



Análise do discurso do perfil de “Deus” no Twitter (OCriador)¹

Maurílio Luiz Hoffmann da SILVA ²

Resumo: Este trabalho usa as contribuições da Análise de Discurso Francesa para analisar dois dispositivos de análise – o dito e não dito – relacionados ao discurso irônico e o discurso feito a partir de plataformas eletrônicas de produção, nesse caso a Internet. Como ferramenta de produção do discurso, escolheu-se o microblog Twitter devido à visibilidade obtida por ele nas publicações atuais (periódicas e acadêmicas) e ainda devido à limitação de 140 caracteres por post. Dentre os perfis existentes, o escolhido foi o *OCriador*, um perfil *fake* de Deus. Analisa-se, dessa forma, 20 tweets publicados na referida conta. Chega-se a conclusão de que existem características predominantes no discurso “de Deus”, tais como a ironia e a crítica à igreja evangélica, principalmente sobre o apego aos bens materiais e aos chavões evangélicos.

Palavras-chave: Mídia Digital. Análise de Discurso Francesa. Twitter. OCriador.

Introdução

Como afirma Silva (2008, p. 39) existem várias linhas de análise de discurso e por isso é preciso deixar claro qual o caminho, quais pressupostos teóricos serão usados ao analisar as formas de produção.

Neste trabalho, serão usadas as contribuições da Análise de Discurso Francesa, buscando analisar dois dispositivos de análise – o dito e não dito – relacionados com o

¹ Artigo apresentado no GT 6 – História da Mídia Digital no 1º Encontro de História da Mídia da Região Norte, realizado em Palmas – TO nos dias 7 e 8 de outubro de 2010.

² Técnico em informática pelo IFTO. Bacharel em Comunicação Social com habilitação em Jornalismo pela Universidade Federal do Tocantins. e-mail: mauhoff@gmail.com

discurso irônico e o discurso feito a partir de plataformas eletrônicas de produção, nesse caso a Internet.

Escolheu-se o Twitter como ferramenta de produção, devido à grande visibilidade e, principalmente pela forma como ele transforma a publicação textual na Internet, devido à limitação de 140 caracteres por post.

Dentre os perfis do Twitter, escolheu-se o perfil *OCriador*, um perfil declarada e evidentemente falso (*fake*) de Deus. Tal perfil foi escolhido devido ao caráter irônico sabidamente presente.

Para fins deste trabalho, o enunciador que publica nesta conta do Twitter será chamado de Deus, pois é dessa forma que ele se apresenta no perfil.

Análise do Discurso

A Análise do Discurso começou a se desenvolver na década de sessenta do século vinte na Europa, principalmente em países como a Alemanha, Inglaterra e França. Teve como precursores o lexicólogo Jean Dubois e o filósofo Michel Pêcheux.

Sousa (2008, p. 40) afirma, com base em Mussalin e Bentes, que essa teoria “tem como suporte o método de análise estruturalista, o conceito de ideologia marxista e o conceito de sujeito advindo da teoria psicanalítica”. A autora lembra ainda que o objetivo da AD é demonstrar que “o discurso é o lugar em que esse pode observar a relação entre língua e ideologia, compreendendo-se como a língua produz sentido por/para os sujeitos” (ORLANDI apud SOUSA, 2008, p. 40).

Segundo Pilla e Quadros (2009, p. 3) a AD surgiu com o propósito de investigar os fenômenos linguísticos inexplicáveis por meio de pesquisas que tomavam como unidade básica a palavra (em sentido estrito) ou a frase. Neste sentido cabe ressaltar que a AD

não trata da língua, não trata da gramática, embora essas coisas lhe interessem. Ela trata do discurso etimologicamente, tem em si a ideia de curso, de percurso, de correr, por em movimento. O discurso é assim palavra em movimento, prática de linguagem [...] não trabalha com a língua enquanto

Alcar – Associação Brasileira de Pesquisadores de História da Mídia
I Encontro de História da Mídia da Região Norte
Universidade Federal do Tocantins – Palmas – outubro de 2010

sistema abstrato, mas com a língua no mundo, com maneiras de significar, com homens falando, considerando a produção de sentidos enquanto parte de suas vidas, seja enquanto sujeitos, seja enquanto membros de uma determinada forma de sociedade (ORLANDI apud PILLA; QUADROS, 2009, p. 2).

Ainda segundo os autores, o processo de análise do discurso busca interrogar os sentidos estabelecidos entre as mais diversas formas de produção, que podem ser verbais (textos orais e escritos) e não verbais (imagens como a fotografia e linguagem corporal como a dança), desde que elas produzam sentido para a interpretação.

Para a AD, o que interessa não é a organização lingüística do texto, mas ‘o que o texto organiza em sua discursividade, em relação à ordem da língua e das coisas. Não analisamos o sentido do texto, mas como o texto pode produzir sentidos’, afirma Orlandi (1998, p. 11) (PILLA; QUADROS, 2009, p. 2).

Orlandi (1999, p. 59) afirma ainda que a “Análise de Discurso não procura o sentido ‘verdadeiro’, mas o real do sentido em sua materialidade lingüística e histórica. Para Mittmann (apud SILVA, 2008, p. 40) o sentido não nasce da vontade repentina de um sujeito enunciador. “O discurso tem uma memória, ou seja, ele nasce de um trabalho sobre outros discursos que ele repete, ou modifica.” Ao que Orlandi (1999, p. 62) acrescenta que “todo discurso se estabelece na relação com um discurso anterior e aponta para outro”.

Mittmann (apud SILVA, 2008, p. 40) ressalta que “essa repetição ou modificação não é necessariamente intencional, consciente, nem imediata. [...] Ao contrário, pode ser oculta ao sujeito enunciador”.

Dessa forma, para a realização do trabalho de análise discursiva é necessário dar atenção às estratégias usadas pelo enunciador. Como afirmam PILLA e QUADROS (2009, p. 2) é preciso

observar os jogos cênicos, as entrelinhas, o explícito e implícito, o dito e o não-dito. O leitor precisa ter sensibilidade para perceber os efeitos de sentido subjacentes ao texto. Afinal, todo dizer se inscreve num cosmo sentidos pré-construídos em constante diálogo e imbricação, um mutável e agitado universo prenhe de significados.

O Dito e o Não Dito

Tendo em mente a necessidade de se voltar atenção também ao que não está explícito no texto, tem-se como escolha para o desenvolvimento deste trabalho o dispositivo analítico da AD que envolve o **dito** e o **não-dito**. Escolha que é baseada em Orlandi (1999, p. 82) ao afirmar que “se as novas maneiras de ler, inauguradas pelo dispositivo teórico da análise do discurso, nos indicam que o dizer tem relação com o não dizer, isto deve ser acolhido metodologicamente e praticado na análise”.

Importa, como orienta Orlandi (2002, p. 59), colocar o dito em relação ao não dito, o que o sujeito diz em um lugar com o que é dito em outro lugar, o que é dito de um modo com o que é dito de outro, “procurando ouvir, naquilo que o sujeito diz, aquilo que ele não diz, mas que constitui igualmente os sentidos de suas palavras” (PILLA; QUADROS, 2009, p. 8).

Orlandi (1999, p. 82) afirma que o **não-dizer** tem sido objeto de estudo de alguns linguistas, dentre os quais ela traz as contribuições de Ducrot. Para este autor, o **dito** (explícito) traz consigo um **não-dito** (implícito). Ducrot separa aquilo que deriva propriamente da instância da linguagem – pressuposto – daquilo que se dá em contexto – subentendido. “O posto (o dito) traz consigo necessariamente esse pressuposto (não dito mas presente). [...] O subentendido depende do contexto (ORLANDI, 1999, p. 82)”. “O implícito é o não dito que se define em relação ao dizer” (ORLANDI apud SILVA, 2008, p. 48).

Nesta perspectiva, entende-se que os sentidos podem ser lidos num texto mesmo não estando ali, sendo de suma importância que se considere tanto o que o texto diz quanto o que ele não diz, ou seja, o que está implícito, que não é dito, mas é significado (SILVA, 2008, p. 41).

Orlandi (1999, p. 82) afirma ainda que na AD existem noções que encampam o **não dizer**, tais como a noção de interdiscurso, a de ideologia e a de formação discursiva.

Orlandi (2005, p. 33), em consonância com Pêcheux, conceitua interdiscurso como [...] todo conjunto de formulações já feitas e já esquecidas que

determinam o que dizemos. É o dizível, histórica e linguisticamente definido; o enunciável, o já-dito, exterior à língua e ao sujeito, mas que está no domínio da memória discursiva (SILVA, 2008, p. 42).

Como afirma Silva (2008, p. 43) pode-se dizer que a produção de sentido ocorre na relação entre dito e o não-dito. Tanto os sujeitos como os sentidos de seus discursos são determinados pelas formações discursivas, as quais operam através dos saberes constituídos na memória do dizer. “As formações discursivas, como lugar de construção dos sentidos, são inscritas numa formação ideológica e determinam “o que pode ou deve ser dito””.

Ironia

Outro fenômeno da linguagem também eleito para ser estudo presente no corpus é a ironia, a qual segundo Sousa (2008, p. 41) “surpreende-se como sendo um processo discursivo podendo ser observada em diferentes manifestações de linguagem”.

O produtor de ironia encontra formas de chamar a atenção do enunciatário para o discurso, e através desse procedimento, contar com sua adesão. Sem isso a ironia não se realiza. O conteúdo, portanto, estará subjetivamente assinalado por valores atribuídos pelo enunciador, mas apresentados de forma a exigir a participação do enunciatário (BRAIT apud SOUSA, 2008, p. 41).

O discurso irônico desencadeia um jogo entre o que o enunciado diz e o que enunciador quer dizer, constando o envolvimento do enunciatário. “Desse modo, pode-se dizer que a natureza da ironia é a ambiguidade, por possuir vários sentidos, tornando a interpretação impossível de ser resolvida, e gerando muitas vezes o humor” (SOUSA, 2008, p. 42).

O humor e a ironia, portanto, também serão levadas em conta ao se realizar a análise de discurso nesse trabalho.

O Discurso na Cultura Digital

**Alcar – Associação Brasileira de Pesquisadores de História da Mídia
I Encontro de História da Mídia da Região Norte
Universidade Federal do Tocantins – Palmas – outubro de 2010**

Não se pode deixar de fora a mudança trazida à produção de discursos após a popularização da informática e principalmente da Internet. Lemos (2008, p. 2) lembra que Marcuschi evidencia o surgimento de um novo discurso, o eletrônico.

Os processos de comunicação delineados pelas transformações culturais podem moldar o pensamento e a sensibilidade dos seres humanos e propiciam o surgimento de novos canais e ambientes socioculturais, em especial, na hipermídia. Desse modo, as manifestações da cibercultura são um universo infindável de conteúdos. E diversos são os aparatos que procuram dar alguma organicidade ao imenso conteúdo da rede – textos, imagens e sons se conectam em rede, de maneira múltipla (LEMOS, 2008, p. 2).

Na Internet, cada sujeito além de enunciatário é também um enunciador em potencial, pois a produção de conteúdo no meio *online* está cada vez mais acessível. Além disso, a velocidade da informação também muda neste meio. Tudo se comunica ao mesmo tempo. E essa lógica se manifesta inclusive no Twitter.

Sobre o “meio”, Lemos (2008, p. 2) lembra Maingueneau, o qual argumenta que “quando tratamos do *midium* de um gênero do discurso, não basta levar em conta seu suporte material no sentido estrito [...]. O modo de transporte e de recepção do enunciado condiciona a própria constituição e modela o gênero de discurso”.

Sabe-se que a mediação do mundo digital nos processos comunicativos desencadeia um conjunto de mudanças. Não se trata da somatória dessas linguagens antigas e super-exploradas, mas de uma nova narrativa – que se utiliza de todas as outras, acrescida da participação interativa do leitor. Assim a linguagem tende a se ajustar aos limites e às possibilidades de expressão do novo meio (LEMOS, 2008, p. 4).

A web 2.0 significa colaboração. Em sua versão mais antiga (1.0) a web era voltada apenas para o consumo de informação. Já na web 2.0 o leitor participa e produz conteúdo.

É na web 2.0 que nascem os blogs, os microblogs e as mídias sociais, as quais são usadas para manter redes de contatos *online*. Uma das ferramentas mais usadas nesse sentido é o Twitter.

Mesmo com super doses de gerúndios e função fática o discurso, o twitter sobrevive e cresce. Por quê? Porque sua potência é o formato, a arquitetura e

não o conteúdo. A arquitetura da rede cala mais fundo que os conteúdos que circulam por ela. A arquitetura da rede é sua política e isso é algo que a política elitista sobre conteúdos moderna, verticalista e idealista – não compreende porque “pensa velho”. Twitter é um emergente minúsculo da era da fluidez, 140 caracteres da *desinvenção* da modernidade. Quando algo nos molesta – e isso é com todos – é porque nos transforma (MANCINI apud LEMOS, 2008, p. 13).

Definição e Análise do Corpus

Conforme ressalta Orlandi (1999, p. 62) “um dos primeiros pontos a considerar, se pensamos a análise, é a constituição do corpus”.

[...] Inicia-se o trabalho de análise pela configuração do corpus, delineando-se seus limites, fazendo recortes, na medida mesma em que se vai incidindo um primeiro trabalho de análise, retomando-se conceitos e noções, pois a análise de discurso tem um procedimento que demanda um ir-e-vir constante entre teoria, consulta ao corpus e análise (ORLANDI, 1999, p. 66-67).

Seguindo estes preceitos, a definição do corpus deste trabalho se apresenta da seguinte maneira. Primeiro, de todas as formas possíveis de discurso optou-se, principalmente por questão de afinidade, em buscar algo na Internet. Definiu-se, em seguida o Twitter, como espaço. Dado o grande número de perfis existentes, procurou-se um que reunisse não apenas o discurso “livre” da web, mas também outras características passíveis de análise – o **dito**, o **não-dito**, a **ironia**, o **interdiscurso**.

Chegou-se então ao perfil *OCriador* que diz ser Deus. Deste perfil foi coletada a página de posts do dia 17 de junho de 2010, a qual reunia 20 tweets (microtextos) datados a partir do dia 14. Destes 20 posts, foram retirados do corpus os que continham links para páginas externas, por entender que estes extrapolavam a limitação anteriormente acertada de se analisar textos do Twitter (limitado a 140 caracteres).

Restaram dessa forma 15 tweets, os quais serão analisados após uma breve apresentação do perfil *OCriador*.



OCriador

Name DEUS
Location Céu
Web <http://sacdivino.org>
Bio Onipresente, Onisciente,
Onipotente e Online.
3,415 following 291,093 followers 10,816 listed

O perfil *OCriador* foi criado em 4 de dezembro de 2008 e tem como dados o nome (Deus), a localidade (Céu), um site da web ao qual o perfil é vinculado (<http://sacdivino.org>) e uma pequena biografia na qual se lê: “Onipresente, Onisciente, Onipotente e Online”. Aqui o enunciador brinca com aliteração para reforçar a presença de Deus também no ambiente virtual.

Pelo perfil é possível notar ainda a intertextualidade explícito pela foto que está no avatar, a qual é um recorte da obra “A criação de Adão” pintada por Michelangelo no teto da Capela Sistina.

Análise dos Posts

O Cristo Redentor será, finalmente, reinaugurado. Vamos ver se dessa vez não aparece nenhum “pichador de Cristo”.

about 5 hours ago via Web

Neste primeiro post se fazem presentes duas ocorrências de intertextualidade. Na primeira oração, Deus³ faz referência a uma notícia publicada no mesmo dia no Portal R7⁴, segundo a qual a estátua do Cristo Redentor, que fica no Rio de Janeiro, seria reinaugurada após quatro meses de reforma. O uso do advérbio *finalmente* é usado para salientar a demora na realização das atividades.

³ Sabe-se que não é o Deus bíblico quem escreve tais posts no Twitter, entretanto será adotada essa nomenclatura por ser esse o nome que aparece na descrição do perfil.

⁴ <http://noticias.r7.com/rio-e-cidades/noticias/cristo-redentor-sera-reinaugurado-no-proximo-dia-30-20100617.html>

Alcar – Associação Brasileira de Pesquisadores de História da Mídia
I Encontro de História da Mídia da Região Norte
Universidade Federal do Tocantins – Palmas – outubro de 2010

Já a segunda oração remete a notícia publicada no portal G1⁵ em 22 de abril, na qual a manchete dizia: “Pichador de Cristo se entrega a polícia”. Aqui a ironia se estabelece ao criticar a forma como o site nomeou o criminoso, como se “pichador de Cristo” fosse uma profissão, ou uma ocupação do criminoso preso.

O menino Jesus ficou grato aos Três Reis Magos pelo ouro, incenso e mirra. Mas o que ele queria mesmo era um Playstation 3...
about 7 hours ago via web

Neste trecho acontece mais uma vez a intertextualidade remetendo a passagem bíblica do nascimento de Jesus (Natal). Já o interdiscurso de evidencia por que o texto faz menção do console de vídeo game Playstation 3, um dos três consoles da nova geração de jogos mais vendidos no mundo ao lado do X-Box 360 e do Nintendo Wii.

A interdiscursividade se dá ainda ao lembrar que no Natal (data na qual Jesus nasceu e ganhou os presentes dos três Reis Magos) é a época em que as crianças ganham os presentes desejados durante todo o ano. Fica registrada também a crítica aos valores consumistas contemporâneos os quais estariam afetando inclusive o filho de Deus.

Jesus expulsou os mercadores da porta do templo para evitar que eles entrassem e se tornassem pastores. Não adiantou.
about 8 hours ago via web

Mais uma vez o trecho traz a intertextualidade coma passagem bíblica do livro de Mateus (21:12) onde Jesus expulsa os mercadores da porta do templo. No entanto, o tom irônico observado tanto aqui como na maior parte dos tweets “divinos” é construída por meio da relação estabelecida entre os pastores das igrejas evangélicas e os mercadores.

Para Deus, o ato de expulsar os mercadores da porta da igreja não adiantou por que existem hoje muitos representantes de diversas vertentes do cristianismo (pastores;

⁵ <http://g1.globo.com/rio-de-janeiro/noticia/2010/04/pichador-de-cristo-se-entrega-policia.html>

Alcar – Associação Brasileira de Pesquisadores de História da Mídia
I Encontro de História da Mídia da Região Norte
Universidade Federal do Tocantins – Palmas – outubro de 2010

profetas; apóstolos; etc.) que “comercializam” a salvação, proferindo entre outros discursos como: “se você der a igreja um pouco de seus bens, você terá reservado um pedacinho do céu...”.

Jesus nasceu no estábulo, sob condições precárias, e foi colocado em uma manjedoura. Mas poderia ser pior, poderia ser no SUS.

about 9 hours ago via web

Mais uma vez a já exposta relação com o nascimento de Jesus (intertextualidade). No entanto o tom crítico aqui não se volta às questões religiosas, mas às políticas. Deus crítica o problema encontrado na saúde pública no Brasil – isso para falar de apenas um dos problemas. Na concepção do autor, nascer em um estábulo consegue ser melhor do nascer em maternidades da rede pública, aqui representadas pela sigla SUS – Sistema Único de Saúde.

A frase “o sangue de Jesus tem poder” é linda, mas foi dita pela 1ª vez por um apóstolo de ressaca de vinho após a Santa Ceia.

about 11 hours ago via web

Aqui, Deus traz uma frase que faz parte do senso comum “O sangue de Jesus tem poder”, outra citação bastante divulgada, principalmente em igrejas evangélicas. Ele a classifica como “linda”, porém aponta um surgimento bem inusitado. Segundo ele, um de seus apóstolos teria bebido muito vinho na Santa Ceia – mais uma vez o interdiscurso com “[...] E, tomando o cálice e dando graças, deu-lho, dizendo: Bebei dele todos. Porque isto é o meu sangue, o sangue do Novo Concerto, que é derramado por muitos, para remissão dos pecados (Mateus 26.26-28) [...]”.

Certas igrejas conseguiram o que toda grande empresa sempre sonhou: clientes fiéis.

about 21 hours ago via web

Mais uma vez Deus retoma a intertextualidade com outra frase amplamente divulgada no meio religioso evangélico: “Deus é fiel”. Vem junto aqui um tom de ironia

**Alcar – Associação Brasileira de Pesquisadores de História da Mídia
I Encontro de História da Mídia da Região Norte
Universidade Federal do Tocantins – Palmas – outubro de 2010**

ao relacionar as igrejas com (grandes) empresas e seus seguidores com clientes. Mais uma vez Deus reforça seu ponto de vista de que as igrejas, principalmente as evangélicas, estão mais voltadas a interesses materiais do que sagrados.

É possível ainda, fazer uma relação intertextual com o post acima que trata da expulsão dos mercadores da porta do templo.

Cuidado para o Bispo não colocar sua salvação em cheque...

3:07 PM Jun 16th via web

Mais uma vez Deus reforça o caráter materialista da igreja cristã contemporânea. Apesar de existirem Bispos tanto nas igrejas católicas quanto nas evangélicas, entende-se que, assim como as outras, essa crítica seja voltada às evangélicas, pelo mesmo motivo já mencionado de elas se preocuparem bem mais com a contribuição monetária de seus “clientes”.

O interessante aqui é o trocadilho que Deus faz com a expressão “colocar em cheque”, (recuperada também do senso-comum) a qual expressa o sentido de que o fim do jogo está próximo no xadrez; existem poucas (ou talvez uma) saídas – o caminho para a salvação. A saída seria, pelo menos para os Bispos, pagar uma quantia em dinheiro. O fato de pagar em cheque, e não em dinheiro em espécie, traz também a ideia de que esta quantia não seria pequena.

Cuidado com vegans que propagam os benefícios dos vegetais. A serpente fazia o mesmo, sobre a maçã.

1:59 PM Jun 16th via web

Neste post, Deus brinca com as pessoas vegetarianas, “vegans” para os íntimos. A intenção aqui parece indicar que os vegetarianos não são dignos de confiança, pois o texto traz a relação com o livro Gênesis, da Bíblia, no qual uma serpente induziu o ser humano ao primeiro pecado cometido, que teve como consequência a expulsão do paraíso.

Alcar – Associação Brasileira de Pesquisadores de História da Mídia
I Encontro de História da Mídia da Região Norte
Universidade Federal do Tocantins – Palmas – outubro de 2010

Outra relação possível de se realizar, levando em conta o caráter religioso do perfil, é a relação com religiões orientais, as quais consideram a vaca um animal sagrado.

Falta de Fé é o padre colocar alarme no carro.

10:20 AM Jun 16th via web

Apresenta uma crítica ao discurso dos padres, os quais pregam que quando se tem fé nada de ruim acontece. Aqui mais uma vez é ressaltada a preocupação com os bens materiais, e principalmente o apego a eles.

Eu sou dono do mundo e pai dos filhos do dono.

8:04 AM Jun 15th via web

A frase apenas reforça a Onipotência divina, entretanto, Deus usa da repetição da palavra “dono”, quando poderia construir a frase de outra maneira. Ao que parece, a intenção aqui é mais uma vez reafirmar a condição de apego material, a posse das coisas, inclusive do mundo.

Vocês pegaram o Galvão Bueno para Cristo e agora reclamam por ele se achar o dono da Verdade.

7:45 AM Jun 15th via web

Somente este e o primeiro post têm relação direta com um acontecimento contemporâneo. O fato aqui foi o envolvimento dos internautas, principalmente os tuiteiros, na campanha CALA BOCA GALVAO. Ela começou no dia da abertura da Copa do Mundo de 2010, a qual estava sendo transmitida pela rede Globo, com comentários de Galvão Bueno.

O excesso de comentários emanados pelo comentarista começou a irritar as pessoas e a expressão CALA BOCA GALVAO foi se espalhando rapidamente pelo Twitter, chegando a ser a frase mais publicada no mundo no mesmo dia e permanecendo no ranking por mais quatro dias.

Alcar – Associação Brasileira de Pesquisadores de História da Mídia
I Encontro de História da Mídia da Região Norte
Universidade Federal do Tocantins – Palmas – outubro de 2010

Galvão Bueno deu uma declaração no Globo Esporte no mesmo dia, dizendo que as pessoas estavam certas em expressar suas vontades e que ele não se sentia ofendido pelo movimento.

Tal declaração gerou nova revolta no Twitter por isso a expressão “agora reclamam por ele se achar o dono da Verdade”.

Deus usa a intertextualidade com duas expressões populares: “pegar pra Cristo” e “ser o dono da verdade”. Pegar pra Cristo recai muito bem sobre o discurso divino de fazer sofrer, hoje em dia significando mais “pegar no pé” do que “causar sofrimento”. Já querer ser o dono da verdade, é comum em situações de opressão onde a pessoa se sente acuada e muda seu discurso para não ir de encontro à multidão.

Não sejam ingênuos, vocês não devem sair acreditando fielmente
em tudo que lêem por aí, a Bíblia é só uma exceção.

7:10 AM Jun 15th via web

Primeiramente notasse um tom de crítica às pessoas que não possuem senso crítico aguçado e tomam todas as informações que recebem como verdade. O uso de “fielmente” emana o interdiscurso religioso.

A forma como foi construída a frase traz como primeira impressão que Deus irá incluir a Bíblia entre as coisas na quais não se deve acreditar, principalmente depois de conhecermos o discurso “do contra” deste enunciador. No entanto, ele faz uma ressalva, dizendo que a Bíblia é só uma exceção. Se a intenção era fazer uma ressalva clara, o trecho poderia ser transcrito da seguinte maneira: “Não sejam ingênuos, vocês não devem sair acreditando fielmente em tudo que lêem por aí, exceto na Bíblia”.

Há tantas testemunhas de Jeová convidando os outros para falar
de Jesus que o coitado está aqui com a orelha vermelha.

2:01 PM Jun 14th via web

A crítica aqui recai sobre as testemunhas de Jeová, as quais são conhecidas por sair de casa em casa convidando as pessoas para falarem sobre religião. Muitas pessoas inclusive se sentem irritadas devido à insistência destes pregadores.

Usa da intertextualidade mais uma vez com uma crença do senso comum de que quando se fala de uma pessoa sem ela estar presente sua orelha arde e fica vermelha. O acontecimento causa tanta pena que ele usa o adjetivo “coitado” para se referir a Jesus.

Profetas, por favor, substituam suas placas de "o fim está próximo"
por "esqueçam, é tarde demais".

12:43 PM Jun 14th via web

Aqui a intertextualidade se realiza com os desastres ambientais causados pelo aumento da temperatura terrestre, causada principalmente pela poluição. O que fica implícito é que Deus não vê mais escapatória, que o ser humano escreveu o próprio destino. Ele mandou profetas para avisar, mas ninguém os deu ouvidos.

Considerações Finais

Após analisar os posts do perfil de “Deus”, pode-se perceber algumas características predominantes, como a ironia e crítica à igreja, principalmente a evangélica. A maioria deles criticando o apego aos bens materiais e a chavões profanados pelos evangélicos.

Tal ironia se constrói na maior parte dos tweets por meio de intertextualidade quase sempre implícita (**não-dito**) com passagens bíblicas e frases que fazem parte do senso comum.

Consideradas tais observações, pode-se dizer que o caráter crítico/irônico do perfil agrada os internautas, pois ele é um dos perfis mais seguidos do Twitter – 291.093 seguidores.

Referências

ORLANDI, Eni Puccinelli. **Análise de discurso**: princípios e procedimentos. Campinas, SP: Ponte, 1999.

SILVA, Obdália Santana Ferraz. Os ditos e os não ditos do discurso: Movimentos de sentido por entre implícitos da linguagem. **Revista Faced**, Salvador, n. 14, p.39-53, jul./dez. 2008.

SOUSA, Ana Caroline Luiza de. Análise do discurso aplicada em charges e cartuns políticos. **Crátilo**: Revista de Estudos Linguísticos e Literário, Patos de Minas, Mg, n. 1, p.39-48, 2008.

LEMOS, Lúcia. O poder do discurso na cultura digital: o caso Twitter. In: JORNADA INTERNACIONAL DE ESTUDOS DO DISCURSO, 1., 2008, Maringá, Pr. **Anais....**

Disponível em:

<<http://www.dle.uem.br/jied/pdf/O%20PODER%20DO%20DISCURSO%20NA%20CULTURA%20DIGITAL%20leмос.pdf>>. Acesso em: 26 mar. 2009.

PILLA, Armando; QUADROS, Cynthia Boos de. Charges: um leitura orientada pela Análise do Discurso de linha francesa. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 32., 2009, Curitiba, Pr. **Anais...** . Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2009/resumos/R4-2082-1.pdf>>. Acesso em: 22 jun. 2010.