

A manipulação em discurso político: uma análise linguístico-discursiva de visadas argumentativas em vídeo-comunicado

Manipulation in political discourse: a linguistic-discursive analysis of argumentative approaches in video message

Jean Ignacio Lima*
Giselle de Souza Reis Coutinho**
André Marques da Silva***

RESUMO

Este trabalho é um estudo sobre a construção da manipulação do discurso político em contexto nacional – Brasil. Para tanto, analisam-se as estratégias linguístico-discursivas na fala do deputado Nikolas Ferreira, em parte de um vídeo-comunicado sobre a taxaço do pix no Brasil, publicado por ele mesmo na plataforma *Instagram*. A escolha deste objeto de estudo se justifica pela crescente propagação de notícias falsas e conteúdos manipulados no século XXI, especialmente no cenário político, o que torna ainda mais relevante a necessidade de leituras críticas de textos, tanto orais quanto escritos, que circulam amplamente na esfera social. A análise adota uma abordagem metodológica qualitativa, investigando, por meio de sequências

Recebido em 12 de maio de 2025.

Aceito em 8 de julho de 2025.

DOL: <https://doi.org/10.18364/rc.2026n70.1482>

* Universidade Federal do Rio de Janeiro, prof.jeanignacio@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0002-6365-8067>

** Universidade Federal Fluminense, gisellesouzareis@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0002-3272-2433>

*** Universidade Federal Fluminense, prof_andremarques@hotmail.com
<https://orcid.org/0009-0005-5019-8603>

discursivas, as visadas argumentativas que compõem o ato de linguagem em questão. A base teórica utilizada segue os pressupostos da Semiologia do Discurso, de Patrick Charaudeau (2019), incluindo conceitos como a semiotização do mundo, sujeitos e parceiros da linguagem, *ethos*, visada e modo argumentativo do discurso. O estudo da fala do deputado revela estratégias produtivas na construção da manipulação, destacando mecanismos como a construção da credibilidade, a captação do público, a projeção de um *ethos* favorável à sua imagem e a desqualificação do adversário. Tais elementos configuram-se como instrumentos de persuasão e influenciam como o discurso é estruturado e interpretado pelos seus receptores. Esta investigação contribui para a compreensão de como as estratégias linguístico-discursivas são utilizadas no cenário político para moldar opiniões e manipular a audiência.

Palavras-chave: Semiologia; Argumentação; Manipulação; *Ethos*.

ABSTRACT

This work is a study on the construction of political discourse manipulation in a national context – Brazil. In order to do so, it analyzes the linguistic-discursive strategies in the speech of Congressman Nikolas Ferreira, in part of a video message about the taxation of Pix in Brazil, published by him on the Instagram platform. The choice of this object of study is justified by the growing spread of fake news and manipulated content in the 21st century, especially in the political scenario, which makes the need for critical readings of texts, both oral and written, circulating widely in the social sphere even more relevant. The analysis adopts a qualitative methodological approach, investigating, through discursive sequences, the argumentative aims that constitute the act of language in question. The theoretical framework used follows the principles of Semiotics of the Discourse, as proposed by Patrick Charaudeau (2019), including concepts such as the semiotization of the world, subjects and language partners, *ethos*, aim, and argumentative mode of discourse. The study of the congressman's speech reveals productive strategies in the construction of manipulation, highlighting mechanisms such as the construction of credibility, audience engagement, projection of an *ethos* favorable to his image, and the disqualification of the opponent. These elements serve as instruments of persuasion and influence how the discourse is structured and interpreted by its recipients. This research contributes to understanding how linguistic-discursive strategies are used in the political arena to shape opinions and manipulate the audience.

Keywords: Semiotics; Argumentation; Manipulation; *Ethos*.

Primeiras palavras

Este trabalho constitui uma análise semiolinguageira sobre as estratégias linguístico-discursivas de construção da manipulação da verdade no discurso político de segmentos da direita no Brasil. Baseados nos pressupostos da Teoria Semiolinguística de Análise do Discurso, fundada, na década de 1980, pelo linguista francês Patrick Charaudeau, buscamos desenvolver, a partir de uma análise semiolinguística, como se constrói a manipulação da verdade – ou da pós-verdade – no discurso político na instância midiática, articulada em um projeto de argumentação contencioso e manipulatório, com base em premissas de *impostura*/falsidade que configuram, segundo Charaudeau (2022), uma má fé como simulacro do saber político. Fundamentando em Charaudeau (2008; 2018; 2022), empreendemos uma análise qualitativa, a partir do duplo processo de semiotização do mundo, do contrato de comunicação, do modo argumentativo, das visadas de *pathos* e de *ethos*, investigando como uma instância de produção (EUc), filiada a um campo político-partidário, pode engendrar a manipulação da verdade no espaço social como dispositivo de (des)informação, como método de comunicação e estratégia discursiva de campanha eleitoral no campo político. Como *corpus* de análise, selecionamos a transcrição de parte do vídeo-comunicado¹ sobre a taxação do pix, produzido e veiculado em 2025 pelo Partido Liberal (PL) na rede social *Instagram* e encenado pelo deputado federal Nikolas Ferreira (PL).

1. O discurso político na instância midiática

O ato de comunicar, no discurso político, não pressupõe apenas a intenção de produzir uma mensagem e fazer com que o ouvinte/leitor,

1 Vídeo disponível em: <https://www.instagram.com/reel/DEz20G0RodB/?igsh=b3B3NDg4MG1wYmps>. Acesso em 30 de março de 2025.

potencial eleitor, interprete e compreenda um comunicado/informação. No discurso político, mais do que uma visada de informação (*fazer-saber*), o ato de comunicação, seja num contrato de debate regrado, em um auditório, seja num contrato de vídeo-comunicado, veiculado nas mídias digitais, pressupõe uma visada de influência e persuasão (*fazer-sentir* e *fazer-crer*), que empreende sobre o auditório/público uma força ilocutória capaz de mobilizar a opinião pública, podendo levá-la a aderir a uma determinada tese ou ponto de vista.

No discurso político, o *fazer-saber* se constitui por uma lógica argumentativa em que quem assume a enunciação – sujeito argumentante – constrói seu *projeto do dizer* por meio de visadas argumentativas com estratégias linguístico-discursivas mobilizadas por categorias de língua e de discurso, com o fim de estabelecer uma comunicação persuasiva e uma proposta de verdade sobre o mundo. O *fazer-sentir*, por sua vez, que se constrói por meio de estratégias de captação por patemização (CHARAUDEAU, 2007), mobiliza na argumentação imaginários sociodiscursivos ligados ao campo da ética, da honestidade, da responsabilidade social, econômica e do compromisso com o povo, visando a impactar emocionalmente o leitor/espectador cidadão na instância de recepção. Os imaginários mobilizados no discurso político, que podem ou não ser compartilhados entre locutor e interlocutores, carregam saberes de conhecimento e/ou de crenças que são capazes de influenciar a instância cidadã a aderir ao ponto de vista apresentado pelo grupo político. Para o *fazer-crer*, em seu projeto do dizer, o sujeito argumentante se serve de duas estratégias de captação: as visadas de *pathos* e de *ethos*. Em relação ao *ethos*, de um lado, o sujeito comunicante projeta no discurso político *ethé* de credibilidade e de identificação que, além de criarem uma imagem positiva do deputado, como *ethos* de político competente e comprometido com o povo, podem levar o espectador/eleitor a se identificar com seu posicionamento político-ideológico. A visada de *pathos*, por seu turno, busca influenciar o interlocutor, recorrendo a imaginários sociodiscursivos que apelam para sua emoção compartilhada entre grupos sociais em um determinado espaço-

tempo. Os imaginários sociais no campo político, não raro, são acompanhados de dramatização do discurso, seja evocando catástrofes sociais/econômicas, ao divulgar *fake news* com dados ou projeções falsas, seja promovendo discursos de ódio ou de medo, ao criar estratégias para qualificar o adversário político como inimigo a ser combatido.

Dito de uma outra forma, podemos afirmar que, na instância cidadã, os políticos e/ou agentes públicos de cargos eletivos se valem da comunicação não apenas para transmitir ideias, projetos de lei, obras ou ações do governo e/ou da oposição, mas também para influenciar, persuadir e convencer o cidadão-eleitor a aderir a tese/ponto de vista (*fazer-fazer*) de seu grupo político-ideológico. Dessa forma, uma comunicação efetiva na esfera política, mais do que um mero *fazer-saber*, visa a um *fazer-criar* e a um *fazer-fazer* que, neste caso, significa levar o eleitor a se identificar com sua ideologia e votar em seu partido/candidato.

O discurso político é, portanto, por natureza, um discurso contencioso que se fundamenta, não raro, na polêmica do discurso populista entre grupos rivais no âmbito da política partidária. As disputas argumentativas entre instâncias do poder político, em um Estado Democrático de Direito, produzem os embates e enfrentamentos entre grupos de matrizes ideológicas distintas e/ou antagônicas. É nesse ponto que se situa o comunicado produzido e veiculado pela equipe de *marketing* político do Partido Liberal (PL), tendo como sujeito comunicante/locutor Nikolas Ferreira (PL), deputado federal pelo estado de Minas Gerais. Mais adiante, no parágrafo que apresenta os pressupostos teórico-metodológicos, serão abordados mais detidamente alguns conceitos que foram brevemente comentados nesta seção.

2. A manipulação da verdade no discurso político

No imaginário coletivo, é quase consensual o ideário de que o campo político nunca foi o espaço por excelência da prática da verdade. Na instância cidadã, a imagem recorrente do político “profissional”, via de regra, carrega

consigo o estereótipo do homem público afeito às falsas promessas, à mentira/enganação ou ao envolvimento com esquemas de corrupção. Por essa razão, no contexto político-eleitoral brasileiro, têm surgido figuras políticas que ou se identificam-qualificam como representantes do antissistema, sem vínculo com a política tradicional dos partidos políticos, ou se qualificam como o político diferente dos outros – o honesto, verdadeiro, virtuoso, religioso etc. –, construindo, discursivamente, um contraponto ao imaginário coletivo do político tradicional, com o fim de conquistar a admiração, a opinião pública e o voto popular.

A depender da matriz ideológica a que pertence, o discurso político de um candidato pode, de um lado, erigir um *ethos* de liberalismo econômico e conservadorismo, dramatizando no discurso um ideal de patriotismo/nacionalismo, de liberdade de expressão irrestrita, de honestidade/anticorrupção como *slogan* político e de religiosidade como valor etc.; ou, de outro, construir um *ethos* progressista de um social-democrata, dramatizando no discurso o bem-estar social/econômico, a defesa das minorias e dos Direitos Humanos, da liberdade de expressão como direito constitucional, da honestidade/anticorrupção como princípio ético-moral e da liberdade/diversidade religiosa. Como se sabe, esses temas, em um *continuum* de práticas sociais e ideológicas, dividem dois polos de pensamento no campo sociopolítico brasileiro: a matriz ideológica de Direita e a matriz ideológica de Esquerda. Em um cenário polarizado, os grupos de esquerda e direita raramente migram ou mudam seu voto porque existe um posicionamento político-ideológico bem demarcado, quase antagônico entre os segmentos. Entretanto, em alguns temas/pautas, existe uma parcela considerável do eleitorado brasileiro que não se filia nem a esta nem àquela corrente e, a depender da popularidade do candidato, de seu discurso político e do *ethos* de credibilidade construído ante a instância cidadã, esse eleitor ora vota em candidatos da esquerda, ora vota em candidatos da direita. É para esse grupo mais volúvel e/ou mais suscetível a mudanças que a esquerda e a direita têm

atuado nas redes sociais com seu discurso político para “virar voto” e obter dele a conquista da opinião.

Consideramos que a manipulação do discurso político não é uma prática discursiva exclusiva deste ou daquele espectro político, uma vez que as agências de checagem de informação registram *fake News* ou manipulação tanto em discursos e campanhas da direita², quanto da esquerda. Por contingência e pela metodologia de pesquisa, contudo, delimita-se o foco de análise no discurso político da matriz ideológica de direita, investigando como se processa linguisticamente e discursivamente a manipulação da verdade com o fim de obter o capital político do núcleo menos rígido do eleitorado ou de eleitores indecisos. A transcrição do vídeo-comunicado em análise é um exemplo de como o discurso político do campo da direita tem explorado mais estrategicamente, em suas campanhas político-partidárias, a desinformação como método sistemático de *fazer-saber* e *fazer-crer*. Com o objetivo de conquistar a opinião pública, a instância de produção, ao empreender a manipulação da verdade no discurso político, recorre a estratégias linguístico-discursivas, a representações/imaginários sociais, métodos e procedimentos sistemáticos de construção de (des)informação, pautados em uma *impostura* e/ou *má-fé* na construção do discurso político na instância midiática.

A má-fé, segundo Charaudeau (2022, p.69), constitui um simulacro do saber em que o sujeito falante (EUC) camufla seu próprio pensamento ou o saber sobre a verdade, “passando a assumir que ele considera verdadeiro o que diz, mas não ignora completamente o que sabe ou pensa”, deixando para o receptor (TUi) o dever de verificar/checar a veracidade do enunciado-discurso. Assim, é possível afirmar que, por ser um parlamentar e, por conseguinte, conhecer o sistema tributário brasileiro, mesmo sabendo não ser

2 Queremos destacar que, em muitas ações, discursos e práticas sociais, segmentos e grupos desta matriz ideológica se aproximam do espectro da extrema direita, ao defenderem rupturas institucionais como golpes de Estado, fechamento do STF e perseguição a adversários políticos.

verdade (ou verdadeiro) o rumor sobre a taxaço do pix, o deputado ignora seu saber e veicula a informação de que o governo pode taxar o pix. A estratégia de ataque político com um tema sensível como o aumento ou a criação de imposto visa a desacreditar o governo de esquerda diante da opinião pública e a obter vantagem política na disputa de “narrativas” na instância cidadã.

A *impostura* no discurso manipulatório, por sua vez, é uma argumentação fundamentada em um engano, em cláusulas de inverdade(s). Segundo Charaudeau (2022), o discurso político é, por natureza, um discurso persuasivo, de influência e patêmico, cujo objetivo é incitar o sujeito destinatário a uma ação, a um comportamento ou a aderir uma tese, levando-o a dizer, pensar ou fazer algo proposto pelo locutor na instância de produção. Entretanto, para Charaudeau, esse discurso só vai ser manipulatório se o *fazer-persuasivo* for construído a partir de um *efeito de impostura*, isto é, de falsidade ou engano. O autor alerta, entretanto, que, apesar do latente engano, mais ou menos consciente, o locutor projeta para seu interlocutor, no discurso político, um *ethos* de sinceridade, de credulidade, fazendo-se parecer um *conselheiro* ou *guia* que é capaz de orientar seu povo diante de um tema de relevância social. É com essa imagem de político sincero e preocupado com profissionais liberais e com a parcela mais pobre da população brasileira que o deputado Nikolas Ferreira constrói seu discurso político sobre a fiscalização do pix, mas o faz, entretanto, manipulando, por meio de *impostura*, as informações veiculas nas redes sociais para influenciar a instância cidadã.

Conforme afirmou Charaudeau (2022), para haver manipulação é preciso que o discurso político engendre algum tipo de engano capaz de desviar o entendimento, a compreensão e a percepção acurada do interlocutor sobre a *verdade* dos fatos apresentados. Desse modo, fatos e informações, originariamente verdadeiros, em razão de uma enunciação deturpada por *má-fé* e/ou *impostura*, perde seu caráter ou *status* de verdade plena para se tornar um simulado de verdade, algo que o locutor quer tornar “verossímil” por meio de estratégias argumentativas do dizer. Esse projeto do dizer, contencioso e manipulatório, é, pois, difícil de ser reconhecido ou identificado pelo público

como um discurso de engano ou mentira, porque é, em princípio, construído estrategicamente para parecer verdadeiro, o que faz com que os discursos das campanhas político-partidária, atualmente, passem com frequência por checagens de veracidade ou autenticidade das informações.

A construção da comunicação no vídeo, encenada e projetada linguística e semioticamente para afetar/impactar eleitor na instância de recepção, apresenta, no mínimo, três pontos de inconsistência na formulação das asserções argumentativas, sendo, pois, identificadas *impostura e má-fé* em pontos estruturais do discurso de Nikolas Ferreira. O primeiro de impostura e má-fé é a proposição argumentativa de que o governo vai taxar e/ou pode taxar o Pix; o segundo é a asserção de que o governo quer quebrar o sigilo bancário do brasileiro; o terceiro é a asserção de que o governo vai cobrar 27,5% de Imposto de Renda dos Microempreendedores Individuais (MEI)³ e não vai isentar a população com renda até R\$5 mil reais mensais.

No primeiro caso em tela, como o deputado não podia afirmar categoricamente que a Receita Federal, a partir de sua Instrução Normativa nº 2219/2024, tributou ou tributaria as movimentações financeiras por pix (acima de R\$5 mil) e os gastos de cartão de crédito (acima de R\$10 mil), sob risco de responder criminalmente, a instância de produção compósita (PL e Nikolas), por meio de estratégias linguístico-discursivas, apostou em *fazer-crer* num simulacro de verdade, a partir do qual, fundamentado numa *doxa*, como salienta Charaudeau (2022) e em Ponto de Vista, como defende Rabatel (2016), o locutor construiu seu discurso político não sobre a execução da Normativa nº 2219/2024 e sobre fiscalização das movimentações financeiras para se evitarem fraudes no sistema financeiro, mas sobre sua opinião e/ou ponto de vista sobre uma possível taxação, desenvolvendo, assim, uma

3 Em checagem do jornal Estadão, especialistas do setor afirmam que a informação é falsa e infundada. É possível checar a informação na reportagem que está disponível em <https://www.estadao.com.br/estadao-verifica/video-nikolas-ferreira-pix-receita-federal-enganoso/>. Acesso em 09/05/2025.

argumentação contenciosa a partir de conjecturas e/ou da hipótese de o governo empreender uma tributação do pix e dos cartões de crédito. Dessa forma, ao impulsionar um vídeo-comunicado cujo conteúdo reverbera rumores falsos sobre a tributação e, baseando-se em uma opinião/análise com conjecturas, negadas tanto pela Receita Federal, quanto pelo governo, o discurso político veiculado no vídeo-comunicado configura uma manipulação da verdade por *impostura* e *má-fé*, pois incita o público a acreditar numa argumentação cujas premissas e conclusão são, por natureza, falsas e/ou improváveis.

A conjectura é baseada na lei 14.902/2024⁴, conhecida popularmente como a “taxação das comprinhas da China” que foi proposta pelo Poder Executivo e aprovada pelo Congresso Nacional. A sanção da lei pelo Executivo foi usada pelo parlamentar para corroborar a tese de que o governo federal poderia criar mais um tributo, agora, taxando o pix, uma vez que sancionou a lei que tributou em 20% as compras internacionais no valor de até US\$ 50 dólares⁵.

Essa taxação das blusinhas, que é objeto de crítica no vídeo-comunicado, é atribuída exclusivamente ao governo Lula e à esquerda, omitindo no discurso a efetiva participação do Congresso Nacional e dos parlamentares da direita em sua votação e aprovação em dois turnos, uma vez que um Projeto de Lei (PL), incluindo aqueles que tratam de tributação ou novas alíquotas de taxas, deve passar, necessariamente, pela votação e aprovação na Câmara e no Senado. O que se depreende, nesse discurso, é uma argumentação persuasiva fundamentada numa *impostura* e *má-fé*, uma vez que o deputado e seu partido buscam persuadir e convencer a opinião pública, omitindo, camuflando ou distorcendo informações relevantes. Na primeira

4 Convém lembrar que o Projeto de Lei do Programa Mover versava sobre a isenção de tributos nas importações de peças automotivas para produção de veículos menos poluentes. O projeto de taxação de compras internacionais foi inserido no PL pelo relator do projeto o Deputado Federal Átila Lira (PP-PI).

5 A isenção de tributos para compras até US\$ 50 vigorava pelo Decreto-lei 1.804/1980 e foi substituído pelo artigo 32 da Lei 14.902/24. Fonte: Agência Câmara de Notícias.

votação do Projeto de Lei que foi aprovado na Câmara por votação simbólica no Plenário, isto é, sem votação nominal no painel eletrônico, não houve oposição nem manifestação/posicionamento de voto contrário do Deputado Nikolas Ferreira ao Projeto de Lei apresentado⁶. De igual modo, não houve obstrução de seu partido à tramitação do PL, o que revela a sua participação direta como parlamentar de oposição na aprovação do projeto que ora critica.

Outra estratégia linguístico-discursiva, apresentada no vídeo, é estabelecer uma falsa simetria entre o sigilo bancário de um cidadão, cujas informações financeiras são protegidas por lei⁷, e a fiscalização tributária, cuja atuação legal dos órgãos competentes como o COAF e a Receita evita fraudes e sonegações fiscais do contribuinte. Dessa forma, configura uma *impostura*/mentira afirmar que o governo iria quebrar o sigilo bancários de movimentações financeiras do trabalhador, enquanto deixará sob sigilo as despesas da primeira-dama, de ministros de governo e do Supremo. A estratégia aqui é suscitar um sentimento, um efeito patêmico de injustiça no interlocutor/espectador ao criar um cenário positivo de prerrogativas para um grupo privilegiado próximo ao governo e um cenário de injustiça, de perseguição e prejuízo para o povo.

Outro argumento com *efeito de impostura*, elencado para construir uma imagem negativa governo e “montar” a tese de que a atual gestão aumenta impostos é, em razão da Instrução Normativa da Receita Federal nº 2219/2024, conjecturar que, a partir de sua implementação, os microempreendedores (MEI) passariam, obrigatoriamente, a ter de declarar imposto de renda. O

6 No trecho, na checagem do jornal Estadão, relata-se a atuação do parlamentar e de seu partido nas duas votações. Para saber mais, acesse: <https://www.estadao.com.br/estadao-verifica/nikolas-ferreira-taxacao-blusinhas-erika-hilton-enganoso/>. Acesso em 09/05/2025.

7 O sigilo bancário é um direito garantido por lei; portanto, nenhum governo ou instituição financeira pode ameaçá-lo. Fonte: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/lcp/lcp105.htm#:~:text=LEI%20COMPLEMENTAR%20N%C2%BA%20105%2C%20DE%2010%20DE%20JANEIRO%20DE%202001. Acesso em 06/05/2025.

deputado organiza o discurso a fim de fazer parecer que a Normativa obrigaria os MEIs a declararem a alíquota de 27,5% de imposto de renda e, com a declaração “O PT tirando 27,5% do que você ganha”, busca erigir uma imagem negativa do partido. E assim, na *fórmula [diz p, mas q]*, onde se depreende que o governo PT *diz que* não vai taxar, *mas taxa*, o locutor focaliza outro tema de repercussão social, dessa vez, a isenção de imposto de renda. No enunciado, “você **ia ser** isento do imposto de renda, **não vai** mais”, o primeiro ponto a se considerar é que a afirmação genérica sobre isenção de imposto de renda, sem se referir à faixa salarial, pode levar o cidadão eleitor a acreditar (fazer-crer) que todos os trabalhadores/contribuintes seriam, de algum modo, isentos do imposto de renda – e por não haver o cumprimento da promessa – estariam sendo enganados por Lula e seu governo. A proposta do governo sobre o Imposto de Renda, no entanto, não propunha isenção de tributo para todas as faixas. Apresentada na campanha das eleições presidenciais de 2022, a proposta consistia em aumentar, progressivamente, a faixa de isenção até chegar à isenção de IR para quem tem renda na faixa de R\$5 mil reais, não sendo, portanto, extensivo a todos os grupos e faixas de renda como sugeriu o discurso do parlamentar.

Sobre a isenção de Imposto de Renda para o indivíduo com renda até R\$5 mil reais mensais, houve, em 18 de março de 2025, o envio do Projeto de Lei (PL) 1.087/2025⁸, encaminhado pelo Palácio do Planalto ao Congresso Nacional, que, por sua vez, deve formar comissões para análise e discussão do projeto tanto na Câmara, quanto no Senado. Assim, por não desconhecer a existência e o teor do PL, o discurso político de Nikolas Ferreira, na arena política, não é apenas crítico, persuasivo e contencioso, é manipulador, pois o deputado, que é oposição ao governo, usa o discurso político no espaço público para desvirtuar informações ou fatos com o fim de obter capital político para a direita diante da opinião pública.

8 Disponível em: <https://www12.senado.leg.br/noticias/materias/2025/03/19/congresso-recebe-proposta-que-isenta-ir-de-quem-ganha-ate-r-5-mil>. Acesso em 09/05/2025.

Como se percebe, o engano ou a *impostura* no discurso político, raramente, é uma mentira grosseira ou evidente. Na enunciação do discurso político, o sujeito comunicante atua como se estivesse defendendo uma tese ou ponto de vista verdadeiro. Nos dizeres de Charaudeau (2022), trata-se de um impostor, mas se mostra como sujeito crível com o objetivo de incitar e captar o público-alvo. De acordo com Charaudeau:

Como o manipulador não tem poder coercitivo, e só pode incitar a fazer, dizer ou pensar, ele se dedica a se dotar de alguns papéis. Por exemplo, o papel de *conselheiro*, que parece contentar-se em *sugerir* o que conviria fazer sem parecer impor nada: “Eu te digo *isso*, mas *você é livre*. O papel de conselheiro será ainda mais estimulante se a pessoa que dá o conselho gozar de crédito ou de alguma autoridade de saber. (CHARAUDEAU, 2022: 91-92).

Como depreendemos em Charaudeau (2022), o político não pode exercer sobre seu eleitorado um poder coercitivo, sendo assim, para a conquista de sua opinião ou de sua adesão, o locutor-político recorre a estratégias linguístico-discursivas de incitação, seja como um *conselheiro*, demonstrando preocupação e cuidado com seu povo, seja como *guia*, revelando-se um líder, *ethos* de político competente, capaz de resolver os problemas de seu país. Aqui é possível depreender um jogo de imagens entre um EU e um TU, porque nem sempre a imagem prévia que o TUi tem do locutor-falante (EUc), sujeito real, coincide com a imagem produzida no discurso político pelo enunciador (EUe). Por exemplo, o *ethos* pré-discursivo do deputado Nikolas Ferreira contraria seu *ethos discursivo*, construído no vídeo-comunicado, uma vez que o deputado e seu partido não têm votado favoravelmente aos projetos de políticas sociais e/ou de distribuição de renda, como se comprova pelos votos contrários à aprovação da Reforma Tributária⁹ que, dentre outros aspectos político-econômicos, previa a simplificação da tributação, o *cash back* para

9 Ver voto em: <https://www.cnnbrasil.com.br/politica/como-votou-cada-deputado-na-reforma-tributaria/>. Acesso em 09/05/2025.

os consumidores mais pobres e a isenção de impostos federais em produtos da cesta básica de alimentos. Esse voto de oposição ao governo faz com que a sua imagem discursiva de deputado preocupado com os direitos, com os interesses e garantias dos trabalhadores informais contraste com sua prática parlamentar e com seu discurso político na tribuna da Câmara. Por ser um parlamentar alinhado à matriz ideológica da direita, com viés neoliberal, o deputado e a bancada de seu partido (PL), contrariando o discurso liberal de serem contra aumento ou criação de impostos pelo Estado, deixaram de votar numa proposta de lei de redução e simplificação tributária que favorecia a população mais pobre e vulnerável.

Nikolas Ferreira, deputado que, de forma recorrente, faz uso das redes sociais para promover sua imagem como líder político atuante ou porta-voz desse segmento mais à direita tem ganhado notoriedade em seu partido. Embora não tenha a idade adequada nem esteja entre os principais nomes da direita para a candidatura de presidente, posto ainda ocupado pelo ex-presidente Jair Bolsonaro, é uma voz eloquente que, além de articular pautas de costumes/conservadorismo, religião e economia, polemiza com a esquerda sobre pautas identitárias, o que lhe confere popularidade e visibilidade entre os dois grupos nas redes sociais. A habilidade discursiva do jovem deputado e sua popularidade na arena do debate político possibilitaram sua escolha para encenar vídeos de ataque ao governo que têm circulado na *internet* e alcançado, rapidamente, milhões de visualizações, produzindo engajamento e, muitas vezes, furando algumas bolhas ideológicas e ganhando destaque no centro do debate nas mídias tradicionais.

O vídeo encenado manipula informações sobre uma possível taxação do pix e identifica o governo federal como agente responsável por essa taxação. No vídeo, com uma cenografia patêmica que inspira seriedade, preocupação e responsabilidade social, Nikolas Ferreira protagoniza uma elocução em que argumenta, com estratégias linguístico-discursivas, em um *fazer-saber*, *fazer-sentir* e *fazer-crer*, a partir de uma dramatização, como e por que o governo Lula poderia taxar o pix do brasileiro, levando parte população a acreditar

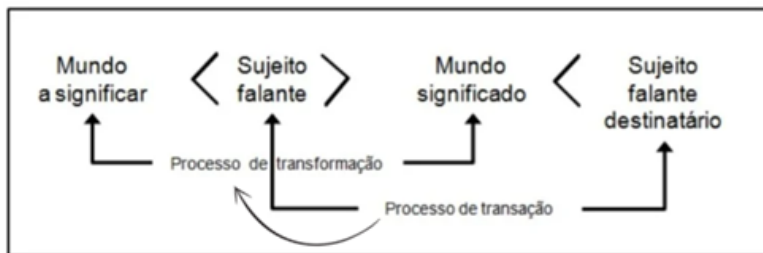
que existia um risco eminente da criação de um novo imposto, da quebra de sigilo bancário, do aumento de imposto de renda para microempreendedores do MEI e da não isenção de imposto de renda para quem ganha até R\$ 5 mil mensais, levando parte da população brasileira a um fazer-crer que ela seria a principal prejudicada pelo governo do PT. Assim, a partir de falsas premissas, que levam o público-espectador a uma falsa conclusão, o vídeo promove um terrorismo social e econômico que teve como consequência, de um lado, uma redução das movimentações financeiras via pix e, de outro, um recuo momentâneo do governo na proposta de fiscalização. A partir, então, da organização e do propósito do discurso político, desenvolvem-se, a seguir, componentes da encenação sócio-linguagem do vídeo-comunicado e de como a instância de produção manipula a informação para obter a adesão da instância cidadã e aumentar sua popularidade.

3. A encenação sociolinguagem no discurso político

A Semiologia do Discurso, de Patrick Charaudeau (2019), constitui-se não só de princípios, mas também de procedimentos – os quais alçam a teoria, no quadro das teorias de Análise do Discurso, como a primeira a sugerir uma metodologia de análise, com base em elementos linguístico-discursivos. O método semiológico, proposto para o exame linguístico, compreende, entre outros recursos, o “duplo processo de semiótica do mundo”.

Segundo Charaudeau (2007), o duplo processo de semiótica do mundo se realiza sob efeito de demanda comunicativa, na qual se inscrevem as operações de *transformação* e os princípios de *transação* que prenunciam marcas de um *sujeito intencional*. Veja-se o quadro abaixo.

Figura 1: transformação e transação



Fonte: Charaudeau (2007, p. 14)

Pauliukonis (2016), lendo Charaudeau, ressalta que essa passagem de realidade a real envolve operações de língua e de discurso:

[...] o emprego da língua envolve diversas operações discursivas de transformação: as operações de identificação, ou nomeação de todos os seres, processos e entidades, as operações de caracterização, ou de adjetivação em sentido amplo, as de ação ou processualização, que pertencem ao universo do processo verbal, as de modalização ou de cunho enunciativo modalizador e as de relação, responsáveis pela conexão entre os elementos, estabelecendo-se o processo coesivo.

Em um segundo nível, estão as operações que concorrem para a construção textual, constituindo-se o processo de transação, ou de expressão do conteúdo em forma de gêneros textuais. As operações do processo de transformação são efetuadas sob liberdade vigiada, segundo as diretivas que ocorrem no processo de transação (CHARAUDEAU, 2008: 68), já que confere a elas uma orientação de sentido. Ou seja, não se pode considerar isoladamente cada processo, uma vez que são interdependentes e sempre complementares. (PAULIUKONIS, 2016, p. 112).

Os processos operam na passagem de um “mundo descontaminado” para um “mundo contaminado”. Na perspectiva do “mundo descontaminado” (do mundo a significar), os acontecimentos precedem seus registros, portanto, não há marcas discursivas de seu enunciativador. Contudo, quando o sujeito experiencia tais acontecimentos, transformando-os em um “mundo linguístico” – ou seja, em um “mundo significado”, caracterizado por

determinada materialidade linguística –, a contaminação revela, assim, traços de sua *intencionalidade*.

Ao se lançar em uma encenação discursiva, o sujeito tem como objetivo efetivar seu projeto de influência sobre seu interlocutor. Para alcançar esse feito, o enunciador transforma o acontecimento (o mundo a significar) em um “mundo significado” (um mundo linguístico), para que este se torne objeto da troca linguageira na *transação*. A *transformação* e a *transação* compreendem, cada qual, quatro operações e princípios, segundo os quais o sujeito se utiliza ao comunicar.

A *transformação* envolve as operações linguísticas de *identificação*, *qualificação*, *ação* e *causação*. Segundo Charaudeau (2007), trata-se de criar identidades nominais, descritivas, narrativas e relações de causalidade. Essas identidades dão formatação e configuram o “mundo a significar” em “mundo significado”. Na *identificação*, “é necessário apreender no mundo fenomênico os seres materiais ou ideais, reais ou imaginários, conceituá-los e nomeá-los para que se possa falar deles” (CHARAUDEAU, 2007, p.14). Cooperativamente, na *qualificação*, entende-se que “os seres têm propriedades, características que, a um só tempo, os discriminam, os especificam e motivam sua maneira de ser” (CHARAUDEAU, 2007, p.14).

No trecho a seguir, retirado da transcrição em anexo, na fala do deputado Nikolas Ferreira sobre a taxação do pix no Brasil, é possível observar como a operação de *identificação* evidencia a *intencionalidade* do deputado, ao mesmo passo em que a operação de *qualificação*, por meio de ironia, atribui propriedades ao seu interlocutor.

- i) “O país não estava quebrado?”, “Agora todo mundo tem R\$5 mil na conta?”. Vem cá, **gênio**, que eu vou te explicar.

No trecho acima, para nomear seu interlocutor, o locutor se utiliza, ironicamente, do adjetivo “gênio”. A ironia é uma figura de linguagem que se caracteriza por se dizer o oposto do que se pretende expressar, com um intuito de provocar, no interlocutor, determinada reação. Sendo assim, ao identificar

e qualificar seu interlocutor, de modo irônico, como “gênio”, o locutor expõe-se como alguém intelectualmente elevado. Concomitantemente, atribui a seu interlocutor propriedades de ingenuidade e desconhecimento, posicionando-o como ignorante e posicionando-se como sábio, haja vista ser capaz de esclarecer ao povo “vem cá, que **eu** vou te explicar” a situação danosa em que se encontra.

Os outros dois processos, de *ação* e *causação*, realizam-se conjuntamente, uma vez que toda ação tem como motivação determinada causa para sua realização. Para Charaudeau (2007), as ações são responsáveis pela identidade narrativa e pelo encadeamento a partir do qual se desenrola o cenário da troca verbal. No exemplo abaixo, segue um trecho da fala do deputado Nikolas Ferreira sobre a taxação do pix, na qual ele se vale de perguntas retóricas a fim de criar encadeamento sequencial.

ii) “Mas e aí, Nikolas? O que vocês **irão fazer**?”. Nós **fizemos** uma ação de controle de constitucionalidade junto ao PL nacional para derrubar essa decisão da Receita Federal no STF.

A perífrase verbal “irão fazer”, na pergunta retórica, demonstra a estratégia de sequenciação na fala do locutor, que, em seguida, é continuada pela ação estabelecida pelo verbo (conjugado em primeira pessoa – plural) “fizemos”. Além disso, a ação que instaura a proposta de mudança do quadro situacional narrado (a taxação e seus danos aos trabalhadores brasileiros de baixa renda) é motivada, nesse contexto, pelo mesmo cenário, de taxação e seus danos, caracterizando-se como a *causação* das ações que sequenciam a fala do deputado.

Uma vez que os acontecimentos são transformados em materialidade linguageira, no processo de *transação*, processo em que se situa o contrato (Cf. CHARAUDEAU, 2004), certos princípios balizam a troca verbal. Esses princípios são os de *alteridade*, *pertinência*, *influência* e *regulação*. A partir deles, são determinadas restrições e liberdades que regem a troca comunicativa.

De acordo com Charaudeau (2007), o princípio de alteridade implica um processo dinâmico de legitimação e reconhecimento recíprocos dos parceiros entre si, pois

[...] todo ato de linguagem é um fenômeno de troca entre parceiros (quer estejam diante um do outro ou não) que devem reconhecer-se como semelhantes e diferentes. São semelhantes porque, para que a troca se realize, é necessário que tenham em comum universos de referência (saberes compartilhados) e finalidades (motivações comuns); são diferentes porque o outro só é perceptível e identificável na dissemelhança e porque cada um desempenha um papel particular. [...] Assim, segundo este princípio, cada um dos parceiros está engajado num processo recíproco (mas não simétrico) de reconhecimento do outro, numa interação que o legitima enquanto tal – o que é uma condição para que o ato de linguagem seja considerado válido. (CHARAUDEAU, 2007, p. 15).

Nessa condição dinâmica, de ora estar em posição de locutor ora interlocutor, os parceiros do ato de linguagem evidenciam suas visadas, caracterizadas por demonstrações psicossociais que estão na base do eixo fundamental do projeto de fala – a *intencionalidade*. A *pertinência* refere-se ao universo temático que integra o quadro situacional da encenação discursiva, resultando, por conseguinte, na coerência agenciada pela tópica da troca comunicativa.

Já a *influência* e a *regulação*, assim como a *ação* e a *causação*, estão diretamente relacionadas, haja vista que este princípio demonstra manobras para que aquele princípio se efetive em determinado projeto de influência. Segundo Charaudeau, no princípio de *influência*, “[...] todo sujeito que produz um ato de linguagem visa a atingir seu parceiro, seja para fazê-lo agir, seja para afetá-lo emocionalmente, seja para orientar seu pensamento”. O princípio de *regulação*, por sua vez, faz parte “consciente ou inconscientemente, daquilo que os parceiros sabem a respeito do ato de linguagem de que participam”. [...] Para isso, eles recorrem a estratégias no interior de um quadro situacional que

assegure uma intercompreensão mínima, sem a qual a troca não é efetiva”. (CHARAUDEAU, 2007, p. 16).

Desse modo, pode-se considerar que a *influência* corresponde a um elemento ideacional, intrínseco ao ato de linguagem, motivando-o de tal modo que orienta o locutor a realizar escolhas linguístico-discursivas que melhor afetam seu sujeito-alvo na comunicação. Nesse cenário, a *regulação* caracteriza-se como um elemento acional que, motivado pelo quadro ideacional proposto pelo projeto balizado pelo princípio de *influência*, evidencia, nas marcas linguísticas e discursivas, os traços de *intencionalidade* contidos nos atos de linguagem.

A partir de um viés semiolinguístico, ressaltamos, então, o duplo processo de produção de um discurso, no qual são acionadas não só as categorias de língua – adjetivos, substantivos, verbos entre outras –, mas também as de discurso – *identificação*, *qualificação*, *ação* e *causação*. Todavia, é crucial ratificar que a seleção dos elementos linguístico-discursivos que vão ser encenados no ato de comunicação é feita por um sujeito socioculturalmente situado e portador de uma *intencionalidade*, isto é, de um projeto de dizer.

Charaudeau (2007), no processo de *transação*, como já referido, apresenta-nos a quatro princípios dos quais destacamos dois: a *alteridade* e a *influência*, para a análise. A *alteridade* se faz essencial para a produção do discurso político, tendo em vista que um sujeito social – o Eu comunicante – exerce seu papel com base em sua formação social, cultural e econômica, que define também, em maior ou menor escala, a sua orientação política. Além disso, a *alteridade* – reconhecimento mútuo entre os parceiros do ato – pode garantir uma *legitimidade* ao político, principalmente se suas falas públicas condizem com a sua vida privada.

No *corpus*, o sujeito comunicante é o Nikolas Ferreira, deputado federal, filiado ao Partido Liberal (PL), com apenas 28 anos, cuja busca principal é exercer uma influência não só em seu público fiel, como também naqueles que podem vir a se identificar com um posicionamento contra a esquerda brasileira, em especial contra o Partido dos Trabalhadores (PT), já

que há um embate direto entre esses dois partidos desde a eleição de 2018, em que ocorreu uma disputa presidencial entre Fernando Haddad (PT) e Jair Messias Bolsonaro (PSL)¹⁰. Desde esse emblemático embate, o discurso conservador cresceu no Brasil. A população, a instância cidadã, como aponta Charaudeau (2018), tem se demonstrado mais preocupada com assuntos de cunho moral, como religião e sexualidade.

Com isso, a *influência* do discurso político do deputado Nícolas visa a afetar emocionalmente o seu público-alvo, os interpretantes dessa mensagem, inclusive em relação às questões que são consideradas polêmicas pela sociedade, como as que abordam gênero, sexualidade, raça e, também, a visão de mercado, por exemplo. A política brasileira conservadora, normalmente, busca atrelar posicionamentos morais a projetos políticos. Em 2018, por exemplo, o então presidenciável Jair Messias Bolsonaro (PSL¹¹) retomou suas falas contra um suposto “Kit Gay”¹² que seria distribuído nas escolas pelos partidos de esquerda, em especial o Partido dos Trabalhadores. O material citado por Bolsonaro, no entanto, apenas fazia parte de uma campanha contra a homofobia e visava a uma educação sem preconceitos. Portanto, a *influência* exercida por esses políticos de orientação mais conservadora da direita objetiva, normalmente, emocionar seu público, buscando atingi-lo com base em suas crenças e convicções.

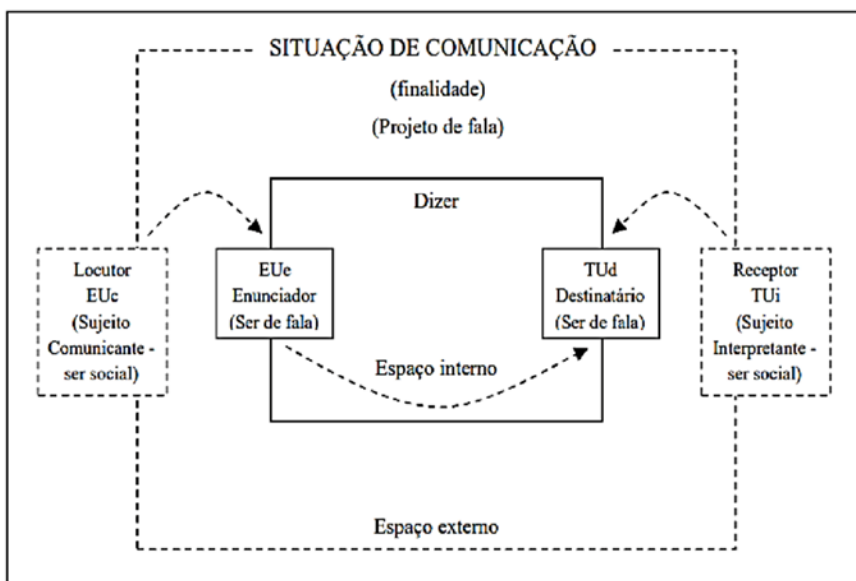
10 O que se tem no cenário político, desde 2018, é uma disputa polarizada entre a direita, com Bolsonaro, atualmente do PL e inelegível, e a esquerda, com Lula (PT). Contudo, em 2018, Bolsonaro disputou e venceu as eleições contra Fernando Haddad (PT), quando era então candidato pelo PSL. A polarização pode ser vista no cenário de pesquisas eleitorais e no resultado das últimas eleições para presidente. Ver disputa acirrada na notícia a seguir. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/politica/disputa-entre-lula-e-bolsonaro-e-a-eleicao-para-presidente-mais-acirrada-da-historia/>. Acesso em 10/05/2025.

11 Antiga sigla partidária do, então, candidato à presidência nas eleições de 2018.

12 Disponível em <https://www.gazetadopovo.com.br/vida-e-cidadania/kit-gay-relembra-a-polemica-sobre-a-cartilha/>. Acesso em 10/05/2025.

Todavia, Charaudeau (2018, p. 64), ao abordar os sujeitos do ato de linguagem do discurso político, afirma: “O ser de palavra, quer se queira quer não, é sempre duplo. Uma parte dele mesmo se refugia em sua legitimidade de ser social, outra se quer construída pelo que diz seu discurso”. Há, assim, dois circuitos de atuação dos sujeitos, um externo - campo do *fazer* – e um interno – campo do *dizer*, como se pode visualizar no quadro a seguir:

Figura 2: O ato de linguagem e o desdobramento dos sujeitos



Fonte: Charaudeau (2016, p. 52)

No *corpus* em análise, o Eu-comunicante, o deputado Nikolas Ferreira, projeta, no circuito interno, um ser de fala, um Eu-enunciador - dotado de conhecimento acerca da taxaço do pix. No campo da recepção, há os seguidores usuais do deputado – o TUi, cuja identidade é diversa, pois, em uma rede social como o *Instagram*, os usuários podem acompanhar tanto perfis compatíveis ideologicamente com a opinião deles quanto contrários, a

fim de se manterem informados. Há, ainda, na recepção, o Tu-destinatário, uma projeção ideal de destinatário – aquele público que, enquanto enunciador, acredita-se ter.

Essas identidades sociais e discursivas (CHARAUDEAU, 2009) fundem-se e projetam o que Charaudeau (2018) e Maingueneau (2008) definem como *ethos*. Em sua obra “Discurso político”, Charaudeau (2018, p. 115) afirma que o *ethos* é o resultado de uma identidade dupla, pois “O sentido veiculado por nossas palavras depende ao mesmo tempo daquilo que somos e daquilo que dizemos.”.

O estudo desse conceito, todavia, não é recente. Maingueneau (2008), em suas considerações sobre a origem do termo, retoma a retórica aristotélica (2005) e menciona que o *ethos* é um recurso argumentativo, pois visa a atribuir credibilidade ou captação por meio da construção de uma imagem de si no discurso. Em outras palavras, a comunicação feita pelo enunciador - seja pelas escolhas lexicais, seja pelas sintáticas e semânticas – já produz uma imagem dele próprio no discurso, cujas percepção e compreensão pelo destinatário provocam uma reação favorável ou desfavorável ao projeto de fala do enunciador. Portanto, o *ethos* que o enunciador projeta é o resultado das próprias escolhas sociocomunicativas, tanto no campo verbal quanto no não verbal, mas a interpretação do destinatário pode não coincidir com a imagem de si veiculada pelo enunciador, por isso Maingueneau (2008) diferencia o *ethos* visado do *ethos*, de fato, produzido.

[...] a noção de *ethos* remete a coisas muito diferentes conforme seja considerada do ponto de vista do locutor ou do destinatário: o *ethos* visado não é necessariamente o *ethos* produzido. Um professor que queira passar uma imagem de sério pode ser visto como monótono; um político que queira suscitar a imagem de um indivíduo aberto e simpático pode ser percebido como um demagogo. Os fracassos em matéria de *ethos* são moeda corrente. (MAINGUENEAU, 2008, p. 16).

No *corpus*, por exemplo, o enunciador projeta uma imagem de sabedoria, firmeza e seriedade ao trazer um assunto de cunho econômico

para ser debatido diretamente com os seus seguidores e demais usuários da rede social.

iii) O governo quer saber como você ganha R\$5 mil e paga R\$10 mil de cartão, mas não quer saber como uma pessoa que ganha um salário mínimo faz para sobreviver, pagando luz, moradia, educação, compra do mês e gás. Esse é o questionamento que tem sido feito nas redes sociais e faz todo sentido, e eu te explico o porquê.

A partir de uma aproximação entre realidades socioeconômicas diferentes, “o governo quer saber como você **ganha R\$5 mil e paga R\$10 mil**, mas não quer saber como uma pessoa que ganha **um salário mínimo** faz para sobreviver”, o EUe busca criar uma imagem de político engajado e antenado com as demandas populacionais, principalmente com as de classes mais baixas. No entanto, ao nomear esse governo e alguns componentes como “gastos de Lula e de Janja”, percebe-se que há uma outra *intencionalidade*: construir uma crítica às tomadas de decisão do governo atual, como se pode ver no exemplo a seguir:

iv) Se estivessem preocupados mesmo com a transparência dos gastos públicos, por que não investigar as empresas estatais que estão dando prejuízo **agora com Lula**? Investigar os gastos absurdos **da Janja**? Dar transparência para os gastos dos ministros **do Lula**? (grifos nossos).

Essas construções adjetivas deixam transparecer a identidade social desse sujeito enunciativo que, embora tente projetar apenas uma imagem altruísta de si, também revela, em seu discurso, um posicionamento contra o governo do presidente atual, o político Luiz Inácio Lula da Silva, filiado ao Partido dos Trabalhadores. Ressalta-se, portanto, a fusão da identidade social e da identidade discursiva na projeção de um *ethos*.

Além disso, outro aspecto importante sobre o *ethos* é o seu desdobramento. Charaudeau (2018, p. 118), ao abordar a dinâmica do *ethos* no discurso político, afirma que há “duas grandes categorias de *ethos*: o *ethos* de *credibilidade* e o *ethos* de *identificação*”. Em relação ao *ethos* de

credibilidade, há uma tentativa de ou ratificar a *legitimidade* ou conquistá-la, o enunciador, então, precisa corresponder a três condições: a de *sinceridade*, a de *performance* e de *eficácia*. É com base nessas condições que o EUE pode desenvolver um *ethos* de “sério”, de “virtuoso” ou de “competente”.

Já em relação ao *ethos* de *identificação*, Charaudeau (2018) afirma que esse se constrói por meio de imaginários sociodiscursivos, isto é, de representações sociais que são produzidas a partir de saberes de conhecimento ou de crenças.

Toda construção do *ethos* se faz em uma relação triangular entre si, o outro e um terceiro ausente, portador de uma imagem ideal de referência: o si procura endossar essa imagem ideal; o outro se deixa levar por um comportamento de adesão à pessoa que a ele se dirige por intermédio dessa mesma imagem ideal de referência. (CHARAUDEAU, 2018, p.137).

Na análise do *corpus*, investiga-se o desenvolvimento argumentativo atrelado à projeção de diferentes *ethé* do político, mas, especialmente, o de *identificação*, tendo em vista que a compreensão que os destinatários fazem sobre a informação do pix e a crença de que esse projeto pode prejudicar as classes mais pobres são o que sustentam a argumentação desenvolvida pelo enunciador.

4. Estratégias de manipulação no vídeo-comunicado

Nesta seção, lançamos mão de análise de algumas sequências discursivas¹³ (SD) a partir de algumas categorias de língua e de discurso que auxiliam, pelo processo de semiotização do mundo, na descridibilização do adversário. Sendo assim, são consideradas, nesse processo, as operações de *identificação*, *qualificação*, *ação* e *causação*; bem como os princípios de

13 Ressalta-se que aqui o conceito “sequências discursivas” não se inscreve na perspectiva pecheutiana, mas toma sentido mais objetivo, haja vista ter sido escolhido para nomear as sequências transcritas que dão corpo escrito ao vídeo-comunicado.

alteridade, pertinência, influência e regulação. Além disso, também visamos a averiguar a construção do *ethos* do deputado Nikolas Ferreira em uma problemática de influência.

SD1: **O governo quer saber** como você ganha R\$5 mil e paga R\$10 mil de cartão, **mas não quer saber** como **uma pessoa que ganha um salário mínimo** faz para sobreviver, pagando luz, moradia, educação, compra do mês e gás. Esse é o questionamento que tem sido feito nas redes sociais e faz todo sentido, e **eu te explico** o porquê. (grifos nossos).

Ao iniciar o comunicado da taxação do pix no Brasil, o EUE se utiliza de alguns procedimentos de *identificação* e *qualificação*. Para nomear o adversário, primeiro lhe atribui, genericamente, o substantivo “governo”. Logo em seguida, o enunciador identifica e particulariza o público mais afetado com a decisão do governo, com a oração adjetiva “pessoa **que ganha um salário mínimo**”.

Esse procedimento estabelece, já no início do comunicado, o princípio de *alteridade*, haja vista que o enunciador reconhece que o público se enquadra no universo temático do comunicado (princípio de *pertinência*) como afetado pela decisão e, sobretudo, pela particularização “que ganha um salário mínimo”, como o grupo mais prejudicado com a resolução governamental.

Outra estratégia, motivada pela causação taxação do pix, são as ações que estruturam a narrativa do comunicado por meio da fórmula [**quer p**, mas não **quer q**]. Ao encadear as ações pelo verbo “querer”, o enunciador seleciona a força argumentativa para a oração encabeçada pela palavra gramatical “mas”, que é um operador argumentativo por excelência (Cf. Anscombre; Ducrot, 1983 e Koch, 2011), comportando sempre o argumento mais forte e a *intencionalidade* discursiva, que se revela por meio de visadas. Sendo assim, para o enunciador, o governo “quer saber como você ganha R\$5 mil e paga R\$10 mil de cartão”, quando deveria se preocupar com “como uma pessoa

que ganha um salário mínimo faz para sobreviver, pagando luz, moradia, educação, compra do mês e gás”.

Ou seja, o governo **quer p** (que é irrelevante e danoso ao trabalhador informal), mas **não quer q** (a verdadeira questão social que deveria ser de interesse público). Competindo os argumentos [**quer p**, mas **não quer q**], o EUe deixa marcado sua visada de *fazer-saber*, posicionando-se como esclarecedor da situação “eu te explico”, causada por um potencial desgoverno, que não se preocupa com as classes sociais com menos recursos financeiros.

Em termos de *ethos*, na SD1, o EUe projeta uma imagem de contrariedade às ações do governo vigente, pois, ao identificar a gestão pelo uso da 3ª pessoa, “O governo”, cria-se uma noção de distanciamento tanto físico quanto ideológico, já que, logo em seguida, o EUe também questiona o posicionamento adotado sobre a falta de preocupação com os direitos básicos do povo, como acesso à educação, à moradia e à alimentação. Charaudeau (2018) explica que os *ethé* de identificação de um político podem ser de “potência”, de “caráter”, de “inteligência”, de “chefe” ou de “solidariedade”.

Nessa primeira sequência discursiva, há um *ethos* de “caráter” sendo projetado pelo enunciador, tendo em vista que o deputado utiliza da *provocação* e da *polêmica* (Charaudeau, 2018), para demonstrar sua honestidade e sinceridade, o que indica uma argumentação, pois o *ethos* projetado tem como objetivo opor a imagem do deputado ao comportamento político do governo Lula. O uso, por exemplo, do substantivo “questionamento”, para retomar a atitude governamental de fiscalizar os gastos do povo, releva a iniciativa, por parte do enunciador, de instigar uma dúvida ou reflexão no destinatário, levando-o a uma indagação sobre as decisões da gestão Lula. Charaudeau (2018, p. 141) comenta que a eficácia de uma provocação reside, justamente, em sua construção como um ato de sinceridade, cuja finalidade é um *fazer-fazer*, ou seja, levar o destinatário a reagir ao que foi enunciado. Na SD1, o enunciador quer captar a atenção dos seus seguidores e do público geral, buscando um engajamento do público em seu vídeo-comunicado. Na última oração da sequência “e eu te explico o porquê”, inclusive, orienta o TUD a entender, a

partir das palavras do enunciador, sobre o “problema” exposto pelo próprio deputado, colocando-se em uma posição de sabedoria e sinceridade.

Em relação à segunda sequência, na SD2, O EUe continua se valendo da estratégia que põe em evidência o argumento mais forte em periferia direita, em orações cuja *intencionalidade* se revela pelas coordenações estabelecidas pelo operador argumentativo “mas”.

SD2: O governo Lula vai monitorar seus gastos com cartão de crédito e pix que movimentam acima de R\$5 mil reais para pessoas físicas e R\$15 mil para empresas. Isso todo mundo já sabe. E não, o pix **não será taxado, mas é bom lembrar que** a comprinha da China **não seria** taxada, **foi; não ia** ter sigilo, **mas teve**; você **ia ser** isento do imposto de renda, **não vai** mais; **ia ter** picanha, **não teve**. O pix não será taxado, mas não duvido que possa ser. (grifos nossos).

Nessa relação, para desqualificar o adversário, identificado pelo sintagma nominal “governo Lula”, estabelece-se a fórmula [**não p, mas q**], com vistas a levar o interlocutor, por meio de estratégias de captação, a ser influenciado. O *ethos* de “caráter” projetado no início da SD1 auxilia na ratificação desse argumento, uma vez que o enunciador busca apenas informar sobre as decisões do governo, auxiliando e informando o povo sobre as últimas decisões que os prejudicam. Sendo assim, a partir da estrutura, tem-se **não p** “o pix não será taxado”, **mas q** “é bom lembrar que a comprinha da China não seria taxada, foi; não ia ter sigilo, mas teve; você ia ser isento do imposto de renda, não vai mais; ia ter picanha, não teve”, o enunciador faz declarações polêmicas deturpadas, ao negar afirmações anteriores do governo. Essa organização sentencial destaca, pela operação de *ação* realizada por paralelismo sintático, a visada discursiva do EUe de desacreditação do adversário.

A *processualidade* (Cf. Pauliukonis, 2016), encadeada pelo paralelismo sintático de verbos no futuro do pretérito e pelo pretérito perfeito nas seguintes ocorrências “a comprinha da China não seria taxada, foi; não ia ter sigilo, mas teve; você ia ser isento do imposto de renda, não vai mais;

ia ter picanha, não teve” põe em destaque o conteúdo aspectual do tempo linguístico a serviço da *intencionalidade* do EUe. O subjuntivo, caracterizado por *processualidades* incertas, descreve o aspecto de inconsistência nas ações de verbos em “não **seria** taxada, foi; não **ia** ter sigilo, mas teve; **ia** ser isento, não vai mais; **ia** ter picanha, não teve”.

Por outro lado, ao selecionar as orações cuja *processualidade* evidencia o aspecto verbal de certeza, caracterizado pelo indicativo dos verbos em periferia direita, o EUe inclina o enfoque do argumento para as orações que se estruturam sob esse aspecto de modo. Por fim, para efetivar sua visada e consolidar o conteúdo informacional investido no paralelismo sintático, desenvolvido sob encomenda de uma estratégia de captação, o EUe retoma a fórmula inicial **não p, mas q** “O pix **não será taxado, mas não duvido que possa ser.**”, atribuindo, mais uma vez, a força argumentativa à oração que comporta o argumento de descredibilização do adversário identificado pelo sintagma nominal “governo Lula”.

Essa construção lógica realizada pelo EUe revela também a projeção de um *ethos* de credibilidade. Ao buscar questionar a sinceridade do governo Lula, o enunciador, por meio das estruturas paralelas, quer comprovar seu ponto de vista: a gestão do PT é contraditória, logo não se pode confiar nela. Para alcançar essa credibilidade, é necessário que o EUc – deputado Nikolas Ferreira – tenha uma identidade discursiva crível – político engajado e preocupado com as medidas econômicas voltadas para a população –, a qual, no *corpus*, é desenvolvida e projetada a partir tanto de um *ethos* de “virtude” –, porque o enunciador afirma, ainda na SD1, que vai informar ao povo sobre a taxaço – quanto de “competência –, uma vez que, argumentativamente, revela uma incoerência nas ações anteriores de seu adversário, buscando, assim, ratificar sua imagem de honesto e sincero.

Outra estratégia utilizada pelo EUe, nutrida por uma visada patêmica (revolta) de *fazer-crer*, orienta-se por meio de nominalizações e caracterizações na enumeração de termos que sequenciam o sintagma “trabalhador informal”.

SD3: Enfim, quem será mais afetado com essa medida será o trabalhador informal: **feirantes – o seu João que vende picolé como ambulante –, motorista de “Uber”, pedreiros, entregadores de “Ifood”**. Todos aqueles que lutam diariamente para ganhar a vida honestamente vão sofrer. Esses trabalhadores que já vivem no aperto agora terão suas movimentações vigiadas, como se fossem grandes sonegadores. Se fizer uma vaquinha para pagar o churrasco, vai ser complicado de explicar no imposto de renda. (grifos nossos).

O EUe, para exercer influência sobre o TUD, primeiro delimita seu interlocutor, particularizando-o como “trabalhador informal”. Em seu projeto de influência, essa particularização, engendrada por nominalizações e caracterizações, atuam como mecanismos que alimentam a visada patêmica, uma vez que o dano da ação governamental se revela mais expressivo em um grupo social específico, o grupo de trabalhadores de baixa renda. Para levar o TUD a se identificar como principal lesado, o EUe enumera os seguintes termos nominais **“feirantes – o seu João que vende picolé como ambulante –, motorista de ‘Uber’, pedreiros, entregadores de ‘Ifood’”**, com o intuito de determinar seu TUD, mas, sobretudo, de efetivar sua visada patêmica, visto que somente as classes sociais mais baixas seriam prejudicadas com a ação do governo. Novamente, o EUe joga com o *ethos* de identificação pelo uso da provocação direta ao destinatário. No último período, inclusive, a partir da seleção de um período composto por subordinação: **“Se fizer uma vaquinha para pagar o churrasco, vai ser complicado de explicar no imposto de renda.”**, o enunciador dialoga com uma das promessas do governo Lula, baratear o preço da carne, e insere essa fala em uma oração condicional que já indica que o destinatário não tem dinheiro o suficiente para bancar essa compra, uma vez que precisa fazer uma “vaquinha”, isto é, juntar dinheiro advindo também de outros indivíduos. Com isso, é criada uma problematização dupla por meio de uma visada patêmica, pois se objetiva instigar um sentimento de grande insatisfação no destinatário, que, além de não ter recursos para comprar alimentos, ainda precisaria pagar imposto sobre esse gasto.

Adiante, o EUE também se vale de particularizações e do *ethos* de identificação que vão ao encontro de seu objetivo de selecionar seu TUD e de causar polêmica e provocação em grupos de baixa renda. Nas sentenças “Todos aqueles que lutam diariamente para ganhar a vida honestamente vão sofrer” e “Esses trabalhadores que já vivem no aperto agora terão suas movimentações vigiadas, como se fossem grandes sonegadores” o direcionamento é reiterado pelas anáforas encapsuladoras “Todos aqueles” e “Esses trabalhadores”, que remontam ao quadro de *identificação* do público em foco no cenário de dano. Além disso, o enunciador também se utiliza de caracterizações, por meio de orações encaixadas adjetivas, que fazem coro à visada patêmica de revolta e indignação. Os trabalhadores de baixa renda “que lutam diariamente” e “que já vivem no aperto” agora, não bastando suas adversidades, terão mais um entrave trabalhista com a taxação do pix “como se fossem grandes sonegadores”.

SD4: O amor está custando caro demais. Pensa comigo. Microempreendedores representam **70% das empresas do país**. Em 2025, por exemplo, **o MEI poderá faturar R\$81 mil por ano**, ou seja, pouco mais de R\$6 mil reais por mês. Essa maioria de brasileiros, muitos não declaram imposto de renda, porque senão não conseguem pagar suas contas. Se é difícil sem declarar, **imagina o PT tirando 27.5% que você ganha**. É impossível sobreviver porque se fosse para pagar imposto alto igual na Suíça, mas ter o serviço da Suíça de saúde, educação e transporte, ok, mas o brasileiro paga imposto alto para continuar tendo serviço de saúde educação e transporte do Brasil. (grifos nossos).

Na SD4, o uso de dados estatísticos – embora sem a apresentação da fonte de pesquisa e referência – é utilizado para projetar um *ethos* de credibilidade, o de “competência”. Assim, para um destinatário leigo, a apresentação de possíveis fatos atribui uma imagem de sabedoria e conhecimento ao enunciador. Charaudeau (2018, p. 125) afirma que “O *ethos* de ‘competência’ exige de seu possuidor conhecimento profundo do domínio particular no qual exerce sua atividade, mas deve provar igualmente que tem

os meios, o poder e a experiência necessários para realizar completamente seus objetivos.” Logo, o enunciador não só problematiza as ações governamentais, demonstrando sua competência política em fiscalizar o governo, mas também, por meio de dados sem fonte, evidencia sua suposta competência econômica.

Portanto, a projeção de diferentes *ethé* de identificação e de credibilidade é utilizada para ratificar o posicionamento do Eu-enunciador. Os argumentos selecionados, então, são construídos a partir dos elementos linguísticos-discursivos que estão, intrinsecamente, relacionados aos *ethé* do enunciador, como se pode visualizar no esquema a seguir, em que há o predomínio da seleção de algumas categorias de língua e de discurso na projeção dos *ethé* de identificação e de credibilidade:

Quadro 1: Categorias de língua e de discurso em projeção de *ethé*

Sequência	Discurso	Categorias de língua	Categorias de discurso	<i>Ethé</i> projetados
SD1	O governo quer saber como você ganha R\$5mil e paga R\$10 mil de cartão, mas não quer saber como uma pessoa que ganha um salário mínimo faz para sobreviver [...] e eu te explico.	Substantivos e orações adjetivas.	Identificação e qualificação do adversário, do destinatário e de si.	<i>Ethos de identificação:</i> <i>ethos</i> de caráter.
SD2	[...] o pix não será taxado , mas é bom lembrar que a comprinha da China não seria taxada , foi; não ia ter sigilo, mas teve ; você ia ser isento do imposto de renda, não vai mais [...]	Verbos, conjunções e advérbios.	Ação e causação a partir da relação entre promessas do governo que, aparentemente, não foram cumpridas e ocasionaram problemas ao destinatário.	<i>Ethos</i> de credibilidade: <i>ethos</i> de “virtude” e de “competência”

Sequência	Discurso	Categorias de língua	Categorias de discurso	<i>Ethé</i> projetados
SD3	Enfim, quem será mais afetado com essa medida será o trabalhador informal: feirantes - o seu João que vende picolé como ambulante - motorista de “Uber”, pedreiros, entregadores de “Ifood” . [...]	Substantivos, orações adjetivas e adjuntos adnominais.	Identificação e qualificação das categorias de trabalhadores afetados, com especificação das classes da informalidade “de Uber” e “de Ifood”.	<i>Ethos</i> de identificação: <i>ethos</i> de caráter.
SD4	[...] Microempreendedores representam 70% das empresas do país. Em 2025, por exemplo, o MEI poderá faturar R\$ 81 mil por ano [...]	Numerais, preposições e substantivos.	Identificação e nomeação de possíveis porcentagens e valores relacionados ao destinatário.	<i>Ethos</i> de credibilidade: <i>ethos</i> de “competência”.
SD5	Sendo assim, esses milhões de brasileiros não vão mais usar cartão de crédito, pix, débito ou transferência bancária , para não cair na mira do governo , que só está pensando em arrecadar , sem te oferecer nada . Prova disso é que o Lula aumentou os gastos do cartão da presidência e colocou sigilo para os gastos dele com a Janja	Numerais, substantivos, adjuntos adnominais, verbos e advérbios.	Identificação das transações financeiras e dos “culpados”, qualificação do posicionamento governamental e nomeação de ações antagônicas.	<i>Ethos</i> de identificação: <i>ethos</i> de “caráter”.

Fonte: Criação nossa com base em Charaudeau (2007; 2018)

No quadro, é possível visualizar que a categoria de *identificação*, a partir do uso de substantivos e palavras com esse valor, como pronomes e numerais, nomeia não só o problema “o governo”, “Lula”, “pix”, mas também o destinatário “motoristas de Uber” entre outros. Desse modo, o *ethos* de “caráter” é utilizado para provocar e instigar esse público-alvo, em uma visada patêmica, a partir da apresentação de um antagonista que joga contra o povo: o governo Lula, e de seu salvador que esclarece e pontua essa trama: o enunciador benevolente. Portanto, a má-fé do enunciador também se revela na encenação de uma narrativa em que ele se coloca enquanto herói salvador, por trazer uma informação de preocupação social, enquanto seu adversário político apenas tem interesses econômicos próprios.

Algumas palavras finais

O uso das mídias digitais como veículo de comunicação não é, em si, a causa da manipulação da verdade, mas o meio pelo qual a desinformação circula e viraliza com mais alcance e velocidade até chegar ao público final – o consumidor de informação. As informações que circulam nas mídias sociais, com disparos de mensagens em massa nas diversas plataformas, têm potencial discursivo para ampliar ou reduzir a popularidade e o capital político de partidos ou indivíduos candidatos a algum cargo público eletivo. A divulgação de notícias falsas ou de manipulação de informações, como método de campanha político-eleitoral, tem interferido no processo democrático das eleições e na forma como pensar e fazer política em um contexto em que a informação circula rapidamente em ambiente virtual, sem regulamentação jurídica e com pouco (ou nenhum) controle do que circula nas redes sociais por parte das empresas de tecnologia. Sem regulamentação, o combate à desinformação, com política de verificação e checagem da autenticidade/veracidade das informações, é uma necessidade para haver eleições limpas.

O vídeo-comunicado faz o TUd, trabalhador brasileiro, se identificar como o principal prejudicado caso a Receita Federal fizesse, de fato, a

fiscalização do pix, embora o órgão já faça a fiscalização de movimentações financeiras para evitar fraudes e sonegação fiscal. O controle do pix é uma ferramenta para o estado brasileiro evitar crimes de natureza fiscal, mas o discurso político da direita distorceu e manipulou a informação no espaço público, omitindo o verdadeiro motivo da proposta de fiscalização: combater crimes financeiros. Dessa forma, a instância cidadã foi bombardeada tanto por ‘notícias falsas sobre taxaço do pix’, quanto por rumores de veracidade, sem nenhuma comprovação de verdade, criando no discurso um efeito de dramatização com potencial discursivo para suscitar medo, apreensão e desconfiança da população. Como resultado, a Receita Federal recuou da decisão e não alterou o método de fiscalização vigente. Ao operar com “meias verdades”, *impostura*, *má-fé* e com *fake News*, a instância política manipula a verdade de maneira a tirar disso proveito político.

De acordo com o exame linguageiro de algumas sequências discursivas, pôde-se observar que o EUe se mune de algumas estratégias linguístico-discursivas para efetivar suas visadas sobre o público-alvo. Para o fortalecimento de sua face, por exemplo, o enunciador investe em fórmulas que alocam a força argumentativa em sentenças que revelam traços de *ethos* do “bom político”, preocupado com as demandas de um povo menos favorecido financeiramente. Além disso, também se revelaram produtivas as estratégias de nominalizações e de caracterizações que desqualificam o adversário “governo Lula”, ator da taxaço do pix no Brasil, segundo o EUe.

Neste estudo, averiguou-se a manipulação no discurso político a partir de certas visadas que se situam na base do projeto de influência de um EUc, conferindo-lhe um *ethos* de “bom político”. Para isso, por meio do quadro teórico-metodológico da Semiologia do Discurso, realizaram-se análises de algumas sequências discursivas que dão corpo escrito à transcrição do vídeo-comunicado do EUe. Espera-se que este exame linguageiro demonstre como a manipulação, quando articulada por estratégias produtivas, pode levar o interlocutor a efetivar a visada do locutor em determinado cenário de comunicação. Espera-se também que as demais sequências discursivas,

que não foram exploradas devido à extensão deste trabalho, possam servir de objeto para outros estudos.

Referências

ANSCOMBRE, Jean Claude; DUCROT, Oswald. *L'argumentation dans la langue*. Bruxelas: Mardaga, 1983.

ARISTÓTELES. *Retórica*. 2ª ed. Trad. Manuel Alexandre Júnior, Paulo Farmhouse Alberto e Abel do Nascimento Pena. Lisboa: Imprensa Nacional-Casa da Moeda, 2005 (Col. Biblioteca de Autores Clássicos).

CHARAUDEAU, Patrick. *A manipulação da verdade: do triunfo da negação às sombras da pós-verdade*. Tradução de Dóris de Arruda C. da Cunha, André Luís de Araújo. – São Paulo: Contexto, 2022.

CHARAUDEAU, Patrick. *Linguagem e discurso: modos de organização*. Coord. da equipe de trad. Ângela M. S. Corrêa; Ida Lúcia Machado. São Paulo: Contexto, 2019.

CHARAUDEAU, Patrick. *Discurso político*. Tradução: Fabiana Komesu e Dilson Ferreira da Cruz. - 2ª. ed, 4ª reimpressão. - São Paulo: Contexto, 2018.

CHARAUDEAU, Patrick. Uma análise semiolinguística do texto e do discurso. In: PAULIUKONIS; Maria Aparecida Lino; GAVAZZI, Sigrid. (Orgs). *Da língua ao discurso: reflexões para o ensino*. Rio de Janeiro: Lucerna, 2007.

CHARAUDEAU, Patrick. Visadas discursivas, gêneros situacionais e construção textual. In: MACHADO, Ida Lucia; MELLO, Renado de. (Orgs.) *Gêneros: reflexões em análise do discurso*. Programa de Pós-graduação em Estudos Linguísticos, Faculdade de Letras da UFMG, 2004.

KOCK, Ingedore Grunfeld Villaça. *Argumentação e linguagem*. 13. ed. São Paulo: Cortez, 2011.

MAINGUENEAU, Dominique. A propósito do ethos. In: MOTTA, Ana Raquel; SALGADO, Luciana. (Orgs.). *Ethos discursivo*. São Paulo: Contexto, 2018. p. 11 - 29.

PAULIUKONIS, Maria Aparecida Lino. Texto e discurso: processos de semiotização do real. *Diadorim*, Rio de Janeiro, v. 18, n. especial (2016), p. 105-115, 2016.

RABATEL, Alain. *Homo Narrans*: por uma abordagem enunciativa e interacionista da narrativa. Trad. Maria das Graças Soares Rodrigues, Luís Passeggi e João Gomes da Silva Neto. São Paulo: Cortez, 2016.

Anexo

Transcrição do vídeo em sequências discursivas

SD1: O governo quer saber como você ganha R\$5 mil e paga R\$10 mil de cartão, mas não quer saber como uma pessoa que ganha um salário mínimo faz para sobreviver, pagando luz, moradia, educação, compra do mês e gás. Esse é o questionamento que tem sido feito nas redes sociais e faz todo sentido, e eu te explico o porquê.

SD2: O governo Lula vai monitorar seus gastos com cartão de crédito e pix que movimentam acima de R\$5 mil reais para pessoas físicas e R\$15 mil para empresas. Isso todo mundo já sabe. E não, o pix não será taxado, mas é bom lembrar que a comprinha da China não seria taxada, foi; não ia ter sigilo, mas teve; você ia ser isento do imposto de renda, não vai mais; ia ter picanha, não teve. O pix não será taxado, mas não duvido que possa ser.

SD3: Enfim, quem será mais afetado com essa medida será o trabalhador informal: feirantes – o seu João que vende picolé como ambulante –, motorista de “Uber”, pedreiros, entregadores de “Ifood”. Todos aqueles que lutam diariamente para ganhar a vida honestamente vão sofrer. Esses trabalhadores que já vivem no aperto agora terão suas movimentações vigiadas, como se fossem grandes sonegadores. Se fizer uma vaquinha para pagar o churrasco, vai ser complicado de explicar no imposto de renda.

SD4: O amor está custando caro demais. Pensa comigo. Microempreendedores representam 70% das empresas do país. Em 2025, por exemplo, o MEI poderá faturar R\$81 mil por ano, ou seja, pouco mais de R\$6 mil reais por mês. Essa maioria de brasileiros, muitos não declaram imposto de renda, porque senão não conseguem pagar suas contas. Se é difícil sem declarar, imagina o PT tirando 27.5% que você ganha. É impossível sobreviver porque se fosse para pagar imposto alto igual na Suíça, mas ter o serviço da Suíça de saúde, educação e transporte, ok, mas o brasileiro paga imposto alto para continuar tendo serviço de saúde educação e transporte do Brasil.

SD5: Sendo assim, esses milhões de brasileiros não vão mais usar cartão de crédito, pix, débito ou transferência bancária, para não cair na mira do governo, que só está pensando em arrecadar, sem te oferecer nada. Prova disso é que o Lula aumentou os gastos do cartão da presidência e colocou sigilo para os gastos dele com a Janja, mas quer tirar o sigilo bancário de você, cidadão comum e empreendedor. Sigilo para ele, vigilância para você. Prazer, Lula.

SD6: E qual o objetivo real dessas medidas? arrecadar mais impostos. Tirar dinheiro do seu bolso. Mas não pense que isso vai para a saúde, segurança ou educação. Isso eu nem preciso provar. Basta uma pergunta: qual serviço que o Estado oferece na sua cidade de qualidade? Virou comum pagar imposto e pagar também outra empresa para fazer o mesmo serviço que o Estado não faz.

SD7: “O país não estava quebrado?”, “Agora todo mundo tem R\$5 mil na conta?”. Vem cá, gênio, que eu vou te explicar. Basta ter R\$5 mil movimentados na conta para entrar na mira da Receita. Ou seja, o “Uber” que gastou com gasolina, manutenção, freio, suspensão, limpeza e outros custos e movimentou R\$5 mil na conta, ele tem R\$5 mil livre no bolso? Claro que não. O ambulante que movimenta acima de R\$5 mil no mês para sustentar a família agora está na mira da Receita; o entregador do “Ifood” que corre horas para fazer sua meta, também está. O governo disse que essas medidas são “modernização fiscal”. Conversa para boi dormir.

SD8: “Ai, quem não deve não teme”. Ah, é mesmo? Se estivessem preocupados mesmo com a transparência dos gastos públicos, por que não investigar as empresas estatais que estão dando prejuízo agora com Lula? Investigar os gastos absurdos da Janja? Dar transparência para os gastos dos ministros do Lula? O que aconteceria se a gente abrisse o sigilo bancário do Lula? Do Pacheco? Do Moraes? E de algum ministro? Por que o alvo da vigilância em formato de “transparência” é para o cidadão comum e não para eles mesmos? O vilão do Brasil é quem ganha R\$5 mil reais e não declara para poder sobreviver? Vocês querem mesmo que o brasileiro engula isso?

SD9: Em breve, os comércios estarão usando esta placa [imagem no vídeo com o seguinte aviso: “ATENÇÃO! Não aceitamos cartão de crédito, débito, pix ou transferência bancária”], e todo mundo vai voltar a usar dinheiro vivo. Afinal de contas, ninguém quer trabalhar o mês inteiro para depois o governo vir e morder o seu salário.

SD10: “Mas e aí, Nikolas? O que vocês irão fazer?”. Nós fizemos uma ação de controle de constitucionalidade junto ao PL nacional para derrubar essa decisão da Receita Federal no STF. Sim, ao STF. Que a maioria que está lá foi indicada pelo PT. Eu sei que é desanimador, mas é a única saída que a gente tem. Percebeu a consequência de um voto mal dado?

SD11: Por fim, mas não menos importante: a oposição está coletando assinaturas para um projeto de lei para impedir que esse tipo de quebra de sigilo mascarado de “transparência” seja realizado. E, em breve, vamos divulgar quem está a favor do governo tirar mais dinheiro seu. E nisso, eu preciso de você para cobrar. Não importa se você é de direita, esquerda, centro, gosta de mim ou não, é hora de entender que se a gente não parar o Lula, o Lula vai parar o Brasil.