
A dinâmica dos corpos mediados pela tela em campanhas políticas nas redes sociais¹.

Nara Fonseca Borges²
Faculdade Cásper Líbero, São Paulo, SP

RESUMO

Este artigo analisa a comunicação de candidatos a deputados estaduais paulistas nas eleições de 2018 nas plataformas *YouTube* e *Facebook*, focalizando na dinâmica dos corpos mediados pela da tela. Foram analisados seis vídeos de candidatos postados entre 16 de Agosto e 06 de Outubro de 2018. Observou-se que a interação é feita através de elementos comunicacionais como: gesticulação, interação do corpo com a câmera e geração de vínculos emocionais mediados por uma tela.

PALAVRAS-CHAVE: Comunicação entre corpos; comunicação política; vínculos.

INTRODUÇÃO

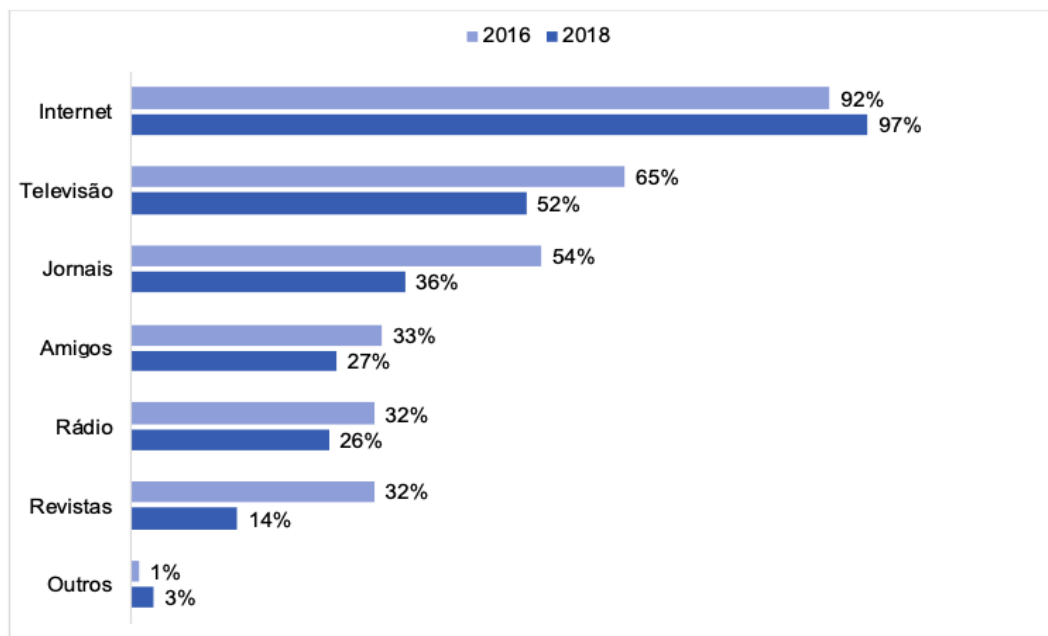
A campanha eleitoral de 2018 ficou marcada pela forte presença de candidatos nas redes sociais. Quem não se deparou durante o período eleitoral com pelo menos um vídeo ou post nas redes sociais ou recebeu conteúdo através do *whatsapp* de algum candidato ao cargo legislativo? Segundo a pesquisa "O ELEITOR CONECTADO: Perfil e consumo de conteúdo nas eleições 2018" apresentada por Maíra Vitorino para COMPOLÍTICA8 em 2019, observa-se o aumento pela busca da internet como meio e canal para se informar sobre candidatos durante a campanha eleitoral como mostra o gráfico (2018, p. 12). Pela pesquisa observa-se o crescimento de 5% de busca na *internet* de 2016 para 2018, assim como observa-se a queda em televisão, jornais, rádio e revistas.

¹ Trabalho apresentado no GP Políticas e Estratégias da Comunicação, 43º Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 43º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Mestranda do Curso de Comunicação da Faculdade Cásper Líbero, e-mail: nara_borges@hotmail.com

GRÁFICO 1

Meios e canais que usa para se informar melhor sobre candidatos durante a campanha eleitoral
Base: apenas se pretende votar nas eleições 2018 (1.871 entrevistas) – múltipla escolha.



FONTE: VITORINO *et al.*

Candidatos aos cargos legislativo e executivo por todo o Brasil apostaram nas redes sociais como principal estratégia de comunicação e puderam comemorar o resultado no dia 07 de outubro de 2018. Como exemplo do então candidato Jair Bolsonaro, que não teve tempo de TV, celebridades e candidatos desconhecidos também tiveram os seus conteúdos eleitorais viralizados nas redes sociais.

Os vídeos para esse trabalho foram coletados das páginas de cada candidato em sua plataforma de maior atuação, *Facebook* ou *Youtube*. Os conteúdos estudados mostraram que os elementos estéticos apresentados como: gestualização, expressões faciais, utilização de fotos, objetos e linguagem verbal geraram a interação entre o candidato e eleitor mediado por uma tela e, conseqüentemente o interesse pelo eleitorado em determinado candidato.

Na perspectiva de Menezes (2004) a vida em sociedade se constitui por um conjunto de vínculos de processos de interação onde um indivíduo supre carências biológicas ou culturais.

Para complementar, Cyrulnik (1999, p. 24), em "*Do Sexto Sentido*" indica que a aliança entre dois corpos cria uma "magnetização, estrutura o ambiente e constitui o

fundamento sensorial do encantamento" e que "encontra-se o mesmo fenômeno entre os indivíduos de um grupo social".

A legislatura 2019 da Assembleia Legislativa do Estado de São Paulo (Alesp) contou com 55% de renovação, ou seja, um quadro de parlamentares em que a maioria nunca atuou na casa. Sendo assim, foram escolhidos seis deputados estaduais que representam diferentes partidos políticos e fizeram utilização das redes sociais em suas campanhas.

O recorte do objeto para estudo é o 1º vídeo de campanha eleitoral de: Janaína Paschoal, advogada e professora, do PSL, recordista de votos da história do país, obteve 2.060.786 milhões de votos e para seu primeiro vídeo escolheu o tema “Segurança Pública”; o *youtuber* Arthur do Val, candidato pelo DEM, obteve 478.280 mil votos o seu primeiro vídeo foi “Nossa Vez de Dançar e Tirar Sarro – Ângela Guadagnin”; Daniel José, economista, candidato pelo partido NOVO, obteve 183.480 mil votos lançou o seu primeiro vídeo de campanha com o tema “É POSSÍVEL”; o Delegado Bruno Lima também do PSL e que obteve 103.823 mil votos teve como primeiro vídeo o “Lançamento Oficial *Jingle* Campanha”; a candidata pelo PSOL Isa Penna, também advogada, que obteve 53.838 mil votos lançou como primeiro vídeo “PARA DEPUTADA ESTADUAL VOTE ISA PENNA 50180”; e Marina Helou, administradora pública, candidata pela REDE Sustentabilidade que lançou um vídeo sem título.

O fato desses candidatos terem optado pela estratégia de vídeo para a comunicação com o seu eleitorado pode ser colocado na perspectiva de Norval Baitello Jr como "princípio da ambiência" pois "Sua simples presença gera a disposição de interação, desencadeia processos de vinculação com o meio, com os outros seres do entorno e com seus iguais" (Baitello, 2008, p. 99).

O corpo protagoniza a comunicação, se mostra de maneira complexa e enigmática. Para Baitello (2008 p. 101) "Por meio de seus enigmas é que capturam a atenção de outros corpos".

Trata-se, portanto, de um enfoque germinal e radical, infinitamente mais rico do que os reducionistas conceitos de emissor ou receptor. Um corpo não se reduz a um único vetor ou a uma única direção de vinculação, tampouco se reduz à unidimensionalidade de processos lineares ou lógico-formais, muito menos à pura mediação. Não é, dessa maneira, mero meio de comunicação ou mídia. Muito antes, ele é um catalisador inicial de um ambiente comunicacional (Baitello, 2008. p. 99).

Neste artigo o corpo é tratado com relevância pois o estudo da comunicação mediado pela tela começa num corpo e termina em outro corpo. Para Baitello (2008, p. 101), "corpos não emitem sinais unidirecionais, mas geram atmosferas saturadas de possibilidades de sinais que transmutam em vínculos e elos quando auscultados por outros corpos".

Neste artigo vamos trabalhar a partir das perspectivas de Norval Baitello e Eugenio Menezes para interpretar como os corpos se apresentam em suas gesticulações, roupas, expressões faciais e vínculos emocionais gerados com o corpo que está do outro lado da tela.

Para Menezes (2009, p. 180), "Nas formas como Flusser expressou a vivência e compreensão da comunicação, do espaço e do tempo, encontramos instrumentos para compreendermos, na contemporaneidade, tanto os processos de vinculação face a face como os mediados por equipamentos".

A interação do corpo com a câmera e a conexão com quem está do outro lado da tela

A comunicação do objeto de estudo acontece em um ambiente chamado de redes sociais, que Menezes (2004), coloca como "implosão dos estudos da comunicação no contexto de ciberespaço" e a reflexão de que os corpos estão situados antes e depois das máquinas. Menezes também apresenta a reflexão sobre e utiliza a palavra vincular, "para nos referirmos a laços que unem dois espaços" (2004, p. 28).

No mesmo sentido, para Baitello (2014, p. 67), "todo processo comunicativo tem suas raízes em uma demarcação espacial chamada corpo. O que se denomina comunicação nada mais é que a ponte entre dois espaços distintos".

Como toda comunicação começa no corpo, utilizaremos da perspectiva de Baitello para falar sobre a comunicação primária.

O corpo é a primeira mídia, vale dizer, o primeiro meio de comunicação do homem. Isso quer dizer também que é o seu primeiro instrumento de vinculação com outros seres humanos. Isso é o que significa "mídia primária". O corpo é linguagem e, ao mesmo tempo, produtor de inúmeras linguagens com as quais o ser humano se aproxima de outros seres humanos, se vincula a eles, cultiva o vínculo, mantém relações e parcerias (Baitello, 2014, p. 59).

Observa-se a predominância da comunicação primária em três deles (Marina Helou, Daniel José e Janaína Paschoal) pois os corpos estão agindo em interação direta

com a câmera. Baitello (2017, p. 13) coloca que a comunicação é falada através das "mãos, com a roupa, com o tom de voz, com o entusiasmo ou a falta dele".

Para exemplificar, a candidata Marina Helou durante todo o vídeo está posicionada em frente à câmera apenas com o seu rosto o que enfatiza a grande quantidade de suas expressões faciais como olhares, levantamento de sobrancelhas e gesticulação labial trazendo a sensação de que a comunicação é única e exclusiva para com o espectador. Observa-se também a proximidade com o natural e a construção de uma imagem agradável passando a impressão que ela gravou o vídeo naquele exato momento e sem produção. Percebe-se a utilização de uma maquiagem suave pois a pele não possui o brilho natural do dia a dia, não possui o olho marcado e apenas um batom cor de boca que ressalta seus lábios e cabelos que mesmo presos, passam a impressão de que não houve grande preocupação com a estética física. Marina utiliza a comunicação primária de forma espontânea quando se expressa movimentando a cabeça e sorrindo em sincronicidade com a sua expressão oral.

No vídeo do candidato Daniel José, o foco é no rosto e tronco do candidato e eles também promovem uma interação diretamente com a câmera. O candidato tem o olhar fixo para a câmera e que raramente pisca, sua expressão aparenta tranquilidade com leves levantadas de sobrancelhas e um sorriso de canto o que busca tornar a interação com quem está do outro lado da tela agradável. Apesar do seu tronco aparecer no vídeo, o candidato gesticula pouquíssimas vezes e percebe-se que quando o corpo gesticula, existe uma relação com a mensagem oral transmitida.

Janaina Paschoal, gesticula inúmeras vezes com as mãos e seus gestos complemento a sua oralidade e interação com a câmera. Há uma predominância de expressões faciais que demonstram um tom emocional sério que são intercaladas com momentos de leves sorrisos e o vídeo é finalizado com um sorriso expressivo.

Flora Davis (1979, p. 39) indica que os gestos e movimento dos corpos pode “ser analisado através de um sistema semelhante àquele que os linguistas usam para analisar o discurso”. Com isso, pode-se dizer que quando a estética da comunicação está sendo analisada, a mídia primária tem forte relevância e merece atenção em seus estudos já que acabam demonstrando a emoção transmitida pelo receptor.

Já no vídeo do candidato Arthur do Val, traz a comunicação primária de forma diferenciada pois a interação acontece entre diversos corpos. Arthur promove a interação primária entre os corpos quando ele encosta, toca e cumprimenta outros corpos com o seu

corpo. Em alguns momentos ele interage diretamente com a câmera conversando com quem está do outro lado da tela. Observa-se nesse vídeo um corpo de grandes expressões corporais como cruzar os braços, sorrisos e expressões faciais que transitam do deboche ao inconformismo.

É possível aproximar isso com alguns dos elementos da mídia primária estudadas por Harry Pross e descritas por Baitello (2014, p.76):

as infinitas e ricas possibilidades comunicativas da mídia primária, lembrando a expressividade de olhos, testa, boca, nariz, postura da cabeça e movimentos dos ombros, andar, postura corporal, tórax e abdômen, mãos e pés, sons articulados e inarticulados, odores, cerimoniais, ritmos e repetições, rituais e, por fim, as línguas naturais (naturalmente inclui-se aí a linguagem verbal falada) .

Agora trazendo para a comunicação na mídia secundária, o emissor necessita de um aparato (ou suporte). Assim, constituiriam mídia secundária as máscaras, pinturas e adereços corporais, roupas, a utilização do fogo e da fumaça (incluindo os fogos de artifício e fogos cerimoniais, velas etc.), os bastões, a antiga telegrafia ótica, bandeiras, brasões e logotipos, imagens, pinturas e quadros, a escrita, o cartaz, o bilhete, o calendário. Como se pode facilmente constatar, o grau de complexidade de alguns veículos da mídia secundária está por merecer melhor atenção da pesquisa em nossa área (Baitello, 2014, p. 77). Como coloca Baitello (2014, p. 32).

Acontece que o homem, sendo um animal muito inquieto, percebeu, aprendeu, com outros animais, que, deixando marcas em objetos, marcava sua presença, deixava a informação de sua presença em sua ausência. Assim, começa a fazer desenhos em pedras, em ossos, em árvores, deixando seus sinais e, portanto, usando objetos fora do seu corpo para a sua comunicação. Com isso, inventou a mídia secundária.

A exploração desses recursos fica visível nos vídeos da candidata Janaina Paschoal que utiliza uma estante com livros, imagens de santos católicos como cenário e deixa fixo uma imagem da bandeira do Brasil.

Daniel José foi o que mais utilizou da mídia secundária em seu vídeo; imagens são inseridas para exemplificar ou comprovar o assunto exposto através da comunicação verbal, outro exemplo é que ao final do vídeo Daniel segura um celular na mão quando convida as pessoas para se cadastrarem em seu número de *whatsapp* e serem voluntárias da campanha.

O vídeo do delegado Bruno Lima é composto pelo seu *jingle* e imagens como fotos e vídeos antigos que representam a sua vida pessoal e profissional. Em algumas fotos o candidato aparece segurando elementos como arma, bandeira do Brasil e animais.

Citando Menezes afirma que “na mídia secundária o corpo utiliza ferramentas, no sentido de aparatos ou suportes para amplificar a força de suas mensagens no tempo e no espaço” (2004, p. 35), reforça-se o cuidado que os vídeos exemplificados tiveram ao comprovar um fato ou característica dos assuntos expostos.

Na mídia terciária, Menezes (2004) diz que os meios eletrônicos assumem o seu papel de sincronizador social e utilizam dessa mídia para que a mensagem chegue ao maior número de pessoas.

Quando Pross (1972, p. 226) afirma que a mídia terciária “são aqueles meios de comunicação que não podem funcionar sem aparelhos tanto do lado do emissor quanto do lado do receptor” e Baitello (2014, p.77) exemplifica com a telegrafia, a telefonia, o cinema, a radiofonia, a televisão, a indústria fonovideográfica e seus produtos; nesse estudo será apontado como o celular, computador, notebook ou tablet.

Considerando-se que estamos falando de um sistema (a comunicação humana) e sua complexificação, não é difícil compreender que a cumulatividade é um de seus princípios fundamentais, permitindo assim a constituição de uma memória. Assim, o advento da mídia secundária não suprime nem anula a mídia primária, que continua existindo enquanto núcleo inicial e germinador. A mídia terciária também não elimina a primária nem a secundária, mas apenas acrescenta uma etapa às anteriores (Baitello, 2014, p. 78).

Destacando a análise dos processos de comunicação foi observado que praticamente todos os vídeos se utilizaram, mesmo que de maneiras diferentes, as mídias primária, secundária e terciária na comunicação entre os corpos dentro da plataforma de vídeo com os corpos que estão do outro lado da tela. Assim, nota-se a importância das raízes da comunicação na visualidade da comunicação política contemporânea.

A partir do momento em que se inicia a comunicação entre o protagonista do vídeo com o telespectador, também tem início a geração de vínculo mediada pelo nulodimensional, ou seja, a tela.

No momento em que as tecnologias de transmissão de imagens e sons tudo querem mostrar, esclarecer e iluminar; pressionando o movimento do corpo, obrigado a se adequar aos ritmos das máquinas, entendemos que todo estudo sobre comunicação começa com o estudo dos vínculos e a percepção do próprio corpo, realizável somente quando os corpos estão vinculados (Menezes, 2004, p. 39).

A busca pela conexão de corpos através da tela

A comunicação entre os candidatos e os eleitores ocorre através de vídeos que são mediados por uma tela, ou seja, estamos diante de uma comunicação primária, secundária e terciária mediado pelo nulodimensional como traz Menezes (2009, p.175-176).

Ao contrário, mostrando que não há mais caminho além da abstração total, nos desafia a conviver com o movimento entre o nulodimensional e o tridimensional. Essa tensão faz com que bem utilizemos as vantagens da comunicação nulodimensional dos meios digitais, aproveitemos o universo unidimensional da escrita, bem ou mal convivamos com a bidimensionalidade das imagens e resgatemos a importância da comunicação corpo a corpo marcada pela tridimensionalidade. Há um espaço de ida e volta, um espaço de tensão entre os diversos tipos de “uso” do espaço que se reduz ou se amplia na medida em que transitamos entre o nulodimensional e o tridimensional

Ao nos comunicarmos estamos a todo momento gerando vínculos. Esse vínculo pode acontecer por diversos motivos, entre eles, a identificação ou sensação de pertencimento e muitos outros.

todo processo de comunicação pretende estabelecer e manter vínculos. E porque vínculos procedem de atmosferas afetivas, quer dizer, procedem de espaço de falta (ou espaços negativos). Eles geram densidades afetivas oriundas dos espaços de carência ou saciedade, dos espaços de negação ou de negação da negatividade (Baitello, 2008, p. 100).

A comunicação política é construída através de narrativas ideológicas que têm como objetivo se conectar e atender a grupos de interesse, o que nada mais é do que Menezes coloca como a “busca por criar um elo simbólico ou constituir um espaço comum” (2004, p. 28); e trazendo o pensamento para a campanha política, o candidato se propõe a construir uma ligação de confiança e objetivo em comum com o seu eleitorado.

Partindo para a análise dos vídeos e busca por elementos que promovam a geração de vínculos entre ator e telespectador observa-se que todos os candidatos possuem perfis e ideologias diferentes. Para isso foi analisado cada um dos candidatos e como eles buscam se relacionar com o seu público de interesse.

Daniel José, candidato pelo Partido Novo, utiliza de metade do tempo do seu vídeo para transmitir a mensagem que possui uma origem tipicamente brasileira e sua trajetória de superação: nasceu numa região carente de Bragança Paulista/SP, filho mais novo de onze irmãos, sua mãe era empregada doméstica e seu pai contínuo bancário; relata sua superação quando diz que a vida sorriu para ele quando ganhou uma bolsa de estudos na educação básica, conseguiu uma bolsa de estudos para sua graduação em economia e mais uma bolsa de estudos para o seu mestrado fora do Brasil. Sua história de vida busca se

conectar com grande parte da população brasileira que também pertence a essa realidade social específica e ao mesmo tempo se coloca como um vencedor quando consegue bons estudos através de bolsas de estudo. O candidato exemplifica todas as fases de sua trajetória com fotos pessoais como, por exemplo, família e recebendo o diploma de mestrado fora do Brasil. O fato de compartilhar a sua realidade e comprovar com fotos pessoais, traz a sensação de proximidade com quem está do outro lado da tela e ao mesmo tempo torna-o uma pessoa inspiradora pois desafiou todas as possibilidades para chegar onde chegou. Para Baitello (208, p. 103), “um corpo sempre conta histórias e projeta sonhos. Mais que isso, ele se constrói nas histórias e nos sonhos”, e nesse vídeo observa-se o fenômeno da projetividade no qual o receptor pode projetar seus sonhos na figura de Daniel.

Arthur do Val, *youtuber* conhecido por participar de manifestações do período pré-*impeachment* da então presidente Dilma Rousseff, em seu primeiro vídeo de campanha está em conflito, justamente ou coincidentemente, com uma candidata do PT. O candidato reforça sua mensagem de combate a corrupção e a velha política se conectando aos grupos antipetistas que defendem o combate à corrupção política. Trazendo para a perspectiva de Edgar Morin (1979, p. 36), o autor coloca que o exercício do poder oscila entre os dois polos da agressividade e do exibicionismo, ou seja, elementos encontrados no vídeo que o próprio título do vídeo incita a polarização e traz a sensação de revanche.

A candidata Isa Penna, PSOL, ativista pelas minorias, expõe a sua representatividade perante esses grupos quando escolhe imagens com cenas de sua participação em manifestações e reúne-se com grupos de pessoas representantes da diversidade. A candidata também escolheu aparecer ao lado de políticos conhecidos de sua causa e partido, como por exemplo, Guilherme Boulos que foi candidato a presidência em 2018. Chamou a atenção como o vídeo foi finalizado porque é o único momento com uma trilha sonora diferente que são pessoas gritando o nome da candidata e a chamando de feminista. Através das imagens pode-se observar a busca pela geração de vínculos com grupos específicos da sociedade e pertencentes a ideologia que a candidata defende.

O delegado Bruno Lima, PSL, forte ativista da causa animal, apresenta um vídeo composto por uma edição de fotos e imagens de vídeos que representam as pautas que defende. O candidato mostra sua representatividade a qual parte da sociedade pertence

quando se coloca representado por fotos com animais e cuidados com eles, armas e abraçando pessoas. É perceptível a intenção de se vincular a grupos específicos.

Janaina Paschoal, candidata pelo PSL, já era conhecida pela sua atuação no impeachment da presidente Dilma Roussef. O ambiente gerado em seu vídeo e linguagem oral utilizada se conectam ao grupo e classe dos quais ela pertence e é conhecida.

Maria Helou, candidata pela REDE, faz um convite para que o eleitor conheça suas propostas e fala da importância da busca pela renovação política a qual ela se enquadra. A candidata finaliza o vídeo com a mensagem “Vamos Juntas?” o que demonstra a sua intenção de se conectar com o eleitorado feminino.

Para fechar o tema estudado sobre geração de vínculos, é possível ter a percepção de que todo candidato buscou através de seus vídeos se conectar e criar vínculos com o seu grupo eleitoral e sociedade na qual pertencem, como bem coloca Baitello:

O conceito de vínculo é retomado e desdobrado tanto na teoria psicanalítica e seus inúmeros ramos, influenciando também algumas teorias da comunicação. Também na Biologia e sobretudo na Etologia o conceito de vínculo (muitas vezes denominado simplesmente de “amor”) trouxe contribuições para os estudos da filogênese e da ontogênese da comunicação animal e humana. Assim, uma importante e atual definição é simplesmente: comunicação é vínculo (2017 p. 39).

Os vídeos analisados foram pensados e criados para que os espectadores assistam através de uma tela que pode ser de um computador, celular ou *tablet*. Para Vilém Flusser (2008), a tela representa uma superfície na qual uma memória é externalizada e, segundo Bontempo (2015) com a “contribuição expressiva da tecnologia dos eletroeletrônicos, caminhamos para o espaço da representação nulodimensional”. O nulodimensional representa por meio do universo digital, dos pixels, dos mosaicos imperceptíveis ao olho nu nas telas, mas com poderosa capacidade de transpor o objeto e representa-lo para outros públicos.

Somos testemunhas, colaboradores e vítimas da revolução cultural cujo âmbito apenas adivinhamos. Um dos sintomas dessa revolução é a emergência das imagens técnicas em nosso torno. Fotografias, filmes, imagens de TV, de vídeo e dos terminais de computador assumem o papel de portadores de informação outrora desempenhado por textos lineares. Não mais vivenciamos, conhecemos e valorizamos graças a linhas escritas, mas agora graças a superfícies imaginadas. Como a estrutura da mediação influi sobre a mensagem, há mutação na nossa vivência, nosso conhecimento e nossos valores (Flusser, 2008, p.15).

Observamos que os candidatos buscam, de alguma maneira, externalizar suas realidades e conversar com o eleitor através da tela. Nota-se que Arthur do Val, Daniel José, Janaína Paschoal e Marina Helou são mais cuidadosos com a utilização da imagem

técnica, como por exemplo a preocupação com o audiovisual: o enquadramento e aproximação da câmera, utilização de atrativos visuais, inserção de imagens e efeitos sonoros na elaboração de seus vídeos.

A tela do computador (aparência de superfície e um código subjacente). Na superfície, a imagem síntese dialoga com outros objetos culturais imagéticos; enquanto código, ela dialoga com outros códigos informáticos: “A superfície de uma imagem, isto é, seu `conteúdo`, entra em diálogo com todas as demais imagens de uma cultura” (Montagão, 2015, p. 38-39).

Trazendo para a reflexão de Flusser em sua obra "*O Universo das imagens técnicas*", o autor considera que vivemos a era das tecno imagens e que o conceito de indivíduo e sociedade se transformam radicalmente. Dito isso, se faz importante observar a participação das campanhas políticas e sua migração para a tecnologia nulodimensional.

Flusser pondera um mundo de seres amplamente conectados e capazes de solucionar os problemas comunitários exatamente pela cada vez maior capacidade de interação com a tecnologia e a democratização dos aparatos e da técnica.

A tecnologia digital tem contribuído para os processos comunicativos e percebe-se que os candidatos se aproveitaram dessa ferramenta para suas campanhas políticas já que com apenas um celular você pode produzir conteúdo audiovisual.

Nas palavras de Menezes,

Nas formas como Flusser expressou a vivência e compreensão da comunicação, do espaço e do tempo, encontramos instrumentos para compreendermos, na contemporaneidade, tanto os processos de vinculação face a face como os mediados por equipamentos (2009, p. 180).

A tecnologia nulodimensional permite que a mensagem transmitida chegue a um grande número de pessoas e em uma velocidade praticamente instantânea. Sendo assim, foi observado novas práticas relacionadas aos conteúdos dos vídeos estudados. E se pode dizer que, talvez, as campanhas políticas estejam rumo a uma nova tendência na construção estética dos vídeos pois foi notado pouco preciosismo com as técnicas de produção audiovisual.

Os candidatos Arthur do Val, Daniel José, Janaína Paschoal e Marina Helou utilizaram da mesma estratégia de falas direcionadas para a câmera, sendo que, os vídeos de Daniel e Marina contaram com as técnicas de edição de enquadramento na câmera como cortes de aproximação e afastamento do personagem.

Considerações finais

Durante a análise foi possível observar que cada candidato optou por representar e defender uma pauta política, e que os seus vídeos são muito mais do que narrativas, eles procuram se conectar com o eleitor.

Ao passar pelos conceitos teóricos estudados nesse artigo fica perceptível que as estratégias de comunicação adotadas por alguns candidatos em campanhas eleitorais estão aderindo a utilização de vídeos para redes sociais e que a utilização dessas tecnologias exerceu um papel importante pela sua capacidade de facilitar a interação entre candidato e eleitor e disseminação na mensagem.

Como Flusser coloca, “aperto determinada tecla e a história de toda da humanidade aparece na tela. Se não gosto da história, posso modificá-la à vontade, apertando outra tecla” (2008, p. 203). Podemos correlacionar com o ato de quem está do outro lado da tela recebendo a mensagem tem a opção e pode escolher o tipo de vídeo que deseja assistir. É muito prematuro e incerto dizer que a mensagem transmitida gerou vínculo e levou a ação do voto, há a hipótese que em algum momento o emissor pode ter se conectado ao receptor criando algum tipo de vínculo, talvez de; pertencimento, identificação ou confiança que o levou a ação de votar.

A utilização da mídia digital como ferramenta de comunicação foi positiva já que todos os vídeos transmitiram a mensagem ao seu grupo de interesse. Flusser (2008) apontou que seríamos uma sociedade telemática de membros atrofiados e ligados em rede e, refletindo sobre esse tema, talvez a facilidade da migração da forma de se comunicar na política esteja apenas seguindo a ruptura da comunicação. Afinal, percebe-se a sociedade vem se comunicando cada vez mais pela mediação das telas do que em anos anteriores.

Sendo assim, os conteúdos apresentados para campanhas políticas estão se adequando às necessidades da comunicação contemporânea já que no digital tudo acontece em maior velocidade e escala.

REFERÊNCIAS

BAITELLO Jr., N. **A Era da Inconfagia**: Reflexões sobre imagem, comunicação, mídia e Cultura. São Paulo: Paulus, 2014.

BAITELLO Jr., N. Comunicação: as armadilhas das definições simplificadoras e/ou iluminadoras. **Libero**, São Paulo, v. 20, n. 39, p. 9-15, 2017. Disponível em: <<http://seer.casperlibero.edu.br/index.php/libero/issue/view/48>> Acesso em 19 de Julho/2020

BAITELLO Jr. N. Corpo e imagem: comunicação, ambientes, vínculos. In: RODRIGUES, David (Org.). **Os valores e as atividades corporais**. São Paulo: Summus. P. 95 – 112.

BONTEMPO, André. As relações entre o digital e o presencial. **Comtempo**, São Paulo, v. 07, n. 02, 2015. Disponível em: <<https://casperlibero.edu.br/wp-content/uploads/2015/10/021.pdf>> Acesso em 19 de Julho/2020

CYRULNIK, Boris. **Do sexto sentido**. O homem e o encantamento do mundo. Lisboa: Instituto Piaget, 1999.

DAVIS, Flora. **Comunicação não verbal** / Flora Davis; (tradução de Antonio Dimas) – São Paulo: Summus, 1979.

FLUSSER, Vilém. **O Universo das imagens técnicas**: elogio da superficialidade. São Paulo: Annablume, 2008

MENEZES, J. E. O. Comunicação, Espaço e Tempo: Vilém Flusser e os Processos de Vinculação. **Comunicação, Mídia e Consumo**, no. 15, Vol. 6, Março de 2009, pp. , pp 165-182.

MENEZES, J. E. O. Processos de mediação: da mídia primária à mídia terciária. **Communicare**, v. 4, n.1, p. 27-40, 2004.

MONTAÑO, Sonia. **Plataforma de vídeo**: Apontamentos para uma ecologia do audiovisual da web na contemporaneidade. Porto Alegre: Sulina, 2015.

MORIN, Edgar. **O Enigma do Homem**. 2ª edição. Rio de Janeiro: Zahar, 1979 –.

VITORINO, Maíra. **O ELEITOR CONECTADO: Perfil e consumo de conteúdo nas eleições 2018**. COMPOLÍTICA8, 2019. Disponível em: <http://compolitica.org/novo/wp-content/uploads/2019/05/gt2_Vitorino.pdf> Acesso em 05 de Agosto/2020.

Vídeos analisados:

FACEBOOK. Sem título. 2018. Disponível em <<https://www.facebook.com/eusouhelou/videos/1995756033777227/?v=1995756033777227>> Acesso em 13 de Julho/2020

FACEBOOK. **Tema: Segurança Pública**. 2018. Disponível em: <<https://www.facebook.com/JanainaPaschoalOficial/videos/2027740710650289/?v=2027740710650289>> Acesso em 13 de Julho/2020

FACEBOOK. **PARA DEPUTADA ESTADUAL VOTE ISA PENNA 50180**. 2018.

Disponível em: <

<https://www.facebook.com/IsaPennaPsol/videos/2095961414065487/?v=2095961414065487>>

Acesso em 13 de Julho/2020

FACEBOOK. **Lançamento Oficial Jingle Campanha**. 2018. Disponível em: <

<https://www.facebook.com/delegadobrunolima/videos/668063806899841/?v=668063806899841>

1> Acesso em 13 de Julho/2020

FACEBOOK. **É POSSÍVEL!**. 2018. Disponível em <

<https://www.facebook.com/danieljosebr/videos/1142003365954230/?v=1142003365954230>>

Acesso em 13 de Julho/2020

YOUTUBE. **Nossa Vez de Dançar e Tirar Sarro** - Ângela Guadagnin. 2018. Disponível em:

<<https://www.youtube.com/watch?v=5dukF7nfxu4>> Acesso em 13 de Julho/2020