
As Redes Sociais e a Propagação de Discursos Partidários¹

Geovane Pereira²
Jesica Carvalho Sales³
Cristiane Portela de Carvalho⁴
Universidade Federal do Piauí, Teresina, PI

RESUMO

O presente trabalho analisa o uso das redes sociais, enquanto possibilitadoras de processos comunicacionais horizontais na sociedade, para a difusão de discursos partidários na eleição presidencial brasileira de 2018. Considerando que os meios digitais criam dinâmicas no processo de circulação de informações e interações em sociedade, neste artigo a análise incide sobre o uso desses meios para a propagação de interesses partidários. Para tanto, utilizando a metodologia do Estudo de Caso, foram selecionados comentários nos *Twitters* dos então candidatos à presidência do Brasil, Jair Bolsonaro (PSL) e Fernando Haddad (PT), no período das eleições presidenciais de 2018. Observou-se, portanto, que os ambientes digitais funcionam como locais de difusão de ideais partidários sem a participação efetiva da mídia tradicional.

PALAVRAS-CHAVE: Ambientes digitais; Discursos; Redes sociais; *Twitter*.

1 INTRODUÇÃO

A tecnologia faz parte da vida humana desde os primeiros processos de socialização, isto é observável no período Paleolítico e na Pré-História da humanidade, quando o homem iniciou a configuração de pedras para caçar e produzir fogo para se aquecer. Da mesma forma, é perceptível uma lógica de rede comunicação por meio das pinturas rupestres, deixadas pelos primeiros humanos, onde eram retratadas (produzidas, transmitidas e armazenadas) atividades do cotidiano dos grupos primitivos. Nos dias

¹ Trabalho apresentado na IJ 5 - Comunicação Multimídia - do XXI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, realizado de 30 de maio a 1 de junho de 2019.

² Graduando do 6º período do Curso de Comunicação Social – Habilitação Jornalismo - da Universidade Federal do Piauí (UFPI). E-mail: gpsgeovane@outlook.com.

³ Graduanda do 6º período do Curso de Comunicação Social – Jornalismo - da Universidade Federal do Piauí (UFPI). Integrante do Núcleo de Pesquisa em Estratégias de Comunicação – NEPEC/UFPI. Discente voluntária ICV 2018/2019. E-mail: carvalhojesicama@gmail.com.

⁴ Orientadora do trabalho. Doutora em Comunicação pela Universidade Metodista de São Paulo (UMESP). Mestre em Comunicação pela Universidade Federal de Pernambuco (UFPE). Professora do Curso de Comunicação Social – Habilitação Jornalismo – da Universidade Federal do Piauí (UFPI). Docente do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Piauí (PPGCOM/UFPI). Membro do Núcleo de Pesquisa em Jornalismo e Comunicação – NUJOC/UFPI. E-mail: crisportela14@yahoo.com.

atuais, o senso comum sobre tecnologia gira em torno do mundo digital, contudo, observa-se que tecnologia é toda ferramenta que possibilita o ser humano executar atividades em meio às suas necessidades.

Durante a década de 90 do século XX, uma nova tecnologia configurou-se em volta do mundo, a *World Wide Web*, ou abreviadamente *web*, um sistema de informação e de comunicação utilizado na internet que possibilita a transmissão de dados. Com o desenvolvimento da *web*, as tecnologias que envolvem a internet passam a ser acessíveis, tanto econômica quanto tecnicamente para a sociedade em geral (MIELNICZUK, 2003).

No Brasil, esse cenário de *web* e tecnologias digitais tem pontuado de maneira expressiva as relações sociais, alterando as formas de comunicação, por meio do uso de ambientes digitais, e a maneira como as pessoas buscam e usufruem de conteúdos e informações. Isso é possível quando se observa o crescimento de usuários na *web* em comparação com os meios tradicionais de comunicação no Brasil, como exposto a seguir:

Enquanto o número de usuários residenciais ativos na internet no País cresceu de 14 milhões em 2007 para 25 milhões em 2009, a audiência do Jornal Nacional, um dos principais telejornais brasileiros, caiu de 33 para 28 pontos no mesmo período. Esse fenômeno também acometeu outros veículos locais bastantes tradicionais, como o jornal Folha de S.Paulo, que viu sua circulação decair de 303 para 298 mil exemplares neste intervalo de tempo. (SOUSA, 2011, p. 15).

Além desse fenômeno de mudanças nos meios de comunicação, principalmente na imprensa, outros ambientes digitais surgiram com a internet, possibilitando o uso das redes sociais⁵. Entre as principais estão o *Facebook*, *Instagram* e *Twitter*, com grande quantidade de usuários no Brasil. O *Facebook* conta com 2,23 bilhões de contas ativas, o *Instagram* com 1 bilhão e o *Twitter* com 33 milhões⁶. Sousa (2011, p. 15) destaca que “tamanha participação contribuiu para que o brasileiro recebesse, de acordo com o

⁵ Uma rede, assim, é uma metáfora para observar os padrões de conexão de um grupo social, a partir das conexões estabelecidas entre os diversos atores. A abordagem de rede tem, assim, seu foco na estrutura social, onde não é possível isolar os atores sociais e nem suas conexões. O estudo das redes sociais na Internet, assim, foca o problema de como as estruturas sociais surgem, de que tipo são, como são compostas através da comunicação mediada pelo computador e como essas interações mediadas são capazes de gerar fluxos de informações e trocas sociais que impactam essas estruturas. (RECUERO, 2009, p. 24)

⁶ Disponível em: <<https://www.goobec.com.br/blog/redes-sociais-dados-estatisticos-2018/>>. Acesso em: 09 de abril de 2019.

instituto de pesquisa IBOPE Nielsen Online, o título de ‘maior usuário de redes sociais do mundo’, já que 85% dos usuários de internet do país já fizeram uso deste tipo de serviço”.

A partir do exposto, é possível compreender uma nova dinâmica no processo de comunicação em grande escala. Tal dinâmica implica na freqüente utilização de ambientes comunicacionais, compreendendo a imprensa como uma instituição social que produz sentidos sobre a sociedade, produzindo notícias e desenvolvendo uma relação de poder para além do ato de noticiar. Regô (2007, p. 28-29) enfatiza que a imprensa, “incorpora-se à vida pública, passando de incipiente imprensa de informação a uma imprensa de opinião, acompanhando os atos do poder público e os seus reflexos na sociedade”. Nesse sentido, é importante compreender como as redes sociais exercem o papel de meios de comunicação, uma vez que ocorreu uma “queda da imprensa” como mediadora da sociedade. Rêgo (2007, p. 45) comenta um aspecto diferencial da comunicação praticada na internet:

Enquanto rádio, TV e jornal ordenam os seus noticiários segundo as diretrizes editoriais e ideológicas, as redes computadorizadas permitem ao cidadão buscar e selecionar os dados segundo as suas próprias demandas informacionais. (RÊGO, 2007, p. 45).

Sobre esta dinâmica, percebe-se a imprensa como poder público responsável por cobrir, analisar e difundir notícias e/ou conteúdos para a sociedade, quer seja sobre política, quer seja sobre aspectos sociais que envolvam situações ou personagens públicos, funcionando, muitas vezes, como “filtro” do fluxo informacional e como detentora de discursos ideológicos. Assim, surge a relação entre tecnologia, comunicação e poder, mostrada em sociedade pela política. Dias (2011, p. 6) traz uma reflexão sobre política e tecnologia como fonte de poder.

Ao longo do século XX, com o aumento da complexidade das sociedades, e o aumento da capacidade de intervenção do homem possibilitado pelo formidável avanço das novas tecnologias, a política se torna ainda mais importante, necessitando da ampla participação nos processos de decisão que ocorrem nos diferentes âmbitos de poder, em particular no Estado. Neste século XXI que está apenas começando, a política se insere em todos os aspectos da vida humana. (DIAS, 2011, p. 6).

Frente a isso, as mudanças causadas pelas redes sociais, no que cerne à maneira como o cidadão busca, adquire e compartilha informações, criam uma nova forma de

compreensão contextual da relação histórica existente entre a política e a comunicação, como um exercício de poder, e também como alcance ao *status* de cidadania e sociabilidade. Melo (1985, p. 11) diz que “historicamente o direito de comunicação corresponde ao passaporte da cidadania, ao instrumento que viabiliza a integração de cada indivíduo à sua comunidade”.

Assim, faz-se necessário analisar o uso deste ambiente comunicacional para a difusão de interesses partidários. Para tanto, o recorte selecionado é composto pelos comentários postados na rede social *Twitter* dos candidatos à presidente da República do Brasil, Jair Bolsonaro (PSL) e Fernando Haddad (PT), durante o período da eleição presidencial de 2018.

Os discursos presentes na amostra são analisados, para que se perceba como a linguagem manifesta sentidos sobre o mundo não apenas como uma afirmação transparente, pois tais discursos são situados por indivíduos e contextos históricos específicos.

Nos estudos discursivos, não se separam forma e conteúdo e procura-se compreender a língua não só como uma estrutura, mas sobretudo como acontecimento. Reunindo estrutura e acontecimento, a forma material é vista como o acontecimento do significante (língua) em um sujeito afetado pela história. (ORLANDI, 2015, p. 17).

A autora discorre a ação do “acontecimento” como efeito sobre o sujeito interpelado pela História. Diante das reflexões sobre comunicação, política e discurso percebe-se um entrelaçamento entre esses campos, que emitem ideologias e poder sobre as vivências coletivas, inserindo-as uma dentro das outras. Assim, a análise feita neste artigo tem em vista a relação entre esses campos.

Neste trabalho, utiliza-se o aporte metodológico do Estudo de Caso. Yin (*apud* DUARTE, 2008) aborda que, na busca por um “como” e/ou “porque” sobre acontecimentos que fogem do controle do pesquisador em leitura de um “fenômeno contemporâneo dentro de um contexto da vida real”, pode-se recorrer a várias fontes (História, dados, referenciais teóricos), como um corpo capaz de fornecer uma dimensão explicativa sobre o objeto, que pode ser um plano da amostragem de uma realidade ou grupo.

2 CONTEXTO DA ELEIÇÃO PRESIDENCIAL DE 2018

A eleição presidencial marca um momento importante da política de qualquer nação, pois a presidência da República é a maior função executiva e representativa de um país cuja forma de governo é a democracia republicana. O presidente possui o poder de articular as principais questões do país que governa. Segundo Dias (2011, p. 32) podemos reconhecer que este poder de decisão é consistente, pois “é legítimo quando é aceito e existe a disposição de obediência por parte daqueles que não o detêm”. Assim, a escolha de um indivíduo para governar implica em jogos de poder, que:

adquire forma objetiva vinculada a um cargo, papel social ou função. Desse modo, quem está investido de um cargo de chefe do executivo (presidentes, governador, prefeito), funcionário da administração pública, juiz, delegado etc. possui poder, e na medida em que deixe essas posições, deixará de ter poder e os meios inerentes. (DIAS, 2011, p. 32).

Pessoas que possuem cargos e funções políticas exercem seu poder enquanto ocupam tais posições. No caso do Brasil, o mandato presidencial tem duração de quatro anos, podendo ser efetivado dois mandatos consecutivos. O ano de 2018 marcou mais um processo eleitoral, com 13 candidatos, sendo o processo mais concorrido desde 1989, com partidos de posicionamentos diversos, com vertentes de esquerda e de direita.

Nas últimas duas décadas o Brasil vem sendo governado por partido de posição esquerdista e socialista, o Partido dos Trabalhadores (PT), nas gestões de Luiz Inácio Lula da Silva (2003-2011) e Dilma Rousseff⁷(2011–2016), que não concluiu o seu segundo mandato por decorrência do *impeachment*⁸, em 31 de agosto de 2016, assumindo o vice, Michel Temer (2016-2018). Em meio a este período ocorreram crises econômicas no país, escândalos de corrupção e ondas de violência, como também pontos positivos, como melhoria na educação e saúde e a diminuição na disparidade da miséria no país.

⁷ A primeira mulher assumir a Presidência da República do Brasil.

⁸ O *impeachment* é um processo essencialmente político, com raízes constitucionais, destinado a possibilitar o afastamento do agente político, ou seja, o afastamento dos titulares de cargos políticos de suas funções, quando cometem ato contra o interesse público, definidos pela Lei n° 1.079, de 1950, como crimes de responsabilidade, sendo próprios dos seguintes cargos: Presidente da República, Ministro do Estado, Ministro do Supremo Tribunal Federal, Procurador Geral da República, Governador e Secretários de Estado. (GÓES; MEDEIROS, 2011, p. 4).

Faz-se necessário, portanto, compreender este contexto para que se possa falar sobre as eleições de 2018, marcada pela divisão massiva da população brasileira entre posicionamentos de esquerda e de direita. Inclusive, com a possibilidade de uma eventual candidatura do ex-presidente Lula, mas que, devido a acusações de corrupção na operação Lava Jato⁹, não pode ser efetivada.

O 1º turno da eleição presidencial teve como principais candidatos Jair Bolsonaro (PSL), Fernando Haddad (PT), Ciro Gomes (PDT), Geraldo Alckmin (PSDB), Marina Silva (Rede), Henrique Meirelles (MDB) e Guilherme Boulos (PSOL). No 2º turno eleitoral, ficaram apenas os dois candidatos mais votados, Jair Bolsonaro (PSL) e Fernando Haddad (PT). Os dois presidenciáveis representaram a dualidade (esquerda x direita), e tiveram suas campanhas eleitorais, seus discursos e planos de governo embasados nesses posicionamentos ideológicos. Com a Coligação “Brasil Acima de Tudo, Deus Acima de Todos” (PSL-PRTB), Jair Bolsonaro alcançou, no 2º turno, 57.797.847, 55 dos votos válidos e chegou à Presidência da República do Brasil.

3 TWITTER/PALANQUE: AMBIENTES DIGITAIS COMO FERRAMENTAS COMUNICACIONAIS DE PARTIDOS POLÍTICOS

O *Twitter* é uma rede social colaborativa, que faz parte de um sistema de *microblogging*, permitindo aos usuários enviar e receber atualizações pessoais de outros contatos, em textos de até 280 caracteres. Os *microblogging* são lugares de criação e disseminação de discursos, onde os indivíduos movimentam e circulam sentidos sobre si e sobre o mundo. Segundo Moreira e Romão (2011, p. 82):

O cotidiano de muitos sujeitos-navegadores passou a ser discursivizado na rede com o efeito de relatar experiências pessoais, trocar e divulgar informações de uma localidade ou comunidades específicas, fazer falar posicionamentos sobre temas cotidianos e ainda estabelecer laços afetivos. Os *microblogs* são exemplo disso. Apresentam como traço a particularidade de colocar em circulação

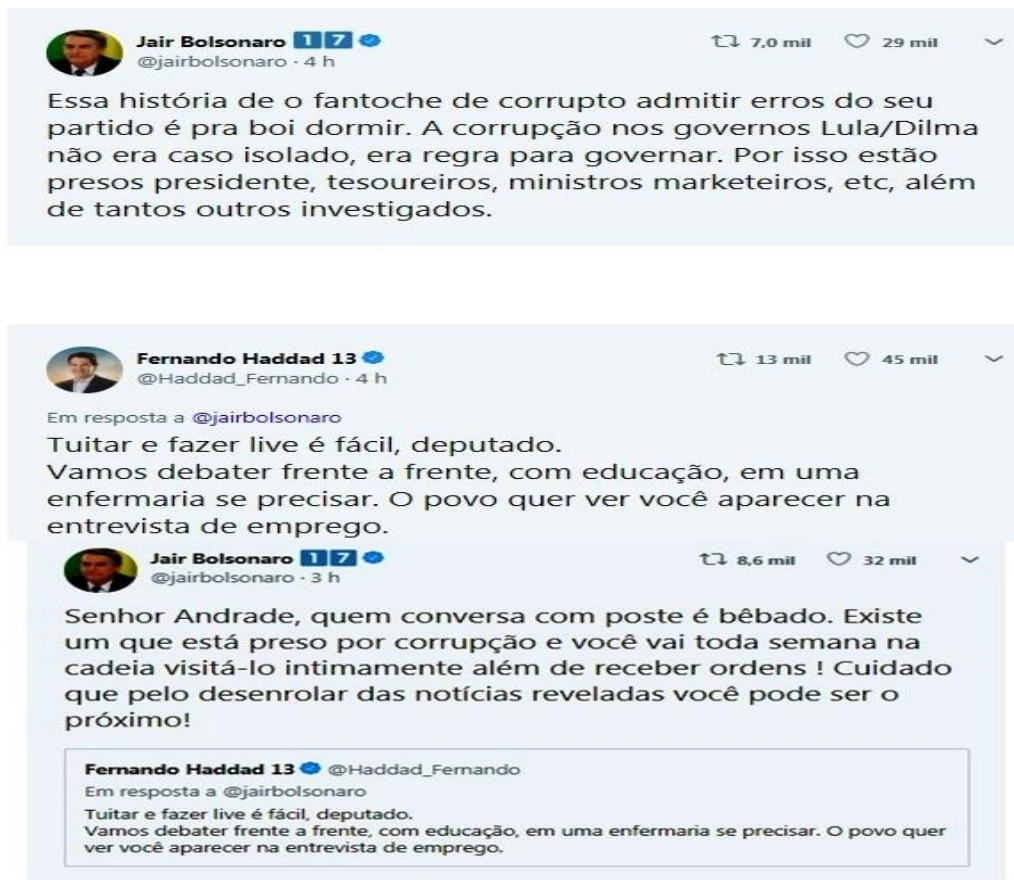
⁹ A operação Lava Jato é a maior iniciativa de combate à corrupção e lavagem de dinheiro da História do Brasil. Iniciada em março de 2014, com a investigação perante a Justiça Federal em Curitiba de quatro organizações criminosas lideradas por doleiros, a Lava Jato já apontou irregularidades na Petrobras, maior estatal do país, bem como em contratos vultosos, como o da construção da usina nuclear Angra 3. Possui hoje desdobramentos no Rio de Janeiro e no Distrito Federal, além de inquéritos criminais junto ao Supremo Tribunal Federal para apurar fatos atribuídos a pessoas com prerrogativa de função. Disponível em: <<http://www.mpf.mp.br/para-o-cidadao/caso-lava-jato>>. Acesso em: 01 de mar./2019.

dizeres simples e curtos, desenhados pela rápida e curta troca de formulações que a todo momento são atualizadas e com acesso que pode ser realizado por diferentes suportes e dispositivos tecnológicos.

Dessa forma, as redes sociais ganharam espaço nas eleições em todo o mundo. No caso do Brasil, elas tornaram-se “pano de fundo” para campanhas eleitorais, principalmente nos debates que ocorriam para além dos meios de comunicação tradicionais (impressos, rádio e TV). Esses ambientes digitais fizeram parte de um processo transmidiático, que iniciava em meios habituais, e finalizava com a troca de *tweets*, no caso da rede social *Twitter*, entre os candidatos a cargos eletivos.

Em uma eleição presidencial sem debates oficiais no 2º turno, o *Twitter* virou campo de batalha entre os presidentiáveis Fernando Haddad (PT) e Jair Bolsonaro (PSL), como revela a Figura 1.

Figura 1 - Troca de *tweets* entre os candidatos à presidência do Brasil Jair Bolsonaro (PSL) e Fernando Haddad (PT)



Fonte: Rede social *Twitter* de Jair Bolsonaro e Fernando Haddad

De acordo com Orlandi (2015, p. 36), “nas palavras dos sujeitos [...] o discurso é o lugar do trabalho da língua e da ideologia”. Correlacionando ao contexto das falas dos candidatos no *Twitter*, percebe-se uma disputa ideológica, tratada não com um viés político de pensar ou propor ações para sociedade, e nem como um discurso de alguém que possa vir a ter o poder de governar, mas como uma falácia de puro teor partidário entre os candidatos.

No enunciado “fantoche de corrupto”, Jair Bolsonaro (PSL) refere-se ao seu opositor petista como alguém que está sendo manipulado politicamente pelo ex-presidente Lula e pelo PT. Esta é uma forma de dizer que a atuação de Fernando Haddad (PT) não pode ser desassociada dos governos anteriores do PT e nem de “Lula/Dilma”. Insinuando, dessa forma, que em uma futura gestão de Haddad, caso fosse eleito, a corrupção seria a “regra para governar”. Em meio ao contexto eleitoral, tal discurso pode ser apreendido como uma estratégia de deslegitimar a governabilidade do candidato adversário, assim como angariar o maior número de eleitores.

O enunciado de Fernando Haddad (PT) revela também um contexto partidário, observado na forma como responde ao seu opositor. Haddad coloca a ação “tuitar e fazer live” como algo banal para Bolsonaro, mas o instiga a aparecer pessoalmente às discussões, “em uma enfermaria se precisar”, tendo em vista que ele raramente aparecia nos debates televisivos, muitas vezes alegando problemas de saúde. Observa-se também a intenção de Haddad em deslegitimar o opositor, ao abordar que Bolsonaro precisa apresentar-se de maneira formal aos eleitores: “o povo quer ver você aparecer na entrevista de emprego”.

Bolsonaro, em resposta a seu opositor, novamente levanta o discurso de deslegitimação, apontando que a relação íntima e de submissão (“você vai toda semana na cadeia visitá-lo intimamente além de receber ordens!”) entre Haddad e o ex-presidente Lula pode levá-lo também à prisão, ao fazer a advertência: “Cuidado que pelo desenrolar das notícias reveladas você pode ser o próximo!”.

Evidencia-se, pela enorme quantidade de *likes*, *retweets* e comentários nos *tweets* dos candidatos a enorme capacidade de disseminação destes tipos de discursos partidários, graças à dinâmica das redes sociais digitais, que permitem a difusão de ideais partidários sem a participação efetiva da mídia tradicional.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Frente ao exposto, percebe-se os ambientes digitais como espaços de fluxo comunicacional de alcance massivo, em específico na rede social *Twitter*, que funciona como uma espécie de palanque eleitoral, possibilitando a difusão de ideologias partidárias de forma eficaz e sem a necessidade do apoio ou filtro dos meios comunicacionais tradicionais (impressos, rádio e TV). Observa-se também como essas redes digitais intervêm na produção jornalística, uma vez que tais espaços servem de pauta e fonte para produção de conteúdos noticiosos na grande mídia.

Assim, por meio de um pequeno recorte discursivo em ambientes digitais, a partir de contextos políticos e sociais, foi possível observar como a sociedade alterou as maneiras de adquirir informação, compartilhar conteúdos e até refletir sobre os fatos políticos, ainda que as discussões analisadas tenham sido efetivadas com enfoque partidário. No entanto, percebe-se que as redes sociais digitais vem funcionando como novas ferramentas na difusão de ideologias, no caso analisado de partidos políticos, mas que proporcionam aos indivíduos maneiras de pensar a vivência coletiva.

REFERÊNCIAS

DIAS, Reinaldo. **Ciência política**. São Paulo: Atlas, 2011.

DUARTE, Márcia Y. M. Estudo de caso. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antônio (Orgs.) **Métodos e técnicas de pesquisas em comunicação**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GÓES, Mauricio S. de G.; MEDEIROS, Luiz. **O impeachment**. Revista Eletrônica Direito, Justiça e Cidadania, n. 1, v. 2, 2011.

MIELNICZUK, Luciana. **Jornalismo na web: uma contribuição para o estudo do formato da notícia na escrita hipertextual**. Tese (Doutorado em Comunicação e Cultura Contemporâneas) – Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia. Salvador-BA, 2003.

MELO, José Marques de. **Comunicação: teoria e política**. São Paulo: Summus, 1985.

MOREIRA, Vivian Lemes; ROMÃO, Lucília Maria Sousa. **O discurso no Twitter, efeitos de extermínio em rede**. Revista Rua, Campinas, v.2, n.17, nov. 2011.

ORLANDI, Eni. **Análise de discurso: princípios e procedimentos**. 12. ed. Campinas, SP: Pontes, 2015.

RÊGO, Ana Regina. **Jornalismo, cultura e poder**. Teresina: EDUFPI, 2007.

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet**. (Coleção Cibercultura) Porto Alegre: Sulina, 2009.

SOUSA, André de Abreu. **O poder em ambientes digitais e redes sociais**: como a comunicação e a internet influenciam o exercício e a manifestação de poder na contemporaneidade. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Escola de Comunicação e Artes, Universidade São Paulo. São Paulo, 2011.