

Bolsonaro X Haddad: a configuração da disputa de sentidos a partir de estratégias discursivas presentes nas *fanpages* dos candidatos durante a campanha à presidência

Bolsonaro X Haddad: configuration on the dispute of meanings from the discursive strategies available on the candidate's fan pages during presidential campaign

Juçara Gorski Brittes

Universidade Federal de Ouro Preto
[Federal University of Ouro Preto]

Dayana C. Barboza Carneiro

Universidade Federal de Minas Gerais
[Federal University of Minas Gerais]

Ana Luísa Ruggieri

Universidade Federal de Ouro Preto
[Federal University of Ouro Preto]

REVISTA
com política

revista compolítica

2020, vol. 10(1)

compolitica.org/revista

ISSN: 2236-4781

DOI: 10.21878/compolitica.2020.10.1.286

 Open Access Journal

Resumo

Este artigo traz uma investigação sobre o modo como os candidatos Bolsonaro e Haddad protagonizaram uma disputa de sentidos em suas fanpages a partir da utilização de diferentes estratégias discursivas durante a campanha à presidência em 2018. Para tanto, aborda, na parte teórica, a inclusão das redes sociais nas campanhas políticas bem como o conceito de estratégias discursivas, fundamental para o desenvolvimento metodológico da pesquisa. Em seguida, por meio de uma análise do discurso, depreende que os candidatos reforçaram a polarização característica das últimas eleições e utilizaram, como principal estratégia, o reforço à diferença como forma de buscar a adesão dos usuários/eleitores e, conseqüentemente, alcançar a vitória no pleito eleitoral.

Palavras-chave: política, disputa de sentidos, estratégias discursivas, fanpage, redes sociais digitais.

Abstract

This article aims to investigate the way how the candidates Bolsonaro and Haddad featured in a dispute of meanings on their fan pages stemming from the use of different discursive strategies during the 2018 presidential campaign. Through the analysis, it was possible to understand that the candidates reinforced last elections' characteristic polarization and utilized, as main strategy, support to difference as a means of getting acceptance from users/voters and, consequently, winning the election.

Keywords: politics, dispute of meanings, discursive strategies, fan page, digital social networks.

Bolsonaro X Haddad: a configuração da disputa de sentidos a partir de estratégias discursivas presentes nas fanpages dos candidatos durante a campanha à presidência

Juçara Gorski BRITTES
Dayana Cristina Barboza CARNEIRO
Ana Luísa RUGGIERI

As eleições presidenciais de 2018 foram marcadas pela polarização caracterizada pela oposição entre os dois candidatos que disputaram o segundo turno: Jair Bolsonaro (PSL) e Fernando Haddad (PT). Essa polaridade se fez presente no cotidiano dos brasileiros e em diferentes espaços midiáticos ao longo do processo eleitoral. Considerando esse contexto, objetivamos, por meio deste artigo, analisar o modo como esse acirramento da disputa política se deu em um ambiente específico: a rede social digital Facebook. Portanto, o presente estudo se constrói em torno da seguinte pergunta norteadora: Como Haddad e Bolsonaro protagonizaram uma disputa de sentidos em suas *fanpages* a partir do uso de diferentes estratégias discursivas durante a campanha à presidência?

Como ponto de partida, construímos uma discussão sobre o papel que as redes sociais digitais têm desempenhado nos processos eleitorais no Brasil e no mundo com fundamento nas reflexões de autores como Aggio e Reis (2013). Após essa contextualização, voltamos nosso olhar para a realidade brasileira e elaboramos uma linha do tempo constituída pelos fatos mais significativos que influenciaram no delineamento da atual configuração política: como esse cenário político propiciou a emergência de diferentes embates discursivos, como o que é objeto de análise deste trabalho.

Com base nessa conjuntura, apresentamos a Análise do Discurso (AD) como dispositivo teórico-metodológico do trabalho a partir da contribuição de autores como Machado (2012) e Charaudeau (2001). Optamos por dar destaque à noção de estratégia discursiva por entender que, em um contexto de disputa de sentidos no campo político, é salutar observar

o modo como cada candidato lançou mão de diferentes estratégias ao longo da campanha em suas respectivas *fanpages* com vistas a alcançar os seus objetivos.

Ressaltamos, por fim, a importância da elaboração de estudos científicos que se empenham em analisar o tão conturbado cenário político contemporâneo brasileiro, ainda mais movimentado pela intensa participação dos sujeitos envolvidos nas redes sociais durante os processos eleitorais – e demais processos políticos. Deste modo, acreditamos na relevante contribuição deste artigo para a literatura acadêmica, seja na área da Comunicação, seja para a Ciência Política, no sentido de acrescentar interpretações sobre as estratégias discursivas utilizadas nas páginas virtuais durante as eleições presidenciais de 2018 e de propor uma linha metodológica para futuras análises em objetos de pesquisa semelhantes.

Campanha política no Facebook e o contexto da corrida eleitoral em 2018

Desde o desenvolvimento dos meios de comunicação de massa, a mídia vem assumindo o papel de mediadora das democracias modernas, integrando atores políticos e campos sociais distantes, impactando a área política. No entanto, mais recentemente, o olhar dos estudiosos da comunicação voltou-se para o uso dos meios on-line no processo político, já que a popularização da internet e das plataformas de comunicação digitais incentivou um grande contingente de pessoas a comporem as redes sociais digitais, incluindo agentes políticos, representantes eleitos e, também, pessoas jurídicas, como movimentos sociais, partidos políticos, instituições do Estado, empresas jornalísticas etc. (Aggio; Reis, 2013).

Camilo Aggio e Lucas Reis (2013) explicam por que as plataformas *on-line*, sobretudo as redes sociais digitais, tornaram-se espaços estrategicamente importantes para se fazer política. Primeiramente, a quantidade de pessoas presentes nestes meios é muito significativa, apesar de o acesso à internet ainda não ser universal. Contudo, o alto número de usuários não seria tão relevante não fossem a estrutura e a dinâmica de funcionamento destas plataformas, que permitem que os conteúdos sejam compartilhados entre diferentes nichos – para que um usuário tenha acesso a um conteúdo, basta que um dos membros de sua rede compartilhe aquela informação, sem a necessidade de procurar tal conteúdo por si

mesmo¹. Neste sentido, as redes sociais digitais superam as oportunidades oferecidas pelos demais meios de comunicação de massa, que criam seus programas voltados a um público-alvo específico, com maiores dificuldades de superar essas limitações (Aggio; Reis, 2013).

A combinação entre a vantagem numérica e o modo pelo qual as informações são disseminadas justificam a intensa recorrência de estratégias comunicacionais políticas nos ambientes virtuais, sobretudo quando falamos das campanhas eleitorais. Nas redes sociais digitais, os assessores das campanhas enxergam os usuários como possíveis eleitores, o que serve como estímulo para que as propagandas eleitorais estejam presentes nas plataformas da internet, no entanto, essa não é a maior virtude dos internautas para as campanhas eleitorais. Sites como o Facebook e o Twitter, por exemplo, oferecem a possibilidade de seus membros publicarem textos, fotos e vídeos, além de curtirem, comentarem e compartilharem publicações alheias, portanto, mais do que potenciais eleitores, os usuários das redes sociais são os principais disseminadores dos conteúdos da campanha (Aggio; Reis, 2013).

De acordo com Rossini *et al.* (2016), as estratégias empregadas nas campanhas políticas on-line visam unicamente o aumento do alcance das mensagens e a angariação de fundos, ignorando as possibilidades de uma interação efetiva entre candidatos e eleitores. Essa observação indica que a forma como as campanhas estão sendo exploradas nas redes sociais on-line ainda não usufrui de todas as oportunidades oferecidas por essas plataformas, realidade que pode estar se transformando com a intensificação do papel desses sites em todo o processo político, incluindo as eleições.

No final da primeira década dos anos 2000, o uso das redes sociais digitais em campanhas políticas tornou-se notório com a eleição de Barack Obama, nos Estados Unidos. Sua equipe empenhou-se em utilizar os sites de relacionamento on-line para convencer a população estadunidense a comparecer às urnas, já que não existe a obrigatoriedade do voto naquele país. Portanto, era necessário adaptar a linguagem da campanha para o espaço digital – respeitando as diferenciações de cada uma das redes sociais digitais – e dar voz aos internautas, ações que pautaram as preocupações da assessoria de campanha de Obama

¹ Muito embora estudos mais recentes já comecem a questionar a visão da internet enquanto uma rede totalmente livre, levando em consideração a interferência dos algoritmos no processo de seleção e distribuição da informação.

(Sampaio, 2016). Foi a partir destas eleições que os estudos sobre o assunto ganharam cada vez mais espaço na academia.

O ano de 2010 marca a estreia do uso oficial das redes sociais digitais nas disputas eleitorais brasileiras, após uma pequena reforma eleitoral feita no ano anterior com o intuito de regulamentar a utilização política da internet por candidatos e partidos em período de campanha. Já em 2012, identificou-se que a rede digital mais usada pelas equipes dos candidatos aos cargos municipais foi o Facebook, no entanto, ainda sem superar a relevância da exposição televisiva e nem reduzir o papel do financiamento das campanhas (Massuchin; Tavares, 2015). Atentas a essa realidade, em 2014, as equipes buscavam aperfeiçoar as estratégias de comunicação on-line, recorrendo às redes sociais virtuais como um meio alternativo, em um formato que se diferenciava daquele visto nas mídias tradicionais, compreendendo o espaço como possibilitador de circulação de informação e, também, como mobilizador do eleitorado (Rossini *et al.*, 2016).

Em 2018, alguns indícios apontam para uma possível inversão entre importância do tempo de campanha na televisão e da visibilidade nas redes sociais. Por exemplo: o candidato Geraldo Alckmin (PSDB) teve tempo de TV 39 vezes maior que o de Jair Messias Bolsonaro (PSL) (Klein, 2018), contudo, alcançou a posição de 4º colocado, com apenas 4,76% dos votos, enquanto Bolsonaro foi para o segundo turno das eleições com 46,03% dos votos. Sabe-se que o candidato vitorioso deste sufrágio eleitoral fundamentou sua campanha, sobretudo, em publicações em suas páginas nas plataformas de comunicação digitais, principalmente quando estava impossibilitado de participar de outros eventos midiáticos por conta do atentado que sofreu em meio à disputa². Neste sentido, há de se considerar o forte impacto das redes sociais digitais no resultado destas eleições, o que justifica uma análise que se proponha a verificar o comportamento dos candidatos e suas estratégias discursivas nessas plataformas.

Cabe apontar que, conforme ressaltam Massuchin *et al.* (2018), a forma de agir dos candidatos em uma disputa está diretamente ligada ao contexto da corrida eleitoral, considerando o ambiente no qual ocorrem as eleições, o histórico e o acirramento da disputa,

² No dia 06 de setembro de 2018, o candidato do PSL foi atingido com uma faca durante um ato de campanha em Juiz de Fora (MG).

as características dos desafiantes, entre outros pontos. Neste sentido, torna-se relevante atentar para algumas informações fundamentais para a construção do cenário político brasileiro durante a corrida eleitoral.

O Brasil assiste a um acirramento das disputas políticas desde 2014, refletido no resultado das eleições presidenciais do referido ano: Dilma Rousseff (PT) venceu Aécio Neves (PSDB) no segundo turno por uma diferença de menos de 4 pontos percentuais. O segundo mandato da petista, iniciado em 2015, foi marcado por diversas manifestações contrárias e favoráveis ao seu governo e por uma série de estratégias organizadas pela oposição na Câmara e no Senado, movimentações estas que levaram ao seu *impeachment*, em agosto de 2016.

É importante ressaltar que um dos componentes dessa oposição, caracterizado por seus discursos inflamados contra a esquerda, foi o próprio Bolsonaro. Pode-se dizer que sua popularidade a nível nacional começou a ser conquistada por declarações polêmicas, como quando homenageou o Coronel Brilhante Ustra³ na sessão da Câmara que votava o *impeachment* de Dilma. Seu posicionamento extremista agradou parte da oposição que se via descontente com os governos do PT e com as contínuas denúncias de corrupção que assolavam o Estado, enxergando soluções em medidas repressivas para conter o que acreditam ser “uma crescente insegurança e desordem pública radical” (Cioccarri; Persichetti, 2018, p. 202).

Enquanto o nome de Bolsonaro crescia pelo país, o maior líder do PT enfrentava a justiça, acusado de crimes descobertos pela Operação Lava Jato, sobretudo pelo conhecido “caso Tríplex”⁴. No entanto, o que se evidenciava nas inúmeras pesquisas de opinião pública que pautavam as eleições presidenciais de 2018 era que, mesmo sob investigação, Luiz Inácio Lula da Silva, caso se lançasse como candidato, teria grandes chances de vitória, plano que foi interrompido pelo julgamento do réu como culpado e o decreto de sua prisão, em abril

³ O Coronel Carlos Alberto Brilhante Ustra foi chefe do DOI-Codi do II Exército, um dos órgãos responsáveis pela repressão política na ditadura militar brasileira.

⁴ Em 2016, o MP-PR denunciou Lula pelo recebimento de R\$3,7 milhões em propina da empreiteira OAS como parte de acordos do PT com a Petrobras. A quantia alegada correspondia à reserva de um apartamento tríplex em Guarujá (SP), a reformas nesse imóvel e a serviços de transporte e armazenamento de um acervo do ex-presidente.

de 2018. Iniciava, nesse momento, uma intensa luta do PT para que Lula pudesse se tornar candidato mesmo na condição de encarcerado, a partir do argumento de que ele era um “preso político”, ou seja, preso não por eventuais erros que tenha cometido, mas por representar uma ameaça aos que almejavam o governo.

Com Lula proibido de concorrer, Fernando Haddad (PT) é escolhido como substituto na corrida pelo cargo máximo do Executivo, entrando em campanha com atraso por conta da persistência do PT em lançar o ex-presidente como candidato. Ex-prefeito da cidade de São Paulo e ex-Ministro da Educação, Haddad ainda não era conhecido nacionalmente, precisando apoiar sua imagem em Lula para conquistar os votos que seriam destinados ao líder petista. Portanto, pode-se afirmar que o embate principal, simbolicamente, não deixou de ser entre Bolsonaro e Lula, então “representantes” da direita e da esquerda, respectivamente. As campanhas políticas construíram suas estratégias com base nos antagonismos entre os candidatos, caracterizando a disputa de sentidos que permeou toda a corrida eleitoral de 2018.

A Análise do Discurso e as estratégias discursivas

A proposta deste artigo é investigar a disputa de sentidos que se constituiu nas *fanpages* dos candidatos à presidência da República Jair Bolsonaro e Fernando Haddad durante a campanha eleitoral. Para isso, elegemos a noção-conceito da Análise do Discurso (AD) “estratégia discursiva” como principal elemento teórico-operativo para caracterizarmos a produção discursiva estudada. No entanto, antes de discutir as estratégias discursivas e sua dinâmica de funcionamento de modo específico, é importante trazer à tona apontamentos sobre a Análise do Discurso enquanto dispositivo teórico-metodológico do trabalho, ou seja, refletir sobre o “lugar de fala” da AD e o modo como essa perspectiva compreende a relação entre sujeito, língua e história.

A interdisciplinaridade está na base da AD, que conta com subsídios teóricos oriundos da Linguística, História e Psicanálise (Machado, 2012). O entendimento proposto é o de que a língua se constitui na/pelo social e, por isso, o discurso deve ser sempre analisado levando-

se em consideração as suas condições de produção: elementos exteriores à língua, como o contexto sócio-histórico no qual aquele discurso está inscrito (Orlandi, 2012).

Nesse âmbito, é preciso não negligenciar a dimensão da ideologia na construção do discurso, pois o funcionamento dela se dá em consonância com as “necessidades ideológicas” dos sujeitos (Dias, 2004). Aprender essa relação intrínseca entre língua e ideologia é essencial para desenvolver investigações que não se apresentem de forma superficial e que compreendam a ideologia como resultado de uma construção social que se faz presente em todos os processos discursivos. Moreira *et al.* (2012) trazem essa questão à tona ao discutir a naturalização do aparato ideológico. Por meio dele, explicam os autores, naturalizamos representações e dizeres possíveis como se essas construções fossem óbvias, inerentes à realidade: as únicas maneiras de se dizer e interpretar o mundo à nossa volta.

Nesse sentido, no âmbito da Análise do Discurso, nada se configura de modo aleatório: “todos os enunciados, ou atos de linguagem ou ainda atos comunicativos, jogados na arena discursiva, não são aleatórios: eles têm uma razão de ser” (Machado, 2012, p. 190). Sendo assim, é preciso estar atento a todas as variáveis que constituem a dinâmica discursiva e até mesmo o silêncio – a relação entre o dito e o não dito – significa.

Essa “dimensão psicossocial” da linguagem (Charaudeau, 2001) nos apresenta o discurso como um objeto de pesquisa intrinsecamente social e, por isso, deve ser analisado sempre tendo em perspectiva o meio social no qual foi construído: ele é fruto desse meio e, ao mesmo tempo, nos diz sobre ele. Em consonância com essa compreensão, Machado (2012) afirma que, se a AD é ligada ao social, ela pode ser utilizada para abordar todos os discursos que circulam socialmente.

Nesse viés, todos os discursos são potencialmente passíveis de análise, inclusive aqueles dispostos em ambiente digitais, como as redes sociais digitais. No contexto da AD, não é possível trabalhar com a perspectiva delimitante que tenta circunscrever os discursos entre aqueles que se apresentam como suscetíveis à análise (ou não) a depender do tipo de discurso – se jurídico ou humorístico – ou do ambiente em que ele está localizado – se em um jornal impresso ou em uma rede social.

Com base nessa compreensão, é possível abordar de modo específico a constituição das estratégias discursivas como marcas da disputa de sentidos a ser analisada. Partindo da perspectiva de Charaudeau e Maingueneau, que relacionam as dinâmicas observáveis por meio da Análise do Discurso ao teatro, Machado (2012) traz reflexões sobre o papel que as estratégias discursivas desempenham nesse processo a partir do entendimento de que existe, nas trocas comunicativas, a dimensão da encenação. Para a autora, por meio da AD, é possível compreender que essas trocas se dão em um jogo constituído entre os sujeitos que buscam, através da adoção de diferentes papéis e da utilização de estratégias, influenciar os interlocutores.

Um ato linguageiro se constitui a partir de um “contrato de comunicação” em que estão colocados diferentes aspectos que constituem o processo de produção de sentidos, como as condições de produção e as imagens que cada sujeito constrói de si e daquele que participa da troca comunicativa. “A relação contratual depende, portanto, de componentes mais ou menos objetivos, tornados pertinentes pelo jogo de expectativas que envolve o ato linguageiro” (Charaudeau, 2001, p. 30). A partir dessas expectativas, o sujeito lança mão de determinadas estratégias discursivas para que possa alcançar os seus objetivos na dinâmica discursiva.

Diante das inúmeras funções que diferentes estratégias discursivas podem desempenhar no processo de produção de sentidos, Charaudeau (2009) propõe o entendimento de três instâncias relacionadas a elas: as estratégias de legitimação, credibilidade e captação. As de legitimação referem-se à posição de legitimidade - criação ou reforço dela - do sujeito enquanto enunciador. As estratégias de credibilidade estão relacionadas à expectativa de fazer com que o interlocutor dê créditos ao discurso do enunciador como algo confiável. Já as estratégias de captação são utilizadas pelo sujeito quando há intenção de obter adesão total do interlocutor (Charaudeau, 2009). Nesse viés, é possível afirmar que o autor constrói a seguinte relação entre as estratégias discursivas: legitimidade: o sujeito pode dizer; credibilidade: o sujeito sabe o que dizer; captação: o sujeito afeta/sabe como dizer.

Importante ressaltar, porém, que a abordagem de determinados “padrões” referentes ao uso de estratégias discursivas não tem a intenção de limitar o entendimento dos “tipos” de estratégias, mas sim possibilitar a construção de apontamentos com base nas dinâmicas que

são representativas do discurso que está sob análise. Ou seja, a intenção não é delimitar o entendimento do discurso. Nesse sentido, um mesmo discurso se constitui como a combinação de diferentes estratégias concomitantemente. Ainda é possível que haja um deslocamento da função que aquele discurso cumpre na dinâmica discursiva a depender da perspectiva de análise e, diante disso, ele pode se transfigurar e cumprir diferentes funções em diferentes contextos. Assim, diversas estratégias poderão se fazer presente em um mesmo discurso e um discurso poderá apresentar estratégias diferentes em momentos distintos, a partir de um movimento de deslocamento de sentidos, a depender da perspectiva adotada.

No momento da análise, será preciso considerar de que modo esse ambiente midiático conforma os discursos ali inscritos. Isso porque o Facebook e as redes sociais, de modo geral, permitem uma abordagem mais descontraída e próxima do eleitor, diferente da postura normalmente assumida em propagandas eleitorais gratuitas veiculadas na televisão, por exemplo. Nesse sentido, o tipo de linguagem e a possibilidade de interação demandam um dizer possível. Essas características poderão influenciar também nos tipos de estratégias identificadas como representativas da dinâmica discursiva analisada.

Machado (2012) discute o modo como a entrada da emoção é mais facilitada por alguns atos de linguagens do que outros. Como discursos potencialmente emotivos, o autor traz à tona o discurso religioso e político, ambos pertinentes para a abordagem deste artigo, já que um dos candidatos, Jair Bolsonaro, possui forte ligação com o Neopentecostalismo, sobretudo por conta da defesa de pautas conservadoras. Nesse sentido, será possível observar o modo como o agenciamento dos eleitores se deu por meio de estratégias de captação características do discurso religioso e/ou político e o modo como isso se configurou de modo particular nos discursos de cada candidato.

Com fundamento na compreensão sobre o papel que as estratégias discursivas cumprem no processo de produção de sentidos, partimos, agora, para a análise configurada na *fanpage* dos candidatos à presidência durante a campanha eleitoral a partir da identificação das estratégias que os políticos lançaram mão na dinâmica discursiva.

Metodologia

Para apreender a disputa de sentidos configurada na *fanpage* dos candidatos Bolsonaro e Haddad, definimos, primeiramente, o recorte temporal da análise considerando os dias das eleições do primeiro e do segundo turno: 7 e 28 de outubro de 2018, respectivamente. Com base nisso, selecionamos as postagens feitas pelos candidatos nos dois dias anteriores a cada turno. Dessa forma, a coleta do *corpus* considerou os seguintes períodos: 5 e 6 de outubro de 2018 e 26 e 27 de outubro de 2018, totalizando quatro dias.

Por meio de uma análise prévia, foi possível apreender os seguintes eixos de disputa de sentidos como representativos da dinâmica discursiva analisada: “Democracia x Militarismo”, “Diálogo x Omissão/Truculência” e “Transparência x Corrupção”⁵. Esses eixos representam embates discursivos que se constituíram entre os candidatos ao longo das eleições. A partir desse processo de polarização, cada candidato lançou mão de estratégias discursivas no processo de produção de sentidos com um objetivo em comum: a vitória nas eleições presidenciais.

Diante do grande número de postagens⁶, optamos por apresentar, ao longo da Metodologia, aquelas que se constituíram representativas da dinâmica discursiva estudada para que fosse possível operacionalizar a análise. A seleção se deu, primeiramente, por meio da identificação da temática substancial de cada publicação. Após identificar os assuntos mais recorrentes, dividimos os *posts* em grupos considerando o seu teor e a função que cumpriam na disputa de sentidos. Com base nisso, elegemos, no interior de cada grupo, as postagens que melhor representavam a dinâmica discursiva observada: o que se apresentou como

⁵ Os eixos foram definidos da seguinte maneira: a partir da identificação, seleção e agrupamento dos *posts*, foi possível observar a constituição de determinados tensionamentos em torno de temáticas específicas. Com base nesse entendimento, propusemos a construção dos eixos com fundamento em uma ideia de oposição, por isso, o uso do *versus*, refletindo a bipolarização entre os dois candidatos. Assim, elegemos eixos centrais que evidenciassem os principais aspectos de conflito entre Haddad e Bolsonaro: Democracia x Militarismo; Diálogo x Truculência/Omissão; Transparência x Corrupção. Além deles, também foram identificados os seguintes tensionamentos, que poderão ser abordados em pesquisas posteriores: Amor x Ódio; Tolerância x Intolerância Religiosa; Livros x Armas; Paz x Guerra; Inclusão Social x Privilégios. A organização a partir desses eixos foi essencial para apreender, de maneira aprofundada e complexa, a disputa de sentidos em diferentes contextos. Sendo assim, foi possível observar a utilização de estratégias discursivas recorrentes e o uso de estratégias específicas para tratar uma determinada temática, a depender do eixo.

⁶ Os vídeos postados pelos candidatos não foram analisados por apresentarem uma estrutura discursiva específica.

constância na *fanpage* dos candidatos. Desse modo, a análise em profundidade dos *posts* selecionados permitirá caracterizar, de forma contundente, a disputa de sentidos que emergiu nesse ambiente.

Democracia X Militarismo

Durante toda a campanha, Haddad (PT) construiu a sua imagem como um democrata, reforçada por sua trajetória política, sempre atuando na defesa dos regimes democráticos, assumindo uma postura crítica aos regimes militares, em especial àquele instituído no Brasil a partir de 1964.

Os discursos observados em sua *fanpage* buscam reforçar esse “valor democrata” ao rechaçar qualquer tipo de menção ao período da ditadura como algo positivo para o país. Um exemplo desse posicionamento é a postagem a seguir (Quadro 1), que foi publicada acompanhada por um vídeo que traz depoimentos “chocantes”, como denomina o próprio candidato, de pessoas que sofreram as consequências da instalação do regime ditatorial.

Quadro 1 - Postagem fanpage Haddad - Democracia x Militarismo

Número da postagem	Data	Conteúdo da postagem
07	27/10/2018	Os depoimentos dos torturados pela ditadura são chocantes. Não é possível que um ser humano defenda esse nível de atrocidade contra outro. É ainda mais difícil de acreditar quando é um deputado e candidato a presidente que defende isso. Para que nunca mais aconteça e para que não se esqueça.

Fonte: Elaboração própria.

No texto da postagem 07⁷, Haddad faz referência direta ao seu adversário e às suas falas sobre a Ditadura Militar no Brasil, demonstrando simpatia pelo autoritarismo e, inclusive,

⁷ A numeração das postagens corresponde à ordem em que elas aparecem na linha do tempo de cada candidato: da mais recente para a mais antiga.

defendendo os crimes de tortura e assassinatos cometidos pelo Estado naquele período, como no episódio em que enaltece a figura de um coronel torturador em plena sessão da Câmara, ou quando afirmou que “o erro da ditadura foi torturar e não matar”, em entrevista à rádio Jovem Pan, em junho de 2016. Com seu discurso, o petista busca demarcar a diferença entre ele e o outro candidato: entre aquele que defende os direitos humanos e condena a ditadura e aquele que opina de forma irresponsável sobre ela e defende abertamente alguns dos princípios vinculados a este regime.

Ao colocar todos no mesmo nível de igualdade (somos todos seres humanos), o candidato tem a intenção de evidenciar a falta de empatia de seu adversário que, mesmo tendo ciência da violência sofrida por seus semelhantes durante a ditadura, insiste em se manifestar favoravelmente às ações empreendidas por esse regime.

Ainda por meio da postagem 07, o candidato do PT se apropria de uma estratégia discursiva para atacar o seu adversário: a deslegitimação de Bolsonaro como aquele que pode dizer em nome do Brasil e dos brasileiros: “É ainda mais difícil de acreditar quando é um deputado e candidato a presidente que defende isso”. Ou seja, o candidato do PSL não possui a legitimidade necessária para falar como representante dos brasileiros para o mais alto cargo do Executivo Federal. O discurso de Haddad está vinculado a uma ideia de que Bolsonaro não é “digno” para assumir tal função e, por isso, não deve receber esse voto de confiança dos brasileiros.

Ao pensarmos nas funções que as estratégias discursivas cumprem no processo de produção de sentidos, propostas por Charaudeau (2009), é possível afirmar, ainda, que o candidato do PT também lança mão de uma estratégia de captação, uma vez que busca sensibilizar os eleitores por meio das falas presentes no vídeo. A opção por divulgar depoimentos das pessoas que vivenciaram aquela época corrobora para a construção dessa estratégia, pois evidencia a preocupação de atribuir veracidade e, até mesmo, um processo de identificação e empatia junto aos usuários. Ademais, dá voz a essas pessoas que foram, por muito tempo, silenciadas, já que uma das marcas desse tipo de regime é a não garantia da liberdade de expressão.

No *post*, o candidato usa palavras impactantes para adjetivar a ditadura no Brasil, como as expressões “chocantes” e “atrocidade”, outro fator que reforça a intenção de afetar os eleitores e provocar neles, por meio da emoção, uma adesão ao que é dito pelo sujeito enunciador.

Com a afirmação “Para que nunca mais aconteça e para que não se esqueça”, Haddad dá destaque a mais um tensionamento que perpassa a discussão sobre o período ditatorial no Brasil: o fato de haver um negligenciamento sobre a memória relacionada à ditadura e àqueles que sofreram suas consequências. Importante ressaltar que existe uma militância nesse sentido e já é possível citar avanços, como a criação da Comissão Nacional da Verdade - Memórias da Ditadura, em 2011. No entanto, ainda há um caminho longo a se percorrer para garantir que os crimes cometidos no período ditatorial sejam esclarecidos. Somente a partir do conhecimento sobre a dimensão do desrespeito aos direitos humanos, ocorrida no passado, será possível contribuir para que não vivenciemos tempos tão obscuros quanto o da Ditadura Militar. Nesse sentido, lembrar é também uma forma de fortalecer o regime democrático.

O candidato do PSL, por sua vez, é o porta-voz dos militares, até porque é formado na Academia Militar das Agulhas Negras e serviu nos grupos de artilharia e paraquedismo do Exército Brasileiro na década de 1980. A parceria estabelecida com a ala militar é visível, inclusive, na própria formação da chapa encabeçada por Bolsonaro, que trazia o general Hamilton Mourão como vice-presidente.

Muito embora o candidato tenha dado vários depoimentos favoráveis ao golpe de 1964 ao longo de sua vida pública, em suas postagens, fica claro que o candidato não aceita a alcunha de antidemocrático, como foi colocado por seu adversário. Pelo contrário, ele questiona a “democracia” defendida pela esquerda.

Quadro 2 - Postagem fanpage Bolsonaro - Democracia x Militarismo

Número da postagem	Data	Conteúdo da postagem
04	27/10/2018	- A DEMOCRACIA DO MST, UNE e outros estranhos: Militantes de esquerda, desafiam justiça e fazem ato chamando Juiz Moro de corrupto:

Fonte: Elaboração própria.

A postagem 04 faz referência a um vídeo de um protesto realizado por um grupo de militantes da esquerda que questionava a neutralidade das ações do então juiz Sérgio Moro, responsável por comandar o julgamento em 1ª instância dos crimes identificados na Operação Lava Jato, entre eles, a denúncia envolvendo o ex-presidente Lula.

Muito embora o conteúdo publicado sequer mencione o Partido dos Trabalhadores, a associação acontece de forma lógica, já que o Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra (MST) e a União Nacional dos Estudantes (UNE) são historicamente vinculados ao PT, mesmo que, no decorrer do tempo, essa relação tenha se estremecido em diversos momentos.

No *post*, a “democracia do MST, UNE e outros estranhos” é exposta como uma ameaça, representada pela imagem de grupos que, supostamente, desafiam a justiça e condenam a luta contra a corrupção. Neste caso, a militância da esquerda deturpa a democracia porque se posiciona em favor do PT e, especialmente, de Lula, partido e político constantemente em evidência por conta de denúncias de transgressões no governo.

A denúncia de que os aliados da oposição estão “chamando o Juiz Moro de corrupto” é relevante no cenário da disputa eleitoral. Sérgio Moro conquistou apreço popular no decorrer da Operação Lava Jato. Uma pesquisa publicada pela BBC Brasil em 2017 comprova que, depois do *impeachment* de Dilma, a popularidade do juiz disparava enquanto crescia a rejeição aos políticos (Schreber, 2017). Esse movimento fica claro quando as pesquisas de intenção de voto realizadas pelo Datafolha no período pré-oficialização dos candidatos traziam o magistrado como possível concorrente ao cargo

máximo do Executivo. Portanto, posicionar-se contra Sérgio Moro é ir em caminho oposto ao que defende uma boa parcela da população brasileira.

Por fim, cabe destacar a expressão “outros estranhos” utilizada nessa publicação, dando a impressão de que os movimentos sociais e demais indivíduos que concordam com as pautas da esquerda estão excluídos da normalidade política do país. É um texto que divide os eleitores entre “nós” e “outros”: de um lado, os direitistas e defensores da democracia verdadeira e da idoneidade de Sérgio Moro e, do outro, os esquerdistas, apoiadores dos atos ilícitos de Lula e de seu partido, transgressões que prejudicam a nação.

Portanto, nessa postagem, verifica-se um discurso deslegitimador, tirando da esquerda o poder de questionar seu posicionamento democrático, haja vista que a democracia defendida por ela não compactua com a urgente luta contra a corrupção que assola o país.

Diálogo x Truculência/Omissão

A discussão sobre a importância do diálogo também foi significativa no contexto eleitoral. Nesse aspecto, o candidato do PT se coloca como aquele que sabe conversar e se apresenta como defensor do diálogo: a única via para alcançar o bem comum.

Haddad constrói a imagem de si como aquele que acolhe diferentes grupos e tem a capacidade para mediar conflitos de interesse de forma ética. O candidato dá relevo a essa vocação ao destacar o respeito à diferença por meio de suas postagens. Em uma delas, ele afirma: “Uma Nação unida e diversa, forte como o seu povo. Nós vamos ouvir todos os Brasis, pra reconstruir o país pela paz” (Postagem 09, 27/10/2018). Apresentar o Brasil no plural destaca justamente a pluralidade como característica do país. Haddad aborda, assim, a diversidade (de raça, crença, cultura etc.) como um atributo fundante do Brasil.

A capacidade de diálogo é reforçada pela trajetória do candidato, que atuou em lideranças estudantis e políticas desde a juventude e é professor no Departamento de Ciência Política da USP. Em consonância com esse perfil, Haddad evidencia o apoio de personalidades e artistas recebido durante a campanha, o que dá relevo, mais uma vez, à imagem de um político aberto ao diálogo e à diversidade.

Quadro 3 - Postagem fanpage Haddad - Diálogo x Omissão/Truculência

Número da postagem	Data	Conteúdo da postagem
24	26/10/2018	Nossa saída é o diálogo. É o olho no olho que nosso adversário evita, por não saber lidar com o divergente. Obrigado a todos os artistas que estão nas ruas, hoje, conversando com as pessoas e virando voto. Juntos faremos História! #BrasilViraHaddad

Fonte: Elaboração própria.

A postagem aciona, também, sentidos relacionados à coragem como característica do candidato do PT. Ao afirmar que ele, ao contrário do seu adversário, não evita o “olho no olho”, Haddad busca evidenciar que ele não tem medo de encarar o diferente. Essa postura foi recorrente em sua *fanpage* onde sempre destacou a disponibilidade para participar de todas as entrevistas e debates, ao contrário de Jair Bolsonaro, que, no período de campanha, compareceu apenas nos dois primeiros debates televisionados.

Vale lembrar que, durante parte da corrida eleitoral, Bolsonaro esteve hospitalizado por conta do atentado sofrido. Na fase de recuperação, ele precisou usar bolsa de colostomia, o que, segundo sua equipe, poderia gerar constrangimento ao candidato, explicando sua ausência nos debates do segundo turno. Entretanto, Haddad se mostrava disposto a debater respeitando as condições de seu opositor, alegando que poderia, inclusive, encontrá-lo na enfermaria e falar “docemente” para evitar estresse, em uma clara provocação ao adversário (Bertoni, 2018). O incômodo do petista se fundamentava na ideia de que Bolsonaro, na verdade, aproveitava-se de sua situação para fugir do diálogo, visto que concedeu uma entrevista ao Jornal da Record, exibida no mesmo dia e horário do debate realizado pela Rede Globo no começo de outubro. A atitude pode ser entendida como uma estratégia de campanha: o candidato do PSL não estava disposto a dialogar sobre as propostas e preferia estar em um espaço em que não fosse confrontado pelos opositores.

A estratégia do petista – de comparação direta com o seu adversário – foi utilizada diversas vezes nos períodos considerados para análise. Ao se comparar com Bolsonaro, construiu a ideia de perspectivas opostas, lados diferentes da trincheira. Por meio dessa ação, destacou

o contraste das propostas de ambos, a partir da constituição de antagonismos como: amor e ódio, respeito e intolerância religiosa, livros e armas e inclusão social e privilégios. Em todos os casos, Haddad se coloca como aquele que está do lado certo: ele assume, em certa medida, o papel do “mocinho” enquanto, ao candidato Bolsonaro, resta o de “vilão”.

No âmbito deste trabalho, essa estratégia pode ser compreendida como de credibilidade, pois, por meio da comparação com seu adversário, Haddad busca convencer os eleitores – seus interlocutores no processo de produção de sentidos constituído na *fanpage* – de que o que é dito por ele é confiável. Nesse contexto, o candidato do PT descredibiliza os discursos de seu adversário colocando-o em uma posição de enunciador sem credibilidade uma vez que, para Fernando Haddad, a fala de Bolsonaro representa uma visão sobre o país contrária àquela proposta por sua plataforma de governo e ideologia.

Já Bolsonaro construiu seus princípios políticos a partir de defesas que o distanciam da ideia de tolerância e diálogo. Em 1999, por exemplo, em entrevista à TV Bandeirantes, ele afirmou que, no período da ditadura, “umas trinta mil pessoas deveriam ter sido fuziladas, começando pelo então presidente Fernando Henrique Cardoso”. Em 2018, no dia 1º de setembro, em um comício em Rio Branco (AC), o candidato entusiasmou seus eleitores com a promessa de que iria “fuzilar a petralhada do Acre”. Outros depoimentos de Jair Bolsonaro indicam seu posicionamento quanto às “minorias”, como quando disse: “Não tem essa historinha de Estado laico não. O Estado é cristão e a minoria que for contra que se mude. As minorias têm que se curvar para as maiorias”, em um encontro no estado da Paraíba, em fevereiro de 2017⁸.

As declarações do candidato do PSL são usadas pelos adversários com o intuito de ressaltar a falta de disposição para o diálogo e o desrespeito de Bolsonaro com a diversidade no país, no entanto, ele demonstra não estar de acordo com essas críticas, como se observa na postagem de número 08:

⁸ As falas de Jair Bolsonaro foram retiradas de uma matéria publicada no portal da Revista Exame, no dia 24 de setembro de 2018, intitulada “Frases polêmicas do candidato Jair Bolsonaro”. Disponível em: <https://exame.abril.com.br/brasil/frases-polemicas-do-candidato-jair-bolsonaro/>. Acesso: 19/02/2019.

Quadro 4 - Postagem fanpage Bolsonaro - Diálogo x Omissão/Truculência

Número da postagem	Data	Conteúdo da postagem
08	26/10/2018	- Índia da Tribo Xingu visita Jair Bolsonaro e conhece suas reais propostas, sem as mentiras do PT. O Brasil é de todos nós! . Link em nosso canal no youtube: https://youtu.be/ATP-Zy07ycM

Fonte: Elaboração própria.

Na publicação, Jair Bolsonaro busca comprovar que está dialogando com as diversas comunidades que formam o Brasil, construindo propostas que respeitam suas necessidades, diferentemente do que afirmam seus opositores, ou, em suas palavras, “sem as mentiras do PT”. Acredita-se que essa frase, em específico, pode ser uma crítica ao que vinha sendo amplamente veiculado pela oposição sobre o posicionamento do candidato quanto às questões indígenas: o fato de que ele seria contra a demarcação de terras para os índios. Essa compreensão nasceu a partir de falas do próprio Bolsonaro, afirmando que a demarcação de terras para índios seria um privilégio desnecessário e que essa reserva de áreas para comunidades indígenas prejudicava o agronegócio (G1, 2015).

Portanto, mais uma vez, trata-se de um discurso deslegitimador, caracterizando a oposição como mentirosa para que sua própria credibilidade não seja atingida. A estratégia, portanto, é a de desautorizar o PT a falar sobre ele, já que o partido é falacioso. Ademais, reitera seu compromisso com a tolerância e o respeito à diversidade ao se aproveitar da imagem da índia da Tribo Xingu como uma possível apoiadora política e ao utilizar a frase “o Brasil é de todos nós!”, contribuindo com a desconstrução do discurso de Haddad de que sua candidatura não representava os interesses de toda a população brasileira, sobretudo das ditas minorias do país.

Transparência X Corrupção

No *corpus* considerado para a análise, não há uma referência direta à temática da Corrupção x Transparência na *fanpage* de Fernando Haddad. Como sabemos, sob a ótica da AD, o silêncio também diz sobre a dinâmica discursiva analisada e, nesse caso, não é diferente. Podemos depreender que a opção por não abordar essa questão se dá com base na memória discursiva construída em torno do Partido dos Trabalhadores que, desde o escândalo do Mensalão⁹, carrega, ao lado da sua legenda, os sentidos relacionados à corrupção.

Diante desse contexto, é possível compreender a não abordagem direta do tema corrupção pelo PT como uma estratégia discursiva observável na *fanpage* de Haddad. Desse modo, fez a escolha de não dar ênfase à corrupção como uma das pautas do seu governo na rede social digital analisada. Essa postura gerou repercussão entre eleitores e apoiadores, no sentido de cobrar do partido um “*mea culpa*” pelos erros cometidos ao longo dos seus 14 anos de governo. A justificativa era a de que o PT deveria reconhecer suas mazelas para somente depois se tornar digno de receber, mais uma vez, o voto de confiança dos eleitores.

Apesar desse silenciamento, a partir de uma leitura atenta dos *posts*, é possível identificar que a temática da corrupção emergiu permeada pela discussão sobre as *Fake News*, temática que se constituiu como marca das últimas eleições presidenciais. Na postagem abaixo, Haddad faz referência ao esquema ilegal de disparo de notícias falsas sobre o PT por meio do aplicativo de mensagens WhatsApp, financiado por empresas apoiadoras da oposição. Neste caso, quem comete transgressões é a equipe adversária.

Quadro 5 - Postagens fanpage Haddad - Transparência x Corrupção

Número da postagem	Data	Conteúdo da postagem
41	26/10/2019	Gravíssimo atentado contra nossa democracia. E nosso adversário segue tentando manipular a vontade do povo com mentiras e desinformação. Não vai conseguir.

Fonte: Elaboração Própria.

⁹ Esquema ilegal de financiamento político organizado pelo Partido dos Trabalhadores a fim de garantir apoio do Congresso ao governo entre 2003 e 2004.

O candidato inicia a sua fala por meio do uso de uma palavra em seu grau superlativo para destacar a gravidade do caso e seus impactos no processo eleitoral. Ele faz referência direta a Bolsonaro e busca construir a imagem de seu adversário como alguém não confiável. Nesse sentido, apropriando-se de uma estratégia discursiva “reversa”, descredibiliza o candidato do PSL associando-o às *Fake News* e ataca, assim, a sua credibilidade como sujeito enunciador. Ao final, o candidato do PT demonstra otimismo por meio da afirmação “Não vai conseguir”, em referência à possibilidade de Bolsonaro influenciar os eleitores e desviá-los da verdadeira “vontade do povo”, o que, para Haddad, seria a confirmação da sua vitória nas urnas.

O link que acompanha a postagem leva para a notícia “*Fake news* anti-PT alcança um terço do eleitorado” do site do jornal Valor Econômico. Por meio dessa ação, Haddad lança mão da estratégia de apropriação do discurso midiático ao inserir a “voz” de um outro enunciador como forma de referendar a afirmação presente na postagem.

O escândalo dos disparos das mensagens anti-PT mobilizou os candidatos ao longo do segundo turno. No comentário a seguir, Haddad dá relevo a essa questão ao denominar a campanha do PT como “limpa”. Ou seja, ressalta a importância da honestidade e da ética e afirma não utilizar artifícios durante a corrida eleitoral para alcançar seus objetivos.

Quadro 6 - Postagem fanpage Haddad - Transparência x Corrupção

Número da postagem	Data	Conteúdo da postagem
43	26/10/2018	A virada já começou. Precisamos continuar fazendo a nossa campanha limpa, com olho no olho, dialogando com as pessoas. Cada voto é muito importante. O Brasil de todos é o Brasil da democracia. #Haddad13 #ViraVoto

Fonte: Elaboração própria.

Por outro lado, Bolsonaro se apegou à oposição entre transparência e corrupção em sua candidatura. Uma das grandes promessas de Bolsonaro durante toda sua campanha foi o

incentivo a uma “nova política”, livre da corrupção e do chamado “toma lá, dá cá”, que nada mais é que a prática de oferecer cargos na Administração Pública ou recursos orçamentários em troca de apoio parlamentar. A defesa da renovação na política fica evidente na postagem de número 01:

Quadro 7 - Postagem fanpage Bolsonaro - Transparência x Corrupção

Número da postagem	Data	Conteúdo da postagem
01	27/10/2018	- Depois de décadas, o Brasil finalmente tem a chance de eleger um presidente que carrega verdadeiramente os valores dos brasileiros, que respeita a família, contra as drogas, que combate radicalmente a criminalidade e a corrupção em nossa política. O Brasil será de todos os brasileiros. Vamos juntos mudar os rumos da nossa nação! Vamos votar Jair Bolsonaro presidente 17! Um forte abraço a todos e até a vitória, se Deus quiser!

Fonte: Elaboração Própria.

Ao dizer que, “depois de décadas”, o brasileiro pode votar em um candidato que carrega os verdadeiros valores da nação, Bolsonaro se diferencia dos demais governantes do país, incluindo nesta lista os opositores do PT, que ocuparam a presidência da República por 14 anos. Há de se notar, também, quais são as prioridades elencadas por ele como aquelas que representam o cidadão brasileiro: o respeito à família e o combate às drogas, à criminalidade e à corrupção.

Antes de focar na questão da corrupção, cabe fazer uma ressalva no que diz respeito ao “respeito à família” e à luta contra as drogas e a criminalidade. O primeiro item carrega uma clara associação ao fundamentalismo cristão, defendendo o ultrapassado conceito de família como um conjunto de pessoas que formam um lar, composto por pai + mãe + filhos. A proposição faz sentido quando se observa que Bolsonaro recebeu apoio de grandes líderes evangélicos, dirigentes de igrejas neopentecostais. Uma matéria escrita por Felipe Frazão (2018) indica que a liderança do candidato do PSL entre os evangélicos tinha menos

ligação com o antipetismo e mais com o conservadorismo, já que os fiéis de todas as vertentes dessa religião – e de outras linhas do cristianismo – tendem a ser contrários a diversas pautas defendidas pela esquerda, entre elas, a questão LGBT e a descriminalização do aborto.

O mesmo ponto do conservadorismo pode ser aplicado na discussão sobre o combate às drogas, haja vista que Bolsonaro se posiciona fortemente contra a legalização e exige punição rigorosa aos traficantes. Por outro lado, seu oponente Fernando Haddad argumentava que o Brasil precisava buscar exemplos nas experiências de países que descriminalizaram e regulamentaram o comércio de drogas, ponto este que, inclusive, era contemplado no plano de governo do PT no primeiro turno, mas que foi retirado nos dias finais da corrida eleitoral. Neste sentido, mencionar seu posicionamento quanto a esses assuntos é uma estratégia discursiva para construir uma imagem de si, como um candidato comprometido com a ética cristã e com a sobrevivência da família. A expressão “se Deus quiser” reforça ainda mais a ligação da imagem do candidato ao cristianismo, associando-o à fé e à vontade divina.

Jair Bolsonaro inclui, dentre os pontos que o caracterizam como um candidato inovador, o combate radical à corrupção, tema constantemente agendado pela grande mídia, sobretudo a partir das revelações da Operação Lava Jato envolvendo grandes nomes do PT. Ao afirmar que é a primeira vez em décadas que o brasileiro poderá eleger um candidato que rejeita a corrupção, o candidato se empenha para anular a credibilidade de seu opositor e construir a sua. Não foi a única postagem em que essa estratégia foi identificada.

Quadro 8 - Postagem fanpage Bolsonaro - Transparência x Corrupção

Número da postagem	Data	Conteúdo da postagem
05	27/10/2018	- Em suas redes sociais, Joaquim barbosa [sic] divulga voto em Haddad, mas já está na história que ele mesmo disse que só Bolsonaro não foi comprado pelo PT no esquema de corrupção conhecido como Mensalão, que feria gravamente [sic] a democracia do nosso país anulando o Poder Legislativo

Fonte: Elaboração Própria.

Na postagem de número 05, Bolsonaro fala sobre o apoio que o ex-ministro do Supremo Tribunal Federal Joaquim Barbosa declarou ao candidato do PT, no entanto, ressalta que esse mesmo juiz já manifestou sobre sua integridade ao constatar que o candidato do PSL foi o único deputado que não se envolveu no esquema do Mensalão. Portanto, o texto dá a entender que Joaquim Barbosa escolheu apoiar Haddad, muito embora ele seja o candidato do partido que feriu gravemente a democracia do país e que anulou o Poder Legislativo por meio da compra de votos. É uma estratégia discursiva que busca contestar o apoio do ex-magistrado, ao passo que é de seu conhecimento que Bolsonaro conseguiu manter sua integridade frente às iniciativas de corrupção do PT.

Considerações Finais

A análise empreendida neste artigo possibilitou investigar a disputa de sentidos estabelecida nas *fanpages* dos candidatos à presidência da República Jair Bolsonaro e Fernando Haddad. Os eixos de disputa observados indicam que os candidatos se empenharam em construir suas respectivas imagens a partir de comparações quase maniqueístas: o enunciador se coloca enquanto o representante do “bem”, ao passo que seu adversário carrega os valores do “mal”, recorrendo a estratégias, sobretudo, para deslegitimar e/ou desacreditar o oponente.

No eixo Democracia x Militarismo, Haddad recorre a estratégias de deslegitimação e de captação para associar o candidato do PSL à ditadura, já que o próprio Bolsonaro já se declarou inúmeras vezes favorável ao golpe militar de 1964 e às torturas. Por outro lado, o representante da direita impõe a alcunha de antidemocrática à esquerda, que se opõe ao combate à corrupção, tão importante para o fortalecimento da democracia em nosso país. Desse modo, usa seu discurso para retirar do PT a credibilidade para questionar as alianças do PSL com os militares e a suposta afinidade de Bolsonaro com o autoritarismo.

No que diz respeito ao eixo do Diálogo x Omissão/Truculência, o candidato do PT parece se sobressair com mais vantagens. Alguns posicionamentos de Bolsonaro justificam que Fernando Haddad assumira a posição do “candidato que respeita a diversidade”, muito embora o candidato do PSL argumente em suas postagens que sua equipe está construindo

um “Brasil de todos”. A ausência de Bolsonaro nos debates e nas coletivas de imprensa também abriu espaço para que seu adversário construísse uma autoimagem de “detentor do poder do diálogo”, ao passo que o outro se omite. No entanto, esse é um ponto que merece aprofundamento em futuras investigações: mesmo com a baixa participação na grande mídia, Jair Bolsonaro se sobressaiu por meio da intensa utilização das redes sociais digitais. Talvez, então, essa omissão tão ressaltada por Haddad não tenha sido sentida pelo eleitorado do direitista.

Por fim, no eixo Transparência x Corrupção, nota-se que Jair Bolsonaro obteve vantagens ao se apropriar de uma construção simbólica edificada em torno do PT desde o escândalo do Mensalão, associando o partido à corrupção. O candidato do PSL recorreu a estratégias de deslegitimação, desconstruindo a imagem de seu oponente a partir do momento que vincula Haddad às transgressões cometidas ou atribuídas ao PT. Ao mesmo tempo, construiu sua própria imagem enquanto íntegro, pois não sucumbiu às possibilidades de corrupção em todos os seus anos como deputado. Por outro lado, as publicações de Fernando Haddad indicam que o PT optou por não pautar o tema em suas plataformas de comunicação digitais. O único momento em que falam sobre ilicitudes é quando podem atacar o adversário e, por isso, esse eixo só é identificado nos *posts* de Haddad quando é revelado o esquema de disparos de *Fake News* contra o PT no WhatsApp.

Portanto, em todos esses eixos, observa-se que ambos os candidatos optam por associar a si o lado do “bem” de cada um, ou seja, tanto Bolsonaro quanto Haddad se assumem como democráticos, defensores do diálogo e íntegros, não havendo a tentativa de ressignificar nenhum dos termos opostos, o que poderia ocorrer com o “militarismo” e com a “omissão”, no caso de Bolsonaro, ou com a “corrupção”, no caso de Fernando Haddad. Essa compreensão confirma o caráter maniqueísta das construções e estratégias discursivas dos candidatos, marcadas pela composição das autoimagens a partir da destruição da imagem do outro, reforçando, desse modo, a polarização que tem caracterizado o cenário político brasileiro nos últimos anos.

Referências

- AGGIO, C.; REIS, L. Campanha eleitoral no *Facebook*: usos, configurações e o papel atribuído a esse site por três candidatos eleitos nas eleições municipais de 2012. In: Revista Compolítica, vol. 2, n. 3, jul./dez. 2013.
- ARAÚJO, R. F.; TRAVIESO-RODRÍGUEZ, C.; SANTOS, S. R. de O. Comunicação e participação política no *Facebook*: análise dos comentários em páginas de parlamentares brasileiros. In: Inf. & Soc.: Est., João Pessoa, vol. 27, n. 2, p. 279-290, mai./ago. 2017.
- BERTONI, E. Haddad diz que vai até enfermaria para debater com Bolsonaro. In: *Veja (on-line)*, 10 out. 2018. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/politica/haddad-diz-que-vai-ate-a-enfermaria-para-debater-com-bolsonaro/>. Acesso em: 20 fev. 2019.
- CHARAUDEAU, P. Identidade social e identidade discursiva, o fundamento da competência comunicacional. 2009. Disponível em: http://www.patrick-charaudeau.com/spip.php?page=imprimir_articulo&id_article=243. Acesso em: 30 jan. 2019.
- CHARAUDEAU, P. Uma teoria dos sujeitos da linguagem. In: MARI, H. *et al.* Análise do discurso: fundamentos e práticas. Belo Horizonte: Núcleo de Análise do Discurso - FALE/UFMG, 2001.
- CIOCCARI, D.; PERSICHETTI, S. Armas, ódio, medo e espetáculo em Jair Bolsonaro. In: Revista AlterJor, ano 9, vol. 2, ed. 18, jul/dez, 2018.
- DIAS, C. P. A discursividade da rede (de sentidos): a sala de bate-papo HIV. 2004. 176f. Tese (Doutorado) – Universidade Estadual de Campinas. Campinas: Unicamp, 2004.
- FRAZÃO, F. Bolsonaro recebe apoio de líderes evangélicos. In: *Estadão (on-line)*, 01 out. 2018. Disponível em: <https://politica.estadao.com.br/noticias/eleicoes,bolsonaro-recebe-apoio-de-lideres-evangelicos,-70002527014>. Acesso em: 20 fev. 2019.
- G1. Em Cuiabá, Bolsonaro se diz contra terra para índios e cota para negros. In: *G1 (on-line)*, 13 nov. 2015. Disponível em: <http://g1.globo.com/mato-grosso/noticia/2015/11/-em-cuiaba-bolsonaro-se-diz-contraterra-para-indios-e-cota-para-negros.html>. Acesso em: 20 fev. 2019.
- KLEIN, C. Alckmin terá tempo de TV 39 vezes maior que o de Bolsonaro. In: *Valor Econômico (on-line)*, 05 ago. 2018. Disponível em: <https://www.valor.com.br/politica/5713073/-alckmin-tera-tempo-de-tv-39-vezes-maior-que-o-de-bolsonaro>. Acesso em: 22 jan. 2019.
- MACHADO, I. L. Algumas reflexões sobre elementos de base e estratégias da Análise do Discurso. In: Revista de Estudos da Linguagem. Belo Horizonte, vol. 20, n. 1, p. 187-207, jan./jun. 2012.
- MASSUCHIN, M. G.; TAVARES, C. Q. Campanha eleitoral nas redes sociais: estratégias empregadas pelos candidatos à presidência em 2014 no *Facebook*. In: Revista Compolítica, vol. 5, n. 2, 2015.
- MASSUCHIN, M. G.; LIMA, D. S.; SOUSA, S. G.; SOUSA, N. N. Campanha online em disputas locais: um estudo das apropriações do *Facebook* pelos candidatos nas eleições de 2016. In: Revista fronteiras – estudos midiáticos, vol. 20, n. 1, jan./abr. 2018.
- MOREIRA, V. L.; BASTOS, G.; ROMÃO, L. M. S. Discurso homofóbico em blogs: tessituras da violência e(m) rede. *Calisocópio*, vol. 10, p. 161-170, 2012.
- ORLANDI, E. P. Análise do Discurso: princípios e procedimentos. Campinas: Pontes Editores, 2012.

ROSSINI, P. G. C.; BAPTISTA, E. A.; OLIVEIRA, V. V. de; SAMPAIO, R. C. O uso do *Facebook* nas eleições presidenciais brasileiras de 2014: a influência das pesquisas eleitorais nas estratégias das campanhas digitais. In: Revista Fronteiras, vol. 18, n. 2, mai/ago., 2016.

SAMPAIO, D. Jair Bolsonaro no *Facebook*: O Marketing Eleitoral Voltado para o Eleitor Conservador. In: XVIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste. Caruaru/PE, jul. 2016.

SCHREIBER, M. Desde *impeachment*, popularidade de Moro dispara e rejeição a políticos sobe, diz pesquisa. In: BBC Brasil (*on-line*), 24 fev. 2017. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/-/brasil-39075521>. Acesso em: 19 jan. 2019

Os autores

Juçara Gorski Brittes é doutora em Ciências da Comunicação pela ECA/USP e professora aposentada da Ufop. E-mail: jubrittes@gmail.com

Dayana Cristina Barboza Carneiro é doutoranda em Comunicação Social pela UFMG e mestre em Comunicação pela Ufop. E-mail: barboza.dayana@gmail.com

Ana Luísa Ruggieri é mestre em Comunicação e graduada em Jornalismo pela Ufop. E-mail: ana.jufop@gmail.com

Data de submissão: 27/03/2019

Data de aprovação: 15/12/2019

