A POLÍTICA E SEUS DISCURSOS NO *MÍDIUM* VIRTUAL: enunciações de candidatas à Prefeitura de Belo Horizonte

POLITICS AND ITS DISCOURSES IN THE VIRTUAL MEDIUM: enunciations of mayoral candidates in Belo Horizonte

Brenda Godinho Oliveira[1]
Pablo Alves Silva[2]
Tiago Dieguez[3]
Vitor Magalhães Souto[4]

RESUMO

Partindo da premissa de que o discurso político presente na mídia busca tanto cativar quanto informar o eleitorado das propostas de determinado candidato, neste trabalho propomos verificar como se configuram discursivamente propagandas políticas de duas candidatas à Prefeitura de Belo Horizonte, relativamente a estratégias e posições enunciadas para aproximação e convencimento do eleitorado. Buscamos entender como o domínio sobre o *mídium* também afeta a escolha de estratégias e a posição enunciativa do sujeito. A partir de um *corpus* coletado em redes sociais, notamos que a retomada discursiva e a entrada do (e)leitor na vida pessoal das candidatas foram as estratégias discursivas mais recorrentes de marcação das posições valorativas e suas respectivas ideologias. Quanto ao *mídium*, com as práticas e especificidades das redes sociais, é possível notar que o discurso político é afetado diretamente em razão do suporte no que se refere às estratégias discursivas e à própria posição enunciativa das candidatas junto aos (e)leitores em cada rede.

Palavras-chave: Discurso Político. *Mídium*. Eleições.

ABSTRACT

In the following work, we propose to verify how the enunciations of two candidates for Belo Horizonte City Hall are discursively configured, how strategies and positions are enunciated for approximation and, if we dare say, electorate selection. Normally, media discourse aims to both captivate and inform. We think that such an idea is no different for the political discourse present in the media. Thus, we seek to understand how one's grasp of the medium also affects the choice of strategies and the subject's enunciative position. From a corpus collected on social networks, we note that the discursive resumption and the constituency's entry into the candidates' personal lives were the most recurrent processes of marking valuing positions and their respective ideologies. As for the medium, it is possible to note that the practice in different social networks, with their practices and specificities, directly affects the strategies and the enunciative position of the candidates with the voters in each network.

Keywords: Political Discourse. Medium. Elections.

[1] Graduanda em Letras pela Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais. godinhob7@gmail.com
[2] Graduando em Letras pela Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais. pablo.alves.s@gmail.com
[3] Graduando em Letras pela Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais. ruasdieguez@gmail.com
[4] Graduando em Letras pela Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais vitormagalhaes3097@gmail.com

À GUISA DE INTRODUÇÃO

Tentativas, negociações, construções e rupturas de sentido sobre a coletividade e sua relação com o indivíduo, reformulações e disputas enunciativas sobre o agir, sobre a economia, sobre as relações dos mais diversos atores sociais — *sobre*, *com* e *para* a construção do poder —, a dinâmica do discurso político delineia-se por enunciações, atos assumidos por sujeitos em interação, dentro de um campo em que outros enunciados também marcam suas posições e sentidos, num domínio em que há regras, tácitas ou expressas, a guiarem a prática da enunciação (MAINGUENEAU, 2015). O discurso político forma sujeitos, sejam quais forem seus enunciadores e enunciatários, coloca-os na prática do poder político através da enunciação, molda visões e o agir.

Em nossa sociedade, particularmente engajada nas práticas da escrita do mundo digital, no uso dos dispositivos eletrônicos que incorporam semioses múltiplas, as práticas discursivas do discurso político também circulam com particularidades, conforme o *mídium*[5], (in)formando visões de mundo, cativando sujeitos, construindo e fixando novas percepções sobre a realidade. O discurso político, nos novos suportes, adequa-se, remodela-se à mídia digital, pois, como já demonstrou Maingueneau, "uma mudança importante do *mídium* modifica o *conjunto de um gênero discursivo*" (MAINGUENEAU, 2013, p. 72, grifos do autor).

Especialmente em períodos de eleição, em que o engajamento social sobre o tema do poder é mais visivelmente negociado, as enunciações políticas em ambientes midiáticos potencializam-se tanto para informar quanto para cativar. No que diz respeito às enunciações de candidatos durante o período de campanha, boa parte de seus enunciados seguramente destinam-se à aderência do maior público possível, do maior eleitorado possível.

Também é possível identificar nessas enunciações toda uma gama de relações interdiscursivas, em constante tensão e negociação, uma rede de discursos em que os enunciados também funcionam como forma de construção de posição, uma via de posicionamento perante os demais sujeitos, pois, quando candidatos trazem a suas enunciações os discursos alheios, retomando-os para confirmá-los ou refutá-los, criam uma postura enunciativa.

A construção de sua posição discursiva será marcadamente orientada, ainda, pela sua relação com o governo e as instituições públicas. Aqueles sujeitos políticos em campanha que já participam da governança e concorrem à reeleição certamente enunciam-se de locais distintos

[5] O termo *mídium*, tal como utilizado por Maingueneau, diz respeito a todo e qualquer suporte em que um gênero possa ser produzido.

e com estratégias diversas daqueles sujeitos políticos que concorrem ao pleito estando do lado de fora da governança (CHARAUDEAU, 2006).

Os (e)leitores, por sua vez, podem se alinhar a um ou a outro candidato através das imagens e dos valores que ele escolhe confirmar, ironizar, rechaçar. A aderência ocorrerá se eleitor e candidato possuírem posições afins quanto a uma determinada ideologia. Ainda que alguns candidatos afirmem ser possível governar sem expressá-las, a negação da filiação ideológica é, por si só, uma manifestação que se vincula ao campo da ideologia. O discurso político (como todos os outros) funciona dialogicamente, com ações e reações de ambos os lados, por enunciações que se inserem numa rede. Tanto o candidato quanto o eleitor participam desse jogo performático de palavras, ideias, argumentações, comportamentos, atitudes.

Outro traço das atuais práticas do discurso político, cada vez mais presente em razão do *mídium*, é a aproximação dos candidatos com o eleitorado, a apresentação de sua vida privada e a exposição de sua intimidade. Atualmente, graças ao amplo crescimento do uso das redes sociais — como o *Facebook*, que em 2019 possuía 2,38 bilhões de inscritos, e o *Twitter*, com seus 330 milhões de inscritos, segundo dados da ONG *Our World In Data* (ORTIZ-OSPINA, 2019) —, a massa eleitoral pode reconhecer, em seu possível candidato, um pouco de si mesma. Podemos supor que a identificação dos eleitores com os candidatos, de algum modo, sempre tenha ocorrido, porém a maneira pela qual se realiza hoje extrapola em muito a simples aderência aos ideais políticos ou aos projetos de campanha.

Quantas não foram as vozes nas redes, por exemplo, que louvaram o comportamento do presidente brasileiro, Jair Bolsonaro, em 22/1/2019, quando o político resolveu quebrar o protocolo e fazer uma refeição num restaurante popular em Davos, Suíça, embora pudesse escolher qualquer outro estabelecimento em razão de seu cargo? A grande projeção de uma imagem como essa não é fortuita. A situação foi registrada, fotografada e abordada por diversos veículos de informação do país, incluindo as redes sociais. Há ali um evento político e midiático que gerou identificação e reconhecimento do público, colocando em foco o discurso populista, promovendo os valores de simplicidade e de proximidade do líder com o povo.

Assim como ressalta Maingueneau (2013), com a mudança do *mídium*, aumenta-se a projeção — ora, não se trata de falar apenas com apoiadores, em um comício; estão envolvidos, também, o inimigo e o indiferente do grande público — e se torna especialmente necessário que essa maior massa seja cativada, para que ela se vincule à enunciação do candidato e se torne sua eleitora. Já com a televisão, a figura política entra em nossas casas. E, com a internet, também nós entramos nas casas dos candidatos. Se expandimos o pensamento de Maingueneau

e o trazemos para o contexto atual, com o advento de *smartphones* conectáveis, estamos todos em companhia uns dos outros, a todo o tempo. Não podemos pensar que tais ações de aproximação — o publicar sobre a vida pessoal em alguma rede, o apresentar a família, o compartilhar o lazer — sejam atos que não explicitem também posicionamentos políticos. As práticas pessoais do candidato e a forma como elas são expostas afetam como sua imagem é construída, informando ao eleitorado, também, se determinado candidato possui valores compatíveis com os seus, podendo, assim, ocupar o cargo desejado.

Uma proposta e um ensaio

Tendo em vista esse contexto, pretendemos, neste trabalho, analisar como se constroem discursivamente as enunciações de duas candidatas à Prefeitura de Belo Horizonte no pleito de 2020 — Áurea Carolina (PSOL) e Luísa Barreto (PSDB) —, através de suas publicações em três redes sociais, *Twitter, Facebook* e *Instagram*. Escolhemos analisar os enunciados das duas candidatas especialmente em função de sua participação expressiva no período pré-eleitoral nas redes e devido ao fato de apresentarem diferentes posicionamentos no espectro político. A escolha das três redes se deu, por sua vez, justamente por valermos da premissa de que o *mídium* exerce "coerções sobre seus conteúdos e comanda os usos que dele podemos fazer" (MAINGUENEAU, 2013, p. 81). Ademais, levamos em consideração o fato de que cada rede tem públicos distintos, seja por faixa etária, seja por número de inscritos, o que determina uma projeção particular das enunciações, em cada um dos três contextos, ao potencial eleitorado.

O *Twitter*, por exemplo, impõe um número máximo de caracteres por publicação, o que torna a concisão um parâmetro de comportamento discursivo. De toda forma, ainda que a rede demande uma fala mais sintética, os enunciadores conseguem informar, cativar, marcar seu posicionamento. Já em redes como o *Facebook*, em que se praticam textos mais longos, os candidatos, agora com a possibilidade de "soltar o verbo", podem criar uma narrativa mais complexa, engajar-se em discussões sobre vários assuntos do cotidiano, demonstrar de forma mais minuciosa seu posicionamento. Já no *Instagram*, em que se veicula necessariamente uma foto ou um vídeo, o recurso imagético participa da interação com os eleitores, participa na consecução de que adiram à ideia proposta na enunciação.

Passemos, então, à leitura dos *posts* coletados para o estudo.

Em relação à candidata pelo PSOL, Áurea Carolina, podemos observar como atualiza em seus *tweets* um ideal até então exclusivo da ideologia da esquerda, o *de que precisaríamos*

de uma gestão com mais amor, com mais coletividade e mais protagonismo feminino. É o que podemos perceber no excerto "é possível fazer política com honestidade, amor e compromisso", presente na seguinte peça utilizada pela candidata no *Twitter*:

Imagem 1 – Publicação de Áurea Carolina no *Twitter* (18/9/2020)

Fonte: (SILVA, 2020a)

Se conhecemos as formas de dizer de determinado domínio, seus modos, suas fórmulas, se fazemos parte de uma formação discursiva e ideológica, identificamos os valores e os relacionamos às propostas que os subjazem, que lhes dão concretude. Isso também acontece com os *slogans* políticos. Se eles atravessam os afetos do enunciatário, como no caso em questão, não se faz preciso explicitar, claramente, as propostas e ações concretas do candidato, os passos e os métodos de cada etapa do plano de governo.

No texto verbal do *tweet* de Áurea Carolina, deparamo-nos, assim, com um posicionamento bem demarcado sobre algumas questões bastante atuais no cenário político brasileiro — negociatas, estruturas de privilégios, serviços públicos etc. Já no campo de destaque da imagem, somos apresentados também a um *slogan* (se assim podemos dizer) de suas propostas de campanha, em que a candidata inova, inclusive, ao relacionar o amor à

política. Aqui, somos efetivamente apresentados à candidata, aos valores a que se alinha e a seus modos de fazer política.

Percebe-se, ainda, a valorização da proximidade, do testemunho de quem conhece a candidata de perto e acompanha seus trabalhos e suas redes, público que sabe quem ela é, sabe quais são suas propostas — afinal, "quem conhece, acredita". Isso nos leva a pensar, inclusive, num trabalho anterior de criação de vínculo com o público, uma atuação discursiva, por certo, tendo em vista que esse *slogan* tem características similares a uma resposta, a um retorno enunciativo. A familiaridade do público com os valores que a candidata enaltece e a proximidade do eleitor com a figura pública que ela constrói em sua enunciação são os sustentáculos de seu projeto interacional. Aliás, é possível observar, na enunciação, o emprego de uma estratégia bastante comum entre candidatos que se situam fora da governança, o uso da palavra de promessa (CHARAUDEAU, 2006), em que se cria um ideal social: uma política diferente, coletiva e popular, com honestidade, amor e compromisso.

Voltemos ao texto escrito utilizado pela candidata no início da publicação. Nele, o ponto inicial da argumentação se baseia num rompimento com o *status quo* da política vigente; afinal, ela propõe algo que é "diferente". Há, então, um ponto referencial anterior retomado na enunciação, objetivando a demarcação de um posicionamento em sentido contrário. Assim, constrói-se uma alternativa viável a tal conjuntura. Igualmente, acrescenta-se a esse "diferente" algo que é do povo e algo que é coletivo, *para* todos e *por* todos.

Tais menções trazem à tona, textualmente, o discurso populista de esquerda — a valorização da participação política, especialmente das camadas afastadas do processo tradicional dominado por elites culturais e econômicas, da política solidária, da justiça social e do estado de bem-estar social. Além disso, encontra-se outra estratégia do discurso populista (CHARAUDEAU, 2007): a criação de um elemento, mesmo que vago, que detém o poder no momento e causa a desestruturação do momento político. A enunciadora constrói-se, paralelamente, como uma voz dissidente, propondo renovação e aproximação aos valores humanistas. O reforço do aspecto coletivo, aqui, tem como efeito a atração de ideais relacionados à ampla participação política, à valorização dos direitos fundamentais coletivos, aos direitos humanos de segunda e de terceira gerações, em oposição a uma ideologia que se concentra sobretudo na defesa dos direitos individuais.

A vinculação ao discurso que alcança os valores do popular e do coletivo e a construção de uma posição da candidata realizam-se, portanto, pela negação do discurso contrário, das pautas da agenda neoliberal, por exemplo, algo tornado explícito em várias publicações das

redes da candidata. Palavras como *coletivo* e *popular* funcionam também, para eleitores que concordam com as práticas supostamente meritocráticas do setor privado, mais como um obstáculo de aderência, ao lhes despertarem sentimentos mais fortes de oposição do que de identificação. Nisso, a enunciação da candidata promove, em razão do discurso subjacente, uma espécie de triagem dentre os indivíduos da entidade *povo*, aproximando ou afastando sujeitos em razão de sua vinculação a uma matriz discursiva específica.

Se o ponto de partida já indicava rompimento, os elementos seguintes seguem a mesma lógica, mas, agora, de maneira mais evidente: "precisamos *romper*". Aqui, mais uma vez, enxergamos a perspectiva coletiva da enunciação da candidata. Quem precisa fazer algo não é apenas *ela*, mas um coletivo, um grupo por detrás desta primeira pessoa do plural expressa no verbo "precisamos", o que, de certa forma, pode construir a ideia de uma possível gestão transparente, com maior participação da comunidade em geral. A primeira pessoa do plural traz à cena o próprio funcionamento do discurso político. Nele, a voz da coletividade indicia uma vontade que não é somente da candidata, mas de todo um coletivo.

Atentemo-nos a outra questão do enunciado: o discurso feminista que se revela com a utilização da expressão "todos e todas". Do ponto de vista estritamente sintático, segundo a gramática normativa tradicional, não seria necessária a utilização da palavra "todas" após o uso de "todos". Porém, o reforço e a adesão da candidata ao discurso feminista, o que perpassa várias de suas publicações, indicam-nos a construção de uma pauta, a indicação de valores — a opção por esse acréscimo consubstancia suas ideias quase como numa metonímia. Dialoga-se aqui com uma rede discursiva, com os valores feministas, com a afirmação de que mulheres são tão importantes quanto homens, com um ideal de que a linguagem também deve se moldar pelas pautas sociais.

Áurea Carolina finaliza o *tweet* com uma *hashtag* (#), recurso que facilita a pesquisa por termos específicos no ambiente do *Twitter*, trazendo à baila, novamente, seu *slogan*, o que nos sugere familiaridade com o *mídium*, conhecimento da rede e de seus modos de dizer.

Podemos registrar, ademais, pela pose de Áurea na foto em seu *tweet*, uma relação interdiscursiva com fotos de Marielle Franco tornadas famosas após sua morte, em que a vereadora carioca posava olhando para o alto, posição que passou a ser vinculada a ideais de esperança, de resistência e de enfrentamento político.

Surge, assim, a possibilidade de leitura de que a candidata possui valores políticos alinhados às causas defendidas em vida por Marielle Franco, criando-se o sentido de que a

candidata à Prefeitura de Belo Horizonte também luta pelo feminismo, pelas causas populares e pelos direitos humanos.

As relações interdiscursivas, portanto, podem demonstrar a filiação a um posicionamento político, como no caso do *tweet* anterior. Em outras situações, podem funcionar para deslocar, recriar imagens, símbolos ou sentidos, como no caso da seguinte imagem, veiculada no *Facebook* da candidata Áurea Carolina:

Imagem 2 – Publicação de Áurea Carolina no *Facebook* (22/9/2020)

Fonte: (SILVA, 2020b)

Na publicação acima, vemos uma imagem da bandeira nacional, com novas cores e novo lema, "viva o SUS", e um texto escrito em que se discute, na ocasião dos trinta anos da criação do sistema de saúde, sua importância e seu atual estado de precariedade.

O deslocamento de sentido encontra-se, primeiramente, nas cores utilizadas na ilustração. As cores da bandeira, especialmente o amarelo e o verde, hoje são um símbolo de aderência ao discurso ufanista ou patriota, que vem ganhando força nos últimos anos no Brasil. A ilustração com cores que fogem das originais da bandeira, com tons de rosa em que antes havia verde e amarelo, possibilita o posicionamento da candidata, indica que ela não se alinha à matriz discursiva representada atualmente pela bandeira. A substituição somente dessas duas cores, não de todas (o branco e o azul permanecem), reforça o sentido de oposição à fala dos

demais grupos. A mudança feita no centro da bandeira, com a rejeição do lema "ordem e progresso", também pode gerar o mesmo sentido de afastamento dos valores ufanistas e patriotas.

Já no texto escrito, Áurea Carolina apresenta propostas para o SUS, mesmo que gerais, principalmente quanto à prevenção e à presença do sistema nas comunidades, através das equipes de médicos da família, por exemplo. A ideia de acesso igualitário e da saúde como direito fundamental pode nos remeter ao seu alinhamento político, especificamente ao discurso socialista e democrático.

Também ao analisarmos as publicações da candidata Luísa Barreto, filiada ao PSDB, podemos identificar relações interdiscursivas em que a candidata retoma e reitera o símbolo patriótico da bandeira, atualmente valorizado por posições de direita ou por posições neoliberais.

Imagem 3 – Publicação de Luísa Barreto no *Facebook* (7/9/2020)

Fonte: (BARRETO, 2020a)

No texto escrito utilizado pela candidata, também é possível perceber um posicionamento discursivo apoiado tanto na rejeição de valores, como em sua afirmação. Ao se vincular ao valor da independência e da democracia, rejeitando o autoritarismo e a intolerância,

vê-se a adoção do discurso liberal centrado na liberdade individual e no controle dos poderes do Estado em prol da democracia. Marca-se, aqui, um posicionamento ideológico voltado à direita, mas também tendente ao centro do espectro político. Há, assim como nas postagens da candidata Áurea Carolina, a mesma marca do discurso populista: a definição de um protagonista, que, de alguma forma, causa uma tensão no cenário político, e o enunciador é, possivelmente, a solução.

Uma argumentação que podemos identificar nos enunciados de Luísa Barreto é a de que precisaríamos de gestores com perfil técnico, tal como ela, dotados de um conhecimento útil à solução de problemas da cidade. Vejamos:

Imagem 4 – Publicação de Luísa Barreto no *Instagram* (14/9/2020)

Fonte: (BARRETO, 2020b)

A valorização do conhecimento técnico e da experiência em gestão para o exercício do cargo público, algo notável em seu enunciado, remete-nos à ideia do cargo público equiparável ao corpo técnico consultivo da iniciativa privada, ao órgão público com *status* de empresa. Interessante, aqui, o amálgama de gestão e de fazer político bem associado aos valores do discurso neoliberal, em que se preza pelo controle mínimo do Estado sobre a sociedade e o mercado e se valoriza a tomada da execução de serviços públicos aos cidadãos pela iniciativa privada.

Na seguinte publicação, também é possível perceber a vinculação da candidata ao campo discursivo liberal através da confirmação de valores como individualidade e liberdade.

Imagem 5 – Publicação de Luísa Barreto no *Twitter* (15/9/2020)

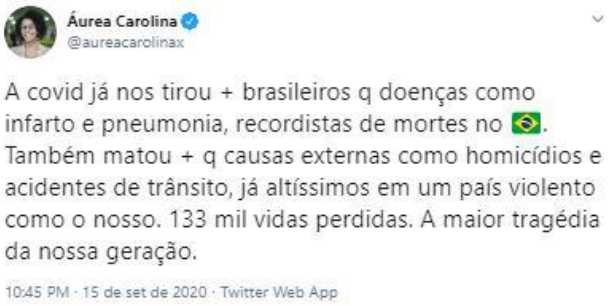
Fonte: (BARRETO, 2020c)

Considerando o contexto da pandemia da COVID-19, em que as atividades econômicas regrediram, propõe-se a retomada das atividades, do ensino e do trabalho, ou seja, valoriza-se a iniciativa privada, a liberdade dos indivíduos, e menos sujeição às determinações de resguardo social, menos controle estatal. Em algo condensado, no limite de 280 caracteres, podemos notar uma ideologia, a materialização de discursos que consubstanciam prioridades da direita brasileira durante a pandemia.

Um ponto a se observar no *tweet* da candidata é a opção por um registro mais monitorado ou solene. Luísa aposta em palavras grandes, como advérbios terminados em -mente, além de pares possivelmente redundantes, como “crianças e jovens”. Desafia a lógica ágil, sintética e multimodal que se costuma divisar no *Twitter*, uma das mais dinâmicas entre as redes sociais, que pressupõe uma interação igualmente dinâmica.

Por sua vez, a candidata do PSOL, Áurea Carolina, postou no *Twitter* também uma publicação em que aborda o mesmo assunto, porém utilizando símbolos, números, abreviações. Além de marcar seu posicionamento como candidata, com uma opinião sobre a pandemia da COVID-19, os modos de sua enunciação a indicam como usuária do *Twitter*, legitimam a candidata no *mídium* e perante o campo discursivo. O uso de abreviações e símbolos é comum no *Twitter*, em razão do limite de caracteres na rede, 280. Para que a mensagem prevista pela candidata possa ser veiculada em um único *tweet*, esses recursos se tornam importantes.

Imagem 6 – Publicação de Áurea Carolina no *Twitter* (15/9/2020)



Fonte: (SILVA, 2020c)

Na enunciação de Áurea Carolina, embora sejam contabilizados números, há também o reforço na perda de vidas e no caráter da tragédia da pandemia. Encontra-se aqui um discurso humanista, voltado à defesa da vida e da solidariedade, ao qual a candidata se vincula, gerando um posicionamento e uma forma de cativar o (e)leitor, recobrando a ideia de "fazer política com amor".

Vemos que não há, em ambas as textualizações das candidatas, uma proposta específica ou uma pauta para a questão sobre a qual se pronunciam. No que diz respeito à pandemia da COVID-19, ambas captam valores que circulam socialmente e os atualizam, constroem seu posicionamento e se vinculam a uma ideologia, possibilitando a aderência do público por meio da emoção que o texto lhes evoca, através da ação a que o texto convoca.

Em ambas as publicações, as candidatas engajam-se em uma cena enunciativa novamente tomada pelo cruzamento do racional e do emotivo — o discurso político é perpassado a todo o tempo por condições de dramatização (CHARAUDEAU, 2006). Na enunciação da candidata Luísa Barreto, por exemplo, é notável o tom, ainda que indireto, de ameaça: se não forem retomadas as atividades didáticas presenciais, crianças e jovens ficarão ainda mais exaustos e os alunos da rede pública, ainda mais atrasados.

No que diz respeito ao *mídium* e ao domínio da rede, sabe-se que Luísa Barreto retornou ao *Twitter* apenas alguns meses antes do pleito eleitoral, logo após anunciar sua pré-candidatura. Ou seja, a rede é usada prioritariamente para fins eleitorais. Enquanto Áurea Carolina tem o suporte bastante controlado, agindo conforme várias expectativas da rede, parece-nos que Luísa Barreto, ao menos nessa publicação, escapa ao *mídium* e às suas especificidades, construindo um texto em registro solene, distanciado das práticas discursivas esperadas. De todo modo, suas publicações indicam um posicionamento construído também a

partir da intimidade, do local da família e do cotidiano, não somente através da identidade pública, da expressão através de uma vida de trabalho em prol da coletividade.

Na publicação seguinte, veiculada através da mLabs[6], por exemplo, sua enunciação vai ao encontro das expectativas da rede, já que se utiliza da prática da hashtag *#tbt*. Aqui, não há o uso de palavras extensas, ou um registro solene, como em outras publicações; ao contrário, o texto escrito é curto e fluido, chegando ao eleitorado de forma bastante rápida.

Imagem 7 – Publicação de Luísa Barreto no *Twitter* (3/9/2020)

Fonte: (BARRETO, 2020d)

Pode-se identificar na enunciação a adesão ao discurso do âmbito familiar, do âmbito íntimo, com a apresentação ao público da filha recém-nascida da candidata junto aos avós da nova mãe. Assim, a candidata se posiciona, discursivamente, como figura materna, próxima também aos familiares idosos. Vemos no texto multimodal, portanto, a presença dos valores da união familiar e da política feita *por gente como a gente*, feita *com amor*, por candidatos que não escondem sua intimidade.

Também na próxima publicação, há a imagem da família da candidata, em momento de lazer, na Praça do Papa em Belo Horizonte.

[6] Trata-se de plataforma de gestão de mídias sociais em que é possível agendar posts e visualizar relatórios variados com métricas.

Imagem 8 – Publicação de Luísa Barreto no *Twitter* (23/8/2020)

Fonte: (BARRETO, 2020e)

Ao analisar a publicação da candidata, podemos perceber seu posicionamento em favor da reabertura de espaços públicos no contexto da pandemia da COVID-19, bem como a projeção de sua imagem privada como mãe. Aqui, vincula-se novamente ao discurso liberal, reforça-se o ideal dos direitos individuais, das garantias de propriedade e de uso dos bens coletivos e públicos pelo povo.

Como em outras enunciações da candidata, a questão da COVID-19 é tratada de modo a negar as posturas da municipalidade no enfrentamento da crise causada pela pandemia, canalizando o discurso liberal que aponta a necessidade de reabertura do comércio, a importância da questão econômica. Cabe, de toda forma, observar certa contemporização, um abrandamento dos valores liberais, na medida em que se torna explícita a necessidade de proteção da saúde, a importância de se tomarem, em suas palavras, *os cuidados necessários*, o que fica simbolizado pelo uso da máscara na foto postada.

Buscando um acabamento

Nas diversas publicações em redes sociais das duas candidatas à Prefeitura de Belo Horizonte, podemos perceber a construção de sentidos do fazer político, a filiação a este ou àquele valor, a esta ou àquela formação discursiva, um diálogo constante em que inúmeros

aspectos do individual e do coletivo são negociados, debatidos, rechaçados, através da dinâmica interdiscursiva.

Conforme pudemos observar no *corpus* analisado, as enunciações das duas candidatas trazem, invariavelmente, um posicionamento discursivo fincado na valorização de ideais políticos com os quais os (e)leitores podem se alinhar, aos quais possam aderir e se engajar emocionalmente. Firma-se uma posição através do enunciado, promovendo uma ideologia que evoca e convoca à aderência e à ação.

É o caso das publicações de Luísa Barreto no *Instagram,* em 14/9/2020, (imagem 4) e no *Twitter*, em 15/9/2020 (imagem 5), em que ela se coloca favoravelmente diante de ideais caros aos discursos liberal e neoliberal; e da publicação de Áurea Carolina no *Twitter,* em 15/9/2020 (imagem 6), em que a candidata afirma valores atrelados ao discurso humanitário.

Em alguns enunciados, de toda forma, também é possível verificar a ocorrência de uma retomada discursiva com o propósito de se construir uma posição contrária, como no caso da publicação de Áurea Carolina no *Twitter,* em 18/9/2020 (imagem 1), em que ela se opõe ao discurso patrimonialista e meritocrático; no caso da publicação de Áurea Carolina no *Facebook,* em 22/9/2020 (imagem 2), em que constrói um posicionamento a partir da negação do discurso ufanista e patriótico; ou, ainda, na publicação de Luísa Barreto no *Facebook,* em 7/9/2020 (imagem 3), em que se constrói um posicionamento refratário ao discurso autoritário.

Por fim, também é perceptível como outros campos discursivos, com suas práticas, regras e modelos, perpassam o político, trazendo à cena a construção de imagens de políticos mais próximos ao cotidiano, mais expostos em sua intimidade e dispostos a conjugar vida pessoal e material de campanha, afinal, eles são, nesse momento, simbióticos.

As publicações de Luísa Barreto no *Twitter,* em 23/8/2020 (imagem 8) e em 3/9/2020 (imagem 7), constroem a imagem de uma candidata próxima aos filhos e aos avós, preocupada com sua saúde e com seu lazer. A publicação de Áurea Carolina no *Twitter,* em 18/9/2020 (imagem 1), celebra o amor na política, convoca a proximidade e o testemunho daqueles que a conhecem, daqueles que compartilham de sua intimidade.

A vinculação a uma ideologia diretamente relacionada ao campo político não parece ser a única opção de engajamento perante o público, portanto, considerando as possibilidades atuais das novas mídias.

Conhecer o *mídium* e seus modos de enunciação, tornando inteligíveis os posicionamentos perante determinada matriz discursiva, é fundamental para os candidatos junto ao (e)leitorado, é fundamental para que haja êxito em sua interação e na promoção de suas

visões, valores e identidades. A visibilidade da vida privada e de aspectos da vida íntima, prática comum ao *mídium* digital, é, portanto, aspecto extremamente importante para a presença e a criação de uma posição enunciativa junto ao público eleitor. Ignorar esse aspecto central dos modos de enunciação das redes é, definitivamente, uma quebra de expectativa de comportamento. A exposição é, assim, um aspecto de adequação discursiva a que os candidatos, num pleito, possivelmente não podem se furtar.

REFERÊNCIAS

BARRETO, Luísa Cardoso. **A retomada responsável das aulas presenciais em creches e escolas é extremamente necessária [...].** [*S. l.*], 15 set. 2020c. Twitter: @BARRETO_LUISA. Disponível em: https://twitter.com/BARRETO_LUISA/status/1305979277289152512. Acesso em: 21 nov. 2020.

BARRETO, Luísa Cardoso. **Hoje aproveitei que nossas praças finalmente abriram e levei o Francisco e a Sofia para passear [...].** Belo Horizonte, 23 ago. 2020e. Twitter: @BARRETO_LUISA. Disponível em: https://twitter.com/BARRETO_LUISA/status/1297579190041157637. Acesso em: 21 nov. 2020.

BARRETO, Luísa Cardoso**. Neste 07 de setembro, lembramos o Dia da Independência do Brasil. Somos um país independente, livre e democrático! [...].** [*S. l.*], 7 set. 2020a. Facebook: @luisabarretobhz. Disponível em: https://www.facebook.com/luisabarretobhz/posts/209929353801778. Acesso em: 22 out. 2020.

BARRETO, Luísa Cardoso. **No programa de rádio Quinze Minutos com Sapia, dei uma breve entrevista [...].** [*S. l.*], 14 ago. 2020b. Instagram: @barretoluisa. Disponível em: https://www.instagram.com/p/CD42pQAlkOH. Acesso em: 21 nov. 2020.

BARRETO, Luísa Cardoso**. O #tbt de hoje é super especial! Minha filha Sofia, recém-nascida, com meus avós Benito e Irá [...].** [*S. l.*], 3 set. 2020d. Twitter: @BARRETO_LUISA. Disponível em: https://twitter.com/BARRETO_LUISA/status/1301633881490194434. Acesso em: 21 nov. 2020.

CHARAUDEAU, Patrick. O Discurso Político. *In*: EMEDIATO, Wander; MACHADO, Ida Lúcia, MENEZES, William (org.). **Análise do discurso:** gêneros, comunicação e sociedade. Belo Horizonte: Núcleo de Análise do Discurso, Programa de Pós-Graduação em Estudos Linguísticos, Faculdade de Letras da UFMG, 2006. p. 251-268.

CHARAUDEAU, Patrick. Páthos e Discurso Político. *In*: MACHADO, Ida Lúcia; MENEZES, William; MENDES, Emília (org.) **As Emoções do Discurso**. vol. 1. Rio de Janeiro: Lucerna. 2007. p. 240-251.

MAINGUENEAU, Dominique. A noção de discurso. *In*: MAINGUENEAU, Dominique. **Discurso e análise do discurso**. Trad. Sírio Possenti. São Paulo: Parábola Editorial, 2015. p. 23-33.

MAINGUENEAU, Dominique. Mídium e discurso. *In*: MAINGUENEAU, Dominique. **Análise de textos de comunicação**. Trad. Maria Cecília Souza-e-Silva e Décio Rocha. 6. ed. ampl. São Paulo: Cortez, 2013. p. 81-94.

ORTIZ-OSPINA, Esteban. **The rise of social media. [S. l.]**, 18 set. 2019. Disponível em: https://ourworldindata.org/rise-of-social-media. Acesso em: 21 set. 2020.

SILVA, Áurea Carolina de Freitas e. **A covid já nos tirou + brasileiros q doenças como infarto e pneumonia [...].** [*S. l.*], 15 set. 2020c. Twitter: @aureacarolinax. Disponível em: https://twitter.com/aureacarolinax/status/1306046394340241408. Acesso em: 21 nov. 2020.

SILVA, Áurea Carolina de Freitas e. **No último sábado o SUS completou 30 anos de criação [...]. [S. l.]**, 22 set. 2020b. Facebook: @aureacarolina. Disponível em: https://www.facebook.com/aureacarolina/posts/1447313942281187. Acesso em: 22 out. 2020.

SILVA, Áurea Carolina de Freitas e. **Uma política diferente, coletiva e popular é possível! [...]. [S. l.],** 18 set. 2020a. Twitter: @aureacarolinax. Disponível em: https://twitter.com/aureacarolinax/status/1306975110117588995. Acesso em: 19 set. 2020.