



## AS REDES SOCIAIS COMO FERRAMENTA DO DISCURSO POLÍTICO

Stéphane Figueiredo Ferreira<sup>1</sup>

### 1. INTRODUÇÃO

Este resumo foi produzido a partir do artigo apresentado à disciplina de Tecnologias e Poder do curso de Pós-Graduação em Comunicação e Territorialidades, da Universidade Federal do Espírito Santo (UFES).

Por meio das redes sociais, os políticos têm novos espaços para a disseminação do discurso, possibilitando ainda outros formatos para a retomada da mensagem divulgada nos meios de comunicação de massa pela HPGE<sup>2</sup>. Além disso, é possível ter acesso aos diálogos entre os candidatos e eleitores bem como fotos e vídeos que atestam por onde e com quais pessoas o político esteve (SARGENTINI, 2015). Estando no poder ou não, o trabalho de construção e manutenção da imagem é importante e hoje, isso implica no uso estratégico das redes sociais. E, Renato Casagrande pareceu buscar essa manutenção logo após perder a eleição em 2014 para o governador Paulo Hartung, pois já no início de janeiro de 2015, havia postagens em sua página no Facebook com 149.298 curtidas e 147.896 seguidores<sup>3</sup>.

A rede social na internet traz a sensação de proximidade, pois laços são formados a partir dessas estruturas que não dependem de barreira geográfica para existirem. Além disso, na internet a lógica do tempo é diferente e a comunicação entre quem envia e quem recebe a mensagem acontece ao mesmo tempo, “[...] em uma fração de segundo ou a prática generalizada de realizar várias tarefas simultâneas, espremendo tudo num mesmo espaço tempo” (CASTELLS, 2016, p.81).

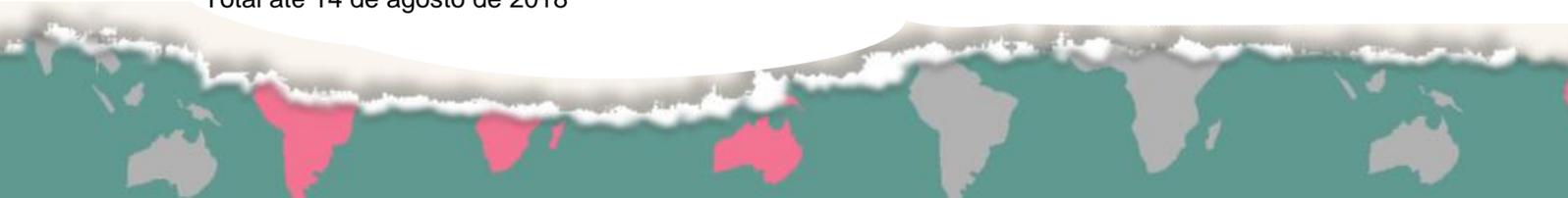
Há influência na tomada de decisão tanto no ambiente off-line quanto no online e quando não se sabe em quem votar, a opinião de familiares e amigos pode ser decisiva para a escolha de um candidato. Segundo Christakis e Fowler “Nossos

---

<sup>1</sup> Aluna Especial da disciplina Tecnologias e Poder, do Curso de Pós-Graduação em Comunicação e Territorialidades, da Universidade Federal do Espírito Santo (UFES)

<sup>2</sup> Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral

<sup>3</sup> Total até 14 de agosto de 2018





amigos e família podem nos influenciar em certas coisas, como ganhar peso ou comparecer a locais de votação” (2010, p.17).

O discurso é uma das principais ferramentas de poder e contrapoder, uma vez que se pode construir um governo ditatorial ou lutar pela democracia, por exemplo. Para Foucault (2017, p.274) “o poder não se dá, não se troca, nem se retoma, mas se exerce [...]”. Segundo Castells “Há sempre a possibilidade de resistência que questiona esse tipo de relação”. De acordo com Foucault (2014, p.9) “Por mais que o discurso seja aparentemente bem pouca coisa, as interações que o atingem revelam logo, rapidamente, sua ligação com o desejo e poder”. O discurso causa efeito persuasivo e quem o produz detém poder.

## **2. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS**

Para a análise, foram selecionados, na página do Facebook de Renato Casagrande, cinco vídeos em discurso direto que tiveram mais visualização por mês desde seu anúncio como pré-candidato, em 26 de março de 2018 até a oficialização de sua candidatura ao governo, em 02 de agosto de 2018. A escolha pelo discurso direto, segundo Maingueneau, pode ser “criar autenticidade, indicando que as palavras relatadas são aquelas realmente proferidas” (2002, p.142). Aquele que fala assume responsabilidade pelo dito.

## **3. RESULTADOS E DISCUSSÃO**

Em todos os vídeos, Renato Casagrande tem a fala e os gestos pausados e parece usar a entonação de forma estratégica. Percebe-se a utilização do pronome relativo “*nós*” e a conjugação dos verbos na primeira pessoa do plural denotando a ideia de grupo o que aproxima o receptor (partido, associação, internauta, etc.) no sentido de entender o que é melhor para todos e que ele é o detentor do poder e vai resolver certas situações. O “*eu-nós*” caracteriza um singular-coletivo (CHARAUDEAU, 2011). Busca a credibilidade através de depoimentos e projetos.

## **4. CONCLUSÕES**

Nos vídeos analisados, percebe-se que Renato Casagrande tenta mostrar suas conquistas enquanto gestor público, principalmente, como governador do Espírito





Santo, enfatizando projetos que segundo ele, a administração atual não manteve ou alterou o nome ou ainda quando utiliza depoimento para comprovar a importância de seus projetos. O *ethos* é o resultado entre aquilo que se é e aquilo que se diz (Charaudeau, 2011).

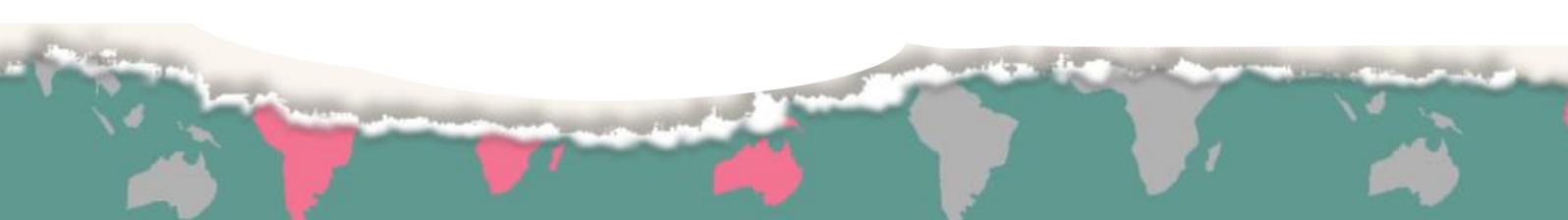
A presença contínua nas redes sociais também pode denotar aos opositores que ele não saiu 'do jogo' político e está trabalhando para retornar ao poder. A rede social é um espaço de poder e serve como ferramenta do discurso político porque permite interação e reprodução sem obrigatoriedade de tempo e espaço como no HPGE.

O político tem possibilidade de gerar lembrança alimentando a rede com conteúdo sobre o que fez ainda vai fazer. Nesse sentido, as redes sociais também podem ser caracterizadas como um espaço de memória e uma tentativa de manter presente o que foi realizado no passado. Essa facilidade de produzir, reproduzir, compartilhar e interagir é permitida pela rede.

Segundo Raquel Recuero, curtir "parece ser percebido como uma forma de tomar parte na conversação sem precisar elaborar uma resposta" (2014, p.118). Comentar "É uma ação que não apenas sinaliza a participação, mas traz uma efetiva contribuição para a conversação" (2014, p.120) e o compartilhamento pode reforçar a mensagem e "valoriza a informação que foi originalmente publicada" (2014, p.120), portanto essas ações são importantes e tem valores diferentes.

Logo, é possível ainda afirmar que houve influência das redes sociais no comportamento das pessoas a partir da quantidade de visualizações, curtidas/reações, comentários e compartilhamentos observados nos vídeos, denotando assim essa influência e postura de concordância - ou não - sobre aquilo que se viu nos vídeos. Para refletir sobre os desdobramentos mais aprofundados da influência das redes sociais sobre as pessoas, nesse caso específico, pode-se ampliar e aprofundar a análise sobre a interação delas de modo qualitativo, abrindo novos caminhos para os estudos sobre discurso político, redes sociais e poder.

## **5. PALAVRAS-CHAVE: DISCURSO POLÍTICO. REDES SOCIAIS. PODER**





## 6. REFERÊNCIAS

CASTELLS, Manuel. O poder na sociedade em rede e A comunicação na era digital. In: **O poder da comunicação**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2016.

CHARAUDEAU. Patrick. **Discurso Político**. São Paulo: Editora Contexto, 2011.

CHRISTAKIS, Nicholas A; FOWLER, James H. **O Poder das Conexões**. Rio de Janeiro: Editora Elsevier, 2010.

FOUCAULT, Michel. **A ordem do discurso**. 24<sup>o</sup> Ed. – São Paulo: Edições Loyola, 2014.

FOUCAULT, Michel. Genealogia e poder. In: **Microfísica do poder**. 6<sup>o</sup> Ed. - Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2017 (pág. 262-277).

MAINGUENEAU. Dominique. Discurso, enunciado e texto. In: **Análise de Textos de Comunicação**. 2<sup>o</sup> Ed, - São Paulo: Cortez Editoria, 2002.

RECUERO. Raquel. **Curtir, compartilhar, comentar: trabalho de face, conversação e redes sociais no Facebook**. Revista Verso e Reverso, v. 38, n. 68 (114-124). São Leopoldo/RS, Mai./Ago. 2014. Disponível em:<<http://revistas.unisinos.br/index.php/versoereverso/article/view/ver.2014.28.68.06/4187>>. Acesso em 29 de agosto de 2018.

SARGENTINI, Vanice. **Discurso Político e Redes Sociais**. Revista da ABRALIN, v.14, n.2, p. 215-232, jul./dez. 2015. Disponível em:<<https://revistas.ufpr.br/abralin/article/view/42563/25820>>. Acesso em 05 de outubro de 2018.

