

## SIMPÓSIO AT171

### O DISCURSO POLÍTICO ELEITORAL NA ARENA DAS REDES SOCIAIS: A DISCURSIVIZAÇÃO DA IMAGEM

FREITAS, Geisa Fróes de  
UFBA/IFBA  
gff\_ba@hotmail.com

**Resumo:** A segunda década do século XXI é marcada por novas práticas políticas e novas formas de comunicação política dada a consolidação do uso das redes sociais virtuais na sociedade pós-moderna, de modo que é possível verificar a apropriação de plataformas virtuais pelos candidatos aos pleitos nas últimas eleições, alcançando além de visibilidade, mas sobretudo, acompanhando as mudanças e relações da política com a cibercultura. As imagens ganham forte destaque, pois conforme afirma Barthes (2003, p.201), “ a imagem é certamente mais imperativa do que a escrita, impondo a significação de uma só vez”. Nessa perspectiva, esse trabalho busca compreender como a discursivização da imagem no quadro teórico que se inscreve a Análise do Discurso e da Semiologia. Para isso, será fundamental a compreensão do processo de discursivização da imagem, a partir das contribuições da semiologia histórica. De acordo com Courtine (2006), o discurso político aderiu as novas formas, tornou-se mais curto, fragmentado, imagético, sincrético e, por isso, uma análise que privilegie apenas os métodos linguísticos torna-se insuficiente. Assim, ele propõe uma análise que compreenda a mutação dos modos de comunicação política para sua apreensão global. Para isso, selecionamos o *corpus* disponível nos perfis dos candidatos no *Facebook* e *Instagram* às eleições presidenciais do Brasil, no pleito de 2018, para analisar os mecanismos de constituição do *ethos* semiotizado nas campanhas eleitorais a fim de ampliar as discussões sobre as metamorfoses sofridas pelo discurso político, de modo a abrir expectativas para que possamos continuar a problematização das relações da Análise do Discurso e da Semiologia histórica.

**Palavras-chave:** Discurso político eleitoral; Discurso imagético; Redes sociais; Semiologia histórica.

**Abstract:** The second decade of the 21st century is marked by new political practices and new forms of political communication given the consolidation of the use of virtual social networks in postmodern society, so that it is possible to verify the appropriation of virtual platforms by the candidates in the last elections, reaching beyond visibility, but above all, following the changes and relations of politics with cyberculture. The images are strongly emphasized, as Barthes (2003, p.201) affirms, "the image is certainly more imperative than writing, imposing signification at once." In this perspective, this work comprehends how the discursivization of the image in the theoretical framework that inscribes the Analysis of Discourse and Semiology. For this, it will be fundamental to understand the process of discursivization of the image, based on the contributions of historical semiology. According to Courtine (2006), political discourse has adhered to the new forms, has become shorter, fragmented, imaginary, syncretic and, therefore, an analysis that favors only linguistic methods will become

insufficient. Thus, he proposes an analysis that understands the mutation of modes of political communication to its global apprehension. To do this, we selected the corpus available in the profiles of the candidates on Facebook and Instagram in the presidential elections of Brazil in the 2018 election to analyze the mechanisms of constitution of the semiotized ethos in the electoral campaigns in order to broaden the discussions about the metamorphoses suffered by the discourse political, in order to open expectations so that we can continue the problematization of the relations of Discourse Analysis and historical Semiology.

**Keywords:** Electoral political speech; Image speech; Social networks; Historical semiology.

## Introdução

O discurso político esteve na base da fundação e constituição da Análise do Discurso. De lá para cá, esse domínio vem sofrendo mutações em seus modos de produção, representação e circulação e, requer, portanto, um olhar renovado e atualizado, pois com o advento da *internet* e os avanços das tecnologias da informação e da comunicação, o discurso político atual revela-se complexo e diverso em suas manifestações e práticas discursivas. Por isso, consideramos que o domínio político é um campo bastante relevante para investigação científica nas diversas áreas da ciência e da vida social.

No Brasil, a Análise do Discurso constitui-se como um campo fértil, pois tem apresentado nas últimas décadas uma multiplicidade de abordagens, métodos e objetos de análise para dar conta do que acontece hoje diante dos funcionamentos contemporâneos das discursividades sincréticas. Para Gregolin (2011), essa variedade deriva da complexidade do conceito de discurso – bem como dos novos dispositivos de sua materialização – já que, ao envolver a linguagem, os sujeitos e as determinações sócio históricas, necessita da articulação de vizinhanças teóricas e possibilita enfoques diversificados para compreender o objeto *discurso*.

Nesse sentido, propomos nesta pesquisa, articular a Análise do Discurso a uma abordagem Semiológica, para tratar das diferentes materialidades que permeiam as redes sociais virtuais, a saber – os textos verbo-visuais, imagético (imagem fixa e/ou em movimento) –, já que notamos a emergência dessa ordem discursiva nas campanhas eleitorais *online*.

Para isso, teoricamente, a pesquisa amparar-se-á nos estudos do discurso presentes nas contribuições epistemológicas de M. Pêcheux, da Semiologia histórica inscritas nos estudos de J-J. Courtine (1989, 1995, 2006, 2009), dos postulados sobre o *ethos* em Maingueneau (1997, 2008a, 2008b, 2010) e do *ethos* semiotizado em Baronas (2011). E, para compreender o funcionamento discursivo do discurso político nas mídias virtuais, considera-se ainda as reflexões teóricas de Gregolin (2003, 2008, 2011), Sargentini (2003, 2011, 2015), Piovezani Filho (2003, 2006, 2007, 2009, 2011).

## 1. Análise do discurso e Semiologia histórica

Courtine (2006), em sua obra *Metamorfoses do discurso político: derivas da fala pública*, propõe que a emergência de novos regimes de discursividade determinam o discurso político na contemporaneidade, marcado, sobretudo, pelo entrecruzamento de práticas verbais e não-verbais complexas. Nesse contexto, o surgimento de novas mídias e suportes promove a espetacularização do homem político e de suas práticas, originando novas formas de produção, circulação e controle do discurso político.

Com isso, “o surgimento de diversas ferramentas tecnológicas criou a possibilidade de apreensão de todos esses materiais que são suportes do discurso político” (Sargentini, 2015, p.217). Para a referida autora, “a política se faz, nesta perspectiva, no interior e segundo as regras do espaço midiático e, por consequência, o discurso produz o acontecimento” (2015, p.219).

De acordo com Courtine (1989), não é possível fazer a mesma Análise do Discurso quando se trata de examinar o discurso político tradicional escrito, ou pronunciado numa tribuna, e quando se trata de considerar o discurso político transmitido pela televisão, na qual, em consonância e/ou em dissonância com a linguagem verbal, o corpo, as imagens e a tela participam da produção de sentidos.

Diante disso, para dar conta de todos esses suportes e recursos presentes no discurso político contemporâneo, Courtine (2009), defende a necessidade de uma Semiologia histórica do discurso; ele entende que “o

projeto de uma análise dos discursos que atribua à discursividade sua espessura histórica não está caduco” (2009, p. 9).

Assim, o pesquisador francês postula então a necessidade de alargar o enfoque da AD, considerando a constituição, a formulação e a circulação da discursividade política contemporânea, pois as mudanças sofridas pelo discurso político contemporâneo, as quais podem ser resumidas no fenômeno da *espetacularização da política*, “envolvem fatores de diversas temporalidades históricas, como a queda dos regimes totalitários, a despolitização e a dissolução de massas, o advento das novas tecnologias, bem como, a apropriação de estratégias publicitárias pela fala política”.

Pensando nessas mutações das discursividades da política contemporânea, esse fenômeno nos conduz à emergência de novos modos de pensar e sentir e, por conseguinte, novos modos de formulação semiológica e de circulação histórico-social dos discursos. Desse modo, esta pesquisa objetiva investigar a constituição do *ethos* no discurso político contemporâneo, o qual implica o surgimento de uma *cenografia digital* e de um *ethos semiotizado*.

## 2. A constituição do ethos semiotizado na companhia online

A segunda década do século XXI é evidenciada por novas práticas políticas e novas formas de comunicação política dada a consolidação do uso das redes sociais virtuais na *sociedade da tela*<sup>1</sup>, de modo que é possível verificar cada vez mais a apropriação de plataformas virtuais pelos candidatos aos pleitos federais nas últimas eleições, visto que “o modo de existir no digital é atravessado pelo estar visível ao outro”, alcançando além de visibilidade, mas sobretudo, acompanhando as mudanças e relações da política com a cibercultura. (DIAS; COUTO, 2011).

A noção de *ethos* passou por muitas transformações, e como sabemos o mundo contemporâneo não é o mesmo da Retórica Antiga e, portanto, a fala não é mais analisada pelos mesmos dispositivos, por isso nos interessa um

---

<sup>1</sup> MONGIN, O. (2004). La société des écrans. Entretien réalisé avec Claudine Haroche et Georges Vigarello. Communications, 75, pp. 219-227.

estudo do *ethos*<sup>2</sup> no âmbito discursivo. O *ethos*, nesta concepção, é um processo interativo de influência do outro, posto que é um comportamento socialmente avaliado, e que não poderá ser apreendido fora de uma situação de comunicação precisa, integrada numa determinada conjuntura sócio-histórica.

O *ethos* semiotizado está no mesmo nível do *ethos* dito (o que o enunciador diz de si) e do *ethos* mostrado (construído por meio das construções verbais), e o *ethos* semiotizado, por sua vez, construído por meio de construções não-verbais, ou “produções não linguísticas”, como denominou Maingueneau (2015).

Desse modo, o *ethos* semiotizado<sup>3</sup> (Baronas, 2011), por sua vez, é construído por meio de suportes não-verbais a partir do corpo significante do ator político, seja ele visto em fotos, vídeos na *internet* ou televisão.

### 3. Corporificando análises

As redes sociais apresentam-se como dispositivos capazes de operacionalizar diversas manifestações discursivas. O Facebook e o Instagram têm se destacado por serem considerados como um dos espaços de maior interação e visibilidade e, também, pelo número expressivo de usuários nesta última década. Com isso, podemos então compreender a adesão e o engajamento dos políticos nesta plataforma, com vistas à divulgação de sua campanha, bem como a construção da imagem de si.

---

<sup>2</sup> Segundo a tradição aristotélica, o *ethos* é uma noção que está atrelada à arte da persuasão; desse modo, a imagem que o orador constrói de si no discurso, corresponde ao caráter. Segundo Aristóteles, o termo era empregado para “[...] construção de uma imagem de si designada a garantir sucesso do empreendimento oratório”. (AMOSSY, 2008, p. 10). A partir dos estudos do discurso, especificamente, os postulados por D. Maingueneau (1997), o *ethos* passa ser entendido como a *imagem de si que o enunciador cria no momento da enunciação*, na instância do discurso; e está relacionado à adesão dos sujeitos a uma determinada posição discursiva.

<sup>3</sup> O *ethos* semiotizado é um termo cunhado por R. Baronas (2011), que surge ao se confrontar com *corpus* que não são constituídos de materiais estritamente verbais. No mesmo nível do *ethos* dito (o que o enunciador diz de si) e do *ethos* mostrado (construído por meio de construções verbais), o *ethos* semiotizado, construído por meio de construções não-verbais, interage com essas duas instâncias para, em seguida, colaborar na construção de um *ethos* efetivo. Desse modo, constrói-se “o *ethos* semiotizado a partir do corpo significante do ator político, seja ele visto em fotos, vídeos na *internet* ou televisão”. (CARREON, 2016, p.76).

Notamos, por seguinte, que o pleito da eleições presidenciais de 2018, foi marcado pela polarização entre os candidatos Fernando Haddad (PT) e Jair Bolsonaro (PSL). Assim, nossa análise será feita a partir desta regularidade, visto que as postagens instauraram discursivamente o confronto Bolsonaro *versus* Haddad.

Podemos observar muitas mudanças que afetaram as formas de produção do discurso político na virada deste século. A emergência das redes sociais possibilitou um maior engajamento dos candidatos, que valeram-se fortemente das ferramentas disponíveis nas plataformas para a construção da imagem de si e para fortalecimento da campanha eleitoral. Desse modo, eles produzem conteúdos diversos e interativos, apostam em seguidores, likes e compartilhamentos, deixando de lado a velha política, dos palanques, das longas narrativas e dos santinhos.

No recorte do *corpus*, podemos verificar que as postagens dos candidatos são feitas a partir de um quadro enunciativo (verbo-visual) que faz emergir as divergências entre os candidatos em cena, criando um clima de ataque, conflito e polarização. Como veremos nas postagens em que o verbal e o visual exploram conjuntamente essa polaridade: “a escolha é dos senhores”; “em quem votarei?”; “já comparou hoje?”; “compare antes de votar”.

O candidato Bolsonaro compara sua imagem à de Haddad, a partir do jogo comparativo dos dois corpos, lado a lado. A imagem do seu adversário sempre aparece ligada à figura do ex-presidente Lula, condenado por corrupção. Enquanto que a postagem do candidato Haddad, coloca em cena sua imagem acima do seu opositor, comparando os currículos e os planos de governo, revelando que o seu adversário não tem bom currículo e nem apresenta propostas de campanha.

Sabemos que a política eleitoral se faz nesse confronto entre a imagem de si e a imagem que o outro quer atribuir a ele. Os atores políticos ao mesmo tempo que produzem uma imagem de si, seja pelo verbo, pelo corpo, pela voz, pela imagem, através do *ethos* semiotizado, tentam se afastar da imagem que lhe é atribuída pelo seu adversário.



Figuras 1 e 2: Postagens do candidato Bolsonaro no Facebook e Instagram



Figuras 3 e 4: Postagens do candidato Haddad no Facebook e Instagram

A ideia de “política” apresenta-se amiúde estreitamente relacionada ao conceito de disputa, arena de confronto, de concorrência entre os agentes que nele se acham envolvidos, visto que o discurso do confronto, da tensão, da polêmica é intrínseco ao discurso político, sobretudo, ao discurso eleitoral. Podemos dizer que o campo político é um campo constituído de confrontos.

### Considerações finais

A escolha desse recorte de estudo, deu-se pelo interesse no modo como se dá a construção da imagem do sujeito político no contexto contemporâneo, considerando que “o discurso político possui certas propriedades que o distinguem de outros discursos e que o caracterizam como sendo de outra ordem, a ordem das discursividades líquidas, moventes, descontínuas e heterogêneas”. (PIOVEZANI, 2009).

Creemos poder contribuir para a reflexão sobre uma prática vital para a sociedade contemporânea, considerando a fecundidade das reflexões sobre o discurso político, sobretudo com o advento da *internet* e, com ela, o surgimento de diferentes plataformas e dispositivos e, por sua vez, a emergência de novas discursividades.

## Referências

- BARONAS, R. L. **Blogs de comentários políticos**: algumas notas sobre ETHOS semiotizado. In: *Ensaio em Análise do Discurso*: questões analítico-teóricas. São Carlos: EdUFSCar, 2011, p. 47-62.
- BARONAS, R. L.; MESTI, P. C.; CARREON, R. de O. (Orgs). **Análise do Discurso**: entorno da problemática do ethos, do político e de discursos constituintes. Campinas, SP: Pontes Editores, 2016.
- COURTINE, J.-J. [1982/1987/1989/1992/1994]. **Metamorfoses do discurso político**: derivas da fala pública. Trad. Nilton Milanez e Carlos Piovezani Filho. São Carlos, SP: Claraluz, 2006.
- COURTINE, J.-J. **Análise do discurso político**: o discurso comunista endereçado aos cristãos. Supervisão de Trad. Patrícia Chittoni Ramos Reuillard. São Carlos, SP: EdUFSCar, 2009.
- DIAS, C; COUTO, O. F. **As redes sociais na divulgação e formação do sujeito do conhecimento**: compartilhamento e produção através da circulação de ideias. In: *Linguagem em (Dis)curso*, Tubarão, SC, v. 11, n. 3, p. 631-648, set./dez. 2011.
- GREGOLIN, M. do R. **Análise do Discurso e Semiologia**: enfrentando discursividades contemporâneas. São Carlos: Claraluz, 2011.
- MAINGUENEAU, D. **Cenas da Enunciação**. Trad. Sírio Possenti e Maria Cecília Pérez. São Paulo: Parábola, 2008a.
- \_\_\_\_\_. **Gênese dos discursos**. Trad. Sírio Possenti. São Paulo: Parábola Editorial, 2008b.
- PIOVEZANI, C. **Verbo, corpo e voz**: dispositivos de fala pública e produção de verdade no discurso político. São Paulo: EdUnesp, 2009.
- PIOVEZANI, C.; CURCINO, L.; SARGENTINI, V. (Org.). **Discurso, semiologia e história**. São Carlos: Claraluz, 2011.
- SARGENTINI, V. M. O. **Análise do discurso político**: semiologia e história. In: XVI Congresso Internacional de la Asociación de Linguística y Filología de la América Latina (ALFAL), 2011, Alcalá de Henares. *Documentos para el XVI Congreso Internacional de la ALFAL*. Alcalá de Henares: UAH – Obras Coletivas de Humanidades, 2011, v.1.
- \_\_\_\_\_. **Discurso Político e Redes Sociais**. Revista da ABRALIN, v.14, n.2, p. 215-232, jul./dez. 2015.