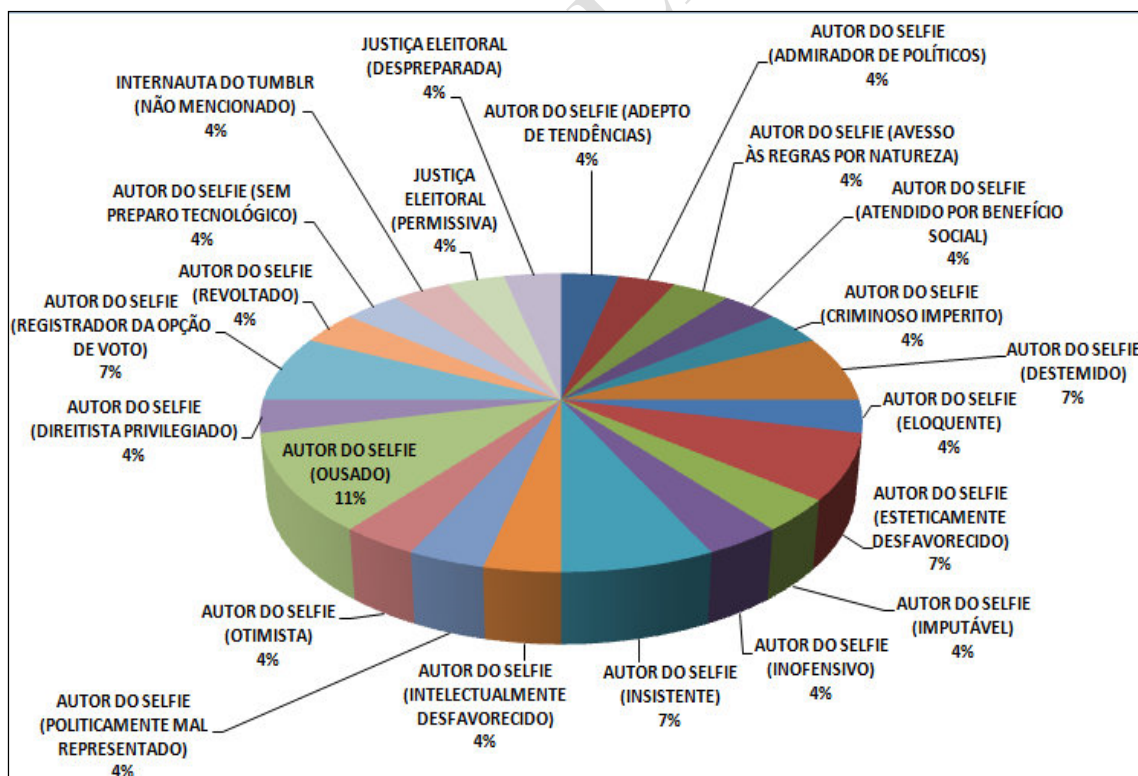
Essa intervenção verbal, perceptível pela inserção de legendas, as quais foram associadas a essas fotos ora como texto complementar – auxiliando a representação de maneira multimodal –, ora como elementos de comentário, nos permitiu entender que esse foi o canal pelo qual não só os autores das postagens de *selfie*, mas, principalmente e mais frequentemente o administrador da página “#selfienaurna”, tornaram públicas suas impressões, e visões sobre *algo ou alguém* (i.e. elementos inanimados e animados).

## 5.2 Aspectos de análise do Significado Identificacional

Com base no Significado Identificacional, focalizando-se a *prática discursiva*, vejamos, então, em primeiro lugar, por meio dos gráficos 3 e 4, *o que ou quem* foi alvo de comentário nas legendas inseridas *e como* esses ‘alvos’ foram caracterizados, respectivamente, por parte dos autores das postagens de *selfie* e pelo administrador da página do fenômeno propagado:



Gráficos 3: Caracterização dos comentários nas legendas associadas às postagens de *selfie* por parte de seus autores.



Gráficos 4: Caracterização dos comentários nas legendas associadas às postagens de *selfie* por parte do administrador da página "#selfinaurna".

Conforme dados do gráfico 3, podemos ver que os autores dos *posts* de *selfie*, através das legendas inseridas ali, reportaram-se imediatamente a elementos animados, isto é, a um grupo de pessoas cujo *alcance midiático* (RECUERO, 2006; SOUZA JÚNIOR, 2015a) caracterizava as mesmas, do ponto de vista de sua enunciação, como sujeitos socialmente mais próximos ou imediatos (Internautas do *Instagram* – testemunhas da escolha 35%). Surgiram, aí, também, grupos de elementos animados cujo alcance midiático os colocava como sujeitos socialmente mais distanciados ou genéricos (Povo brasileiro – cumpridor de suas obrigações 3%), (Povo brasileiro – mal representado politicamente 3%). Observemos a figura 5, a seguir, que ilustra o percentual mais relevante em questão:



Figura 5: O autor da postagem reportando-se a elementos animados imediatos como testemunhas da sua escolha. Disponível em: <http://selfienaurna.tumblr.com> Acesso em: 02. Out.2014.

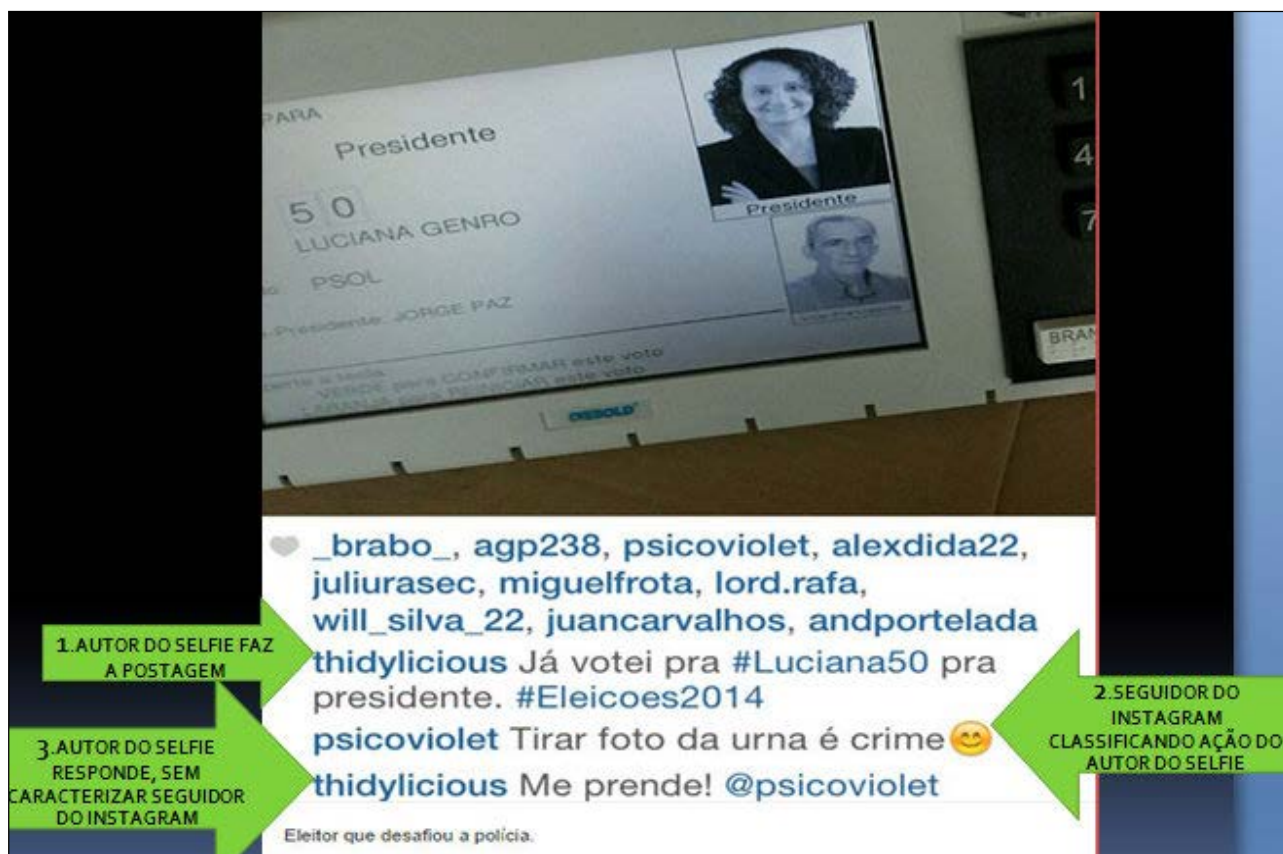


Figura 6: O autor da postagem reportando-se a elementos animados imediatos como testemunhas de sua escolha. Disponível em: <http://selfienaurna.tumblr.com> Acesso em: 02. Out.2014.

Com base no exposto, na figura 6, percebe-se que os elementos animados socialmente mais próximos ao autor da postagem são, em sua maioria, poupados de uma caracterização. No caso dos elementos animados socialmente menos próximos, as legendas indicaram pouca incidência direta de juízo de valor criminalizando a propagação das postagens de *selfie*. Por outro lado, os elementos inanimados tiveram atrelados a eles juízos de valor de polaridade negativa: (Sistema eleitoral – circo 3%), (Justiça eleitoral – repressora 3%) e (Justiça eleitoral – permissiva 3%).

Focando-nos, agora, nos elementos aos quais o administrador da página “#selfienaurna” se reportou, por meio das legendas que inseriu ao fim de cada postagem alocada no *Tumblr*, de acordo com os dados do gráfico 4, podemos ver que este internauta procurou apresentar comentários abordando, majoritariamente, aqueles que alimentavam a referida página com contribuições de postagens de *selfies*. Esse administrador reportou-se, quase que integralmente, portanto, a elementos animados, e, na maioria dos comentários que inseriu, não apresentou juízo de valor condenatório ou criminalizador em relação à postura dos internautas de diversas redes sociais que contribuíram para propagação do evento abrigado na “#selfienaurna”.

Os juízos de valor foram ‘desviados’ do campo da sanção legal para outros campos – como o estético, por exemplo. Assim sendo, os dados das caracterizações proferidas pelo administrador da página sob investigação que mais se destacaram foram: (Autor do *selfie* – Ousado 11%), (Autor do *selfie* – Esteticamente desfavorecido 11%), (Autor do *selfie* – Destemido 7%), (Autor do *selfie* – Insistente 7%), (Autor do *selfie* – Registrador da opção de voto 7%). Caracterizações negativas foram reservadas aos elementos inanimados, tais como estas: (Justiça eleitoral – despreparada 4%) e (Justiça eleitoral – permissiva 4%). Observemos a figura 7, a seguir, apresentando o desvio do tipo de juízo de valor a que fizemos referência:



Figura 7: Juízo de valor sendo desviado do campo legal para o estético por parte do administrador da página “#selfienaurna”. Disponível em: <http://selfienaurna.tumblr.com> Acesso em: 02. Out.2014.

### 5.3. Aspectos de análise do Significado Representacional

Com análise baseada no Significado Representacional, as referidas caracterizações negativas sugerem um tipo de *prática social* configurada pela percepção de alinhamento de

posicionamentos e concepções entre os autores dos *posts* de *selfie* e o administrador da página “#*selfienaurna*”. A postura não-condenatória desse administrador revela ausência de alinhamento com a implementação proibitiva em relação aos *selfies*, deflagrada pela Justiça Eleitoral.

Percebe-se, por parte do administrador da página analisada, um tipo de *dissimulação*<sup>5</sup> (THOMPSON, 2009), de natureza *simbólico-ideológica*, surgida com vistas a incentivar os atos de postagem dos *selfies* por parte dos demais internautas/eleitores que direcionaram essas postagens para a rede social *Tumblr*. Tal tipo de *dissimulação simbólico-ideológica*, mapeado com base na análise da *prática social* do administrador da página do fenômeno propagado, é, portanto, identificado como o modo pelo qual este sujeito consegue promover adesões e sustentar frequência de redirecionamentos de postagens de *selfies* para a página do fenômeno propagado. Os desvios ou deslocamentos dos tipos de juízo de valor aos quais nos referimos em 5.2 foram decisivos para que as adesões e frequências relatadas se apresentassem do modo como as descrevemos.

Como resultado do exposto, vem à tona, portanto, um alinhamento de posições entre quem envia postagens de *selfies* para a página que abriga o fenômeno e seu administrador. O referido alinhamento de posições, desprovidas de condenação, converge mais especificamente no que diz respeito às suas visões de mundo e, ao mesmo tempo, divergem da determinação de proibição implementada pela Justiça Eleitoral brasileira – um embate que coloca em seu cerne a dominação ideológica hegemônica, portanto.

O percentual em destaque no gráfico 3 (Internautas do *Instagram* –testemunhas da escolha 35%) sugere um aspecto da necessidade de substancialização do voto por parte dos eleitores/autores que parece estar atrelado às postagens de *selfie*. Pode indicar, também, em face da utilização desse tipo de prática discursiva, oposição e fragilidades (principalmente com relação à capacidade de fiscalização perversiva) atreladas à Justiça Eleitoral brasileira, enquanto instituição, de dois modos.

Em primeiro lugar, se por um lado, a Justiça pretende garantir a premissa do livre exercício de voto, valendo-se da proibição que implementou, por outro lado, eleitores e internautas (tanto autores das postagens contendo *selfies* quanto o administrador da página

---

<sup>5</sup> A *dissimulação* é uma das diversas categorias que o autor sugere para mapear e categorizar processos de expansão ideológica. É reconhecida, principalmente, quando as relações de poder são negadas, tornadas ocultas ou obscurecidas, materializando-se efetivamente pela eufemização, deslocamento ou ainda pelo tropo (especialmente a metáfora e a metonímia).



“#selfienaurna”) aparentam contestar essa premissa inicial, ancorados nas dimensões sociais de onde estes emitem seus posicionamentos. Tais posicionamentos, por sua vez, associados às novas formas de (inter) agir direcionadas pela linguagem e potencializadas pelas mídias digitais, dão a entender que esses sujeitos atribuem aos *selfies*, por exemplo, um *status* da substancialização do voto, desencadeado por um modo de *fazer/agir multimodal e midiático contemporâneo*. Ademais, como os dados já sugeriram, a caracterização da postagem de *selfie*, para esses internautas/eleitores, raramente foi identificada como crime – posição que, definitivamente, se choca com a das autoridades eleitorais.

Em segundo lugar, inferimos que os mecanismos adotados para a segurança do sistema de votação eletrônica são colocados em xeque pelo eleitor/internauta, quando este sujeito, majoritariamente, insiste em ter o voto dado ao alcance de sua mão/tela. O referido sujeito parece querer consultar (ou tornar consultável) seu voto/*selfie*, além disso, não se furta de propagá-los em redes sociais.

Temos, então, um embate, do ponto de vista crítico-discursivo (FAIRCLOUGH, 2003), no qual, de um lado, está colocada a Justiça Eleitoral e sua posição institucional que se vale da proibição dos *selfies* como instrumento de: “sigilo do voto”; “garantia de liberdade de escolha”, tendendo a caracterizá-los como crime. Do outro lado, surge um internauta/eleitor que entendeu essa implementação da referida proibição de diversas maneiras, e, frequentemente, apontou os *selfies* e as postagens que deram origem ao fenômeno propagado como: “prova fiel sobre quem recebeu seu voto”; “sugestão sobre como/em quem votar”.

## 6. Considerações finais

No presente artigo, entendemos ser relevante discutir por que práticas linguístico-midiáticas, em forma de *selfie*, se tornaram objeto de preocupação para a Justiça Eleitoral e como tais práticas, socialmente relevantes na contemporaneidade, se não fossem objeto de impedimento poderiam, efetivamente, propagar um “memplexo” (BLACKMORE, 2002; SOUZA JÚNIOR, 2013a, 2015a) ou complexo de memes da Internet, dando origem a *eventos digitais* – como o “#selfienaurna”. Complexos de memes e fenômenos esses que desenvolveram alguns padrões de propagação e, por consequência, ‘desestabilizaram’ a prerrogativa de anonimato e o princípio de livre escolha do ato de votar defendidos pela Justiça Eleitoral brasileira.

Percebemos que, por um lado, a Justiça pretendeu garantir a premissa do livre exercício de voto, valendo-se da proibição que implementou. Por outro lado, surgiu um internauta/eleitor que entendeu a implantação da referida proibição de diversas maneiras, as quais, objetivamos investigar no presente estudo, trazendo-as à tona.

Com base nessa oposição de lados ou posicionamentos instigados em resposta a uma mesma visão de mundo, organizamos o presente artigo de maneira a explicitar nossa investigação, procedendo à análise crítico-discursiva de postagens de *selfies* surgidas, tomando como base o Modelo Tridimensional de Análise (FAIRCLOUGH, 2003). Procuramos identificar como o discurso institucional da Justiça Eleitoral de proibição desses *posts* seria ‘respondido’ (se as postagens expressariam ou não ‘resposta’ a esse discurso). Analisamos esses textos multimodais com base nos Significados previstos no referido Modelo Tridimensional.

Em primeiro lugar, partindo do Significado Acional, procuramos acessar as postagens de *selfies* enquanto mensagens organizadas multimodalmente. Nesse sentido, percebemos que as inserções de legenda nos *posts* atrelados ao fenômeno memético “#selfienaurna” acabaram revelando muito mais desses internautas/eleitores do que talvez estes desejassem que sobre eles fosse descoberto. Uma segunda parcela desses eleitores tomou uma *direção textual* oposta, e preferiu não mencionar ou comentar nada, possivelmente, mais cautelosa a respeito de possíveis rastreamentos ou futuras sanções legais. Notamos essa diferença de estruturas textuais se configurando com base no contexto de proibição e criminalização dentro do qual o referido fenômeno foi propagado.

Em segundo lugar, vimos que, com base na intervenção verbal reconhecida pela inserção de legendas (ora como texto complementar – auxiliando a representação multimodal –, ora como elementos de comentário), foi possível entender, no domínio analítico do Significado Identificacional, que os autores das postagens de *selfies*, enquanto sujeitos do processo de propagação, e, principalmente e mais frequentemente, o administrador da página “#selfienaurna”, tornaram públicas suas impressões e visões sobre *algo ou alguém*. Em suas interações, ambos os tipos de sujeito reportaram-se, portanto, respectivamente, a *elementos inanimados e animados*.

Percebemos convergência de posicionamentos e caracterizações com polaridade negativa com relação a elementos inanimados – como a Justiça Eleitoral e o Sistema Eleitoral brasileiro. Esse tipo de juízo de valor negativo direcionado a esses referidos elementos inanimados, surgido de uma análise baseada no Significado Ideacional, nos levou a entender

que os referidos sujeitos do processo de propagação colocaram-se dentro desse processo como *agentes sociais* (FAIRCLOUGH, 2003). Isto é, demonstraram ser sujeitos não-apassivados, trazendo à arena discursiva um tipo de relação de contestação e embate à visão de mundo difundida para ser aceita como hegemônica. Visão essa que embasava a proposta de garantia de sigilo/liberdade de escolha de voto apresentada pelas autoridades eleitorais brasileiras.

Com o presente estudo, deixamos a sugestão de aplicação de um modelo de investigação voltado à análise da propagação de *eventos digitais*, os quais podem ser entendidos como eventos sociais, onde relações de poder, cada vez mais, vêm mostrando-se representadas por diversos tipos de semioses, refletidas em práticas de produção e distribuição de linguagem e por mídia. É no bojo da propagação dessas práticas que a sugestão que apresentamos neste artigo, a nosso ver, torna-se aplicável, uma vez que é com base nessas práticas linguístico-midiáticas que sujeitos formam *textos* (verbais ou multimodais) e, no seu processo de propagação, dão origem a diversas relações, que resultam nos fenômenos como o que investigamos.

Nesse escopo, sugerimos, ainda, que o modelo aqui desenvolvido possa ser aplicado para analisar a propagação e os modos ideológicos de operar presentes em outros tantos *eventos digitais*. Destacamos, dentre esses referidos eventos, aqueles que, em Souza Júnior (2015a, 2015b), são identificados como *movimentos digitais*. Acrescentamos também às possibilidades de análise os *eventos digitais* ditos de “vazamento”, sejam estes com propagação de amplitude local, por exemplo, aqueles relacionados ao ENEM<sup>6</sup> e, até mesmo, aqueles de amplitude global, como os reconhecidos pelo nome de *WIKILEAKS*<sup>7</sup>.

## Referências

- BAKHTIN, M. **Estética da criação verbal**. 2. ed. São Paulo: Martins Fontes, 1997.
- BLACKMORE, S. **A evolução das máquinas de memes**. Trabalho apresentado no International Congress on Ontopsychology and Memetics, Milão, 2002. Disponível em <<http://www.susanblackmore.co.uk/Conferences/OntopsychPort.htm>>. Acesso em: 11 jun. 2011.
- CARVALHO, G. A teoria traduzida em prática: atividades de leitura baseadas nos conceitos de contexto de cultura e contexto de situação. In: TAVARES, K.; BESCHER, S.; FRANCO, C.;

---

<sup>6</sup> [http://pt.wikipedia.org/wiki/Exame\\_Nacional\\_do\\_Ensino\\_M%C3%A9dio](http://pt.wikipedia.org/wiki/Exame_Nacional_do_Ensino_M%C3%A9dio)

<sup>7</sup> <http://pt.wikipedia.org/wiki/WikiLeaks>

(Org.) **Ensino de Leitura: fundamentos, práticas e reflexões para professores da era digital**. Rio de Janeiro: Faculdade de Letras da UFRJ, 2011. p. 49-63.

DAWKINS, R. **The selfish gene**. Oxford University Press, 1979.

FAIRCLOUGH, N. **Analyzing Discourse: textual analysis for social research**. London: Routledge, 2003.

FAIRCLOUGH, N. **Discurso e mudança social**. Brasília: UnB, 2001.

HALLIDAY, M. A. K. e HASAN, R. **Language, context, and text: aspects of language in a social-semiotic perspective**. Series Editor: Frances Christie, Oxford, Oxford University Press, 1989.

HALLIDAY, M. A. K. **An Introduction to Functional Grammar**. 2. ed. London: Edward Arnold, 1987.

RECUERO, R. C. Memes em *weblogs*: proposta de uma taxinomia. In: ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS, 16., 2006, Bauru, SP. **Anais**. Bauru: [s.n.], 2006.

HOUGHTON et al, D. **Tagger's delight? Disclosure and liking in Facebook: the effects of sharing photographs amongst multiple known social circles**. Discussion Paper. University of Birmingham, Birmingham. 2013.

SOUZA JÚNIOR, J. Memes Pluralistas: explorando mídias sociais, propagações digitais, linguagem, marketing e ensino. 1. ed. Saarbrücken: Novas Edições Acadêmicas (NEA), 2015a.

SOUZA JÚNIOR, J. “#InBrazilianPortuguese”, meme e fenômenos: Linguística e as sugestões para reconhecer e investigar eventos digitais. In: IX Encontro Virtual de Documentação em Software Livre e Congresso Internacional de Linguagem e Tecnologia Online, 9, 2015, Belo Horizonte, MG. **Anais**. Belo Horizonte: v.4, n.1, 2015b.

SOUZA JÚNIOR, J. Memes da Internet e a produtividade funcional: um argumento sistêmico-funcional e crítico-discursivo para a propagação dos fenômenos. **Texto Livre**, v. 6, p. 1-20, n.2, 2013a.

SOUZA JÚNIOR, J. Mensalão é mensallão? Um estudo crítico-discursivo sobre neologismo, expressividade e ideologia via *corpora* digitais. **Palimpsesto**, Rio de Janeiro, v. 17, p. 1-30, n.2, 2013b.

SOUZA JÚNIOR, J. TICs, leitura em LE e gêneros: da habilidade à prática social docente e discente na escola não-profissionalizante. **Texto Livre**, v. 6, p. 1-25, n.2, 2013c.

SOUZA JÚNIOR, J. Memes da Internet, referenciação e sua produtividade funcional. In: FÓRUM DE ESTUDOS LINGUÍSTICOS DA UERJ, 11, 2012, Rio de Janeiro, RJ. **Anais**. Rio de Janeiro: [s.n.], 2012.

TAVARES, K.; BESCHER, S.; FRANCO. C.; (Org.) **Ensino de Leitura**: fundamentos, práticas e reflexões para professores da era digital. Rio de Janeiro: Faculdade de Letras da UFRJ, 2011.

THOMPSON, J. B. O conceito de Ideologia. *In: Ideologia e Cultura Moderna*. 8ª ed. Petrópolis: Vozes, 2009.

WIKIPEDIA. Disponível em: <http://pt.wikipedia.org> .Acesso em : 25/11/2014.

Artigo recebido em: 29.11.2014

Artigo aprovado em: 06.01.2015

Domínios de Lingu@gem