

UNIVERSIDADE FEDERAL DE PELOTAS
Instituto de Filosofia, Sociologia e Política
Programa de Pós-Graduação em Ciência Política



Dissertação

Da derrota ao fracasso: uma análise da trajetória discursiva do PSDB entre as eleições de 2014 e 2018, a partir da Teoria do Discurso de Laclau e Mouffe

Lucas Garcia da Silva

Pelotas, 2021.

Lucas Garcia da Silva

Da derrota ao fracasso: uma análise da trajetória discursiva do PSDB entre as eleições de 2014 e 2018, a partir da Teoria do Discurso de Laclau e Mouffe

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Ciência Política do Instituto de Filosofia, Sociologia e Política da Universidade Federal de Pelotas, como requisito parcial à obtenção do título de Mestre em Ciência Política.

Orientadora: Dra. Bianca de Freitas Linhares

Pelotas, 2021.

Universidade Federal de Pelotas / Sistema de Bibliotecas
Catalogação na Publicação

S586d Silva, Lucas Garcia da

Da derrota ao fracasso: uma análise da trajetória discursiva do PSDB entre as eleições de 2014 e 2018, a partir da teoria do discurso de Laclau e Mouffe / Lucas Garcia da Silva ; Bianca de Freitas Linhares, orientadora. — Pelotas, 2021.

184 f. : il.

Dissertação (Mestrado) — Programa de Pós-Graduação em Ciência Política, Instituto de Filosofia, Sociologia e Política, Universidade Federal de Pelotas, 2021.

1. Teoria do discurso. 2. Antagonismo. 3. Eleições. 4. PSDB. I. Linhares, Bianca de Freitas, orient. II. Título.

CDD : 324.6

Lucas Garcia da Silva

Da derrota ao fracasso: uma análise da trajetória discursiva do PSDB entre as eleições de 2014 e 2018, a partir da Teoria do Discurso de Laclau e Mouffe

Dissertação aprovada, como requisito parcial, para obtenção do grau de Mestre em Ciência Política, Programa de Pós-Graduação em Ciência Política, Instituto de Filosofia, Sociologia e Política, Universidade Federal de Pelotas.

Data: 08/10/2021

Banca examinadora:

.....
Prof. Dra. Bianca de Freitas Linhares (Orientador)
Doutora em Ciência Política pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul

.....
Prof. Dr. Daniel de Mendonça
Doutor em Ciência Política pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul

.....
Prof. Dr. Felipe Corral de Freitas
Doutor em Ciência Política pela Universidade de Brasília

Agradecimentos

Primeiramente, gostaria de agradecer aos meus familiares, especialmente meus pais e minhas duas avós, por todo o amor, carinho, apoio, e suporte durante toda a minha formação.

Gostaria também de agradecer a minha orientadora, quem me abriu as portas na pesquisa ainda na iniciação científica, durante a graduação em Ciências Sociais. Sou muito grato por todo o incentivo, auxílio, conhecimento e parceria.

Neste sentido, cabe também o reconhecimento aos membros do Grupo de Pesquisa Ideologia e Análise de Discurso por toda a contribuição na minha trajetória dentro da Ciência Política. Com certeza sem o grupo esta pesquisa e toda a minha trajetória dentro da universidade não seria a mesma.

Por todo apoio e companheirismo, o meu maior agradecimento a Analice.

Pela parceria e incentivo, o meu agradecimento aos meus amigos – sem citar nomes para não ser injusto.

Por fim, gostaria de reconhecer o suporte da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - CAPES, o qual foi fundamental no incentivo deste trabalho. Em tempos onde cada vez mais realiza-se cortes na educação pública, me sinto privilegiado por ter tido este benefício e espero que meu trabalho tenha contribuído de alguma forma para com a ciência e a sociedade brasileira.

Resumo

Sob a perspectiva da teoria do discurso de Ernesto Laclau e Chantal Mouffe, o presente trabalho tem como objetivo analisar discursivamente o PSDB entre as eleições de 2014 e 2018. Para cumprir o objetivo, foram escolhidas como meio de investigação as contas no *Twitter* de Aécio Neves, Geraldo Alckmin, José Serra e João Doria, além do perfil oficial da sigla. A hipótese aqui apresentada é a de que o discurso do PSDB entre 2014 e 2018 esteve com um antagonismo fixado no Partido dos Trabalhadores. Desta hipótese central, foram especulados outras três específicas que representam momentos distintos dentro do período investigado, são eles: governo Dilma; governo Temer; e eleições 2018. Utilizamos uma metodologia particular, de caráter qualitativo, calcada na teoria do discurso de Laclau e Mouffe, com o auxílio do software *NVivo*. A análise dos 37094 tuítes mostrou que o discurso do PSDB esteve sumariamente centrado no antagonismo ao Partido dos Trabalhadores, com os elementos constitutivos se alterando conforme os períodos especulados. Além do mais, o partido lutou por mudanças estruturais no sistema político brasileiro, e também mostrou estar à direita do espectro ideológico.

Palavras chave: Teoria do Discurso; Antagonismo; Eleições; PSDB.

Abstract

From the perspective of Ernesto Laclau and Chantal Mouffe discourse theory, this paper aims to analyze the Partido da Social Democracia Brasileira (PSDB) between the 2014 and 2018 presidential election. To fulfill the objective, Twitter accounts of Aécio Neves, Geraldo Alckmin, José Serra and João Dória were chosen as the means of investigation, in addition to the official profile of the party. The hypothesis presented here is that PSDB's discourse between 2014 and 2018 had fixed antagonism in the Partido dos Trabalhadores. From this central hypothesis, three other specific ones were speculated, representing three distinct moments in the investigated period: Dilma Rousseff government; Temer government; and 2018 elections. We used a particular methodology, with a qualitative character, based on the discourse theory of Laclau and Mouffe, assisted by NVivo software. The analysis of the 37094 tweets showed that the PSDB's discourse was summarily centered on the antagonism to the Partido dos Trabalhadores, with the constitutive elements changing according to the speculated periods. Furthermore, the party fought for structural changes in the Brazilian political system, and also proved to be on the right of the ideological spectrum.

Keywords: Theory of Discourse; antagonism; elections; PSDB.

Lista de Gráficos

Gráfico 1 – Principais nós Twitter Serra – 2014 até 2018 (n).....	72
Gráfico 2 – Principais subnós Twitter Serra – 2014 até 2018.....	73
Gráfico 3 – Principais subnós <i>PT</i> em Serra (n).....	74
Gráfico 4 – <i>Posicionamento ideológico</i> em Serra (%)	76
Gráfico 5 – Principais subnós <i>Posicionamento ideológico Direita</i> em Serra (n)..	77
Gráfico 6 – Principais subnós <i>Posicionamento Política</i> em Serra (n).....	80
Gráfico 7 – Principais nós Twitter Aécio – 2014 até 2018 (n).....	85
Gráfico 8 – Principais subnós Twitter Aécio – 2014 até 2018.....	86
Gráfico 9 – Principais subnós <i>PT</i> em Aécio (n).....	87
Gráfico 10 – Principais subnós <i>Posicionamento política</i> em Aécio (n).....	91
Gráfico 11 – Principais subnós <i>PSDB</i> em Aécio (n).....	92
Gráfico 12 – Principais nós Twitter Alckmin – 2014 até 2018 (n).....	97
Gráfico 13 – Principais subnós Twitter Alckmin – 2014 até 2018.....	98
Gráfico 14 – Principais subnós <i>Pessoal</i> em Alckmin (n).....	99
Gráfico 15 – <i>Posicionamento ideológico</i> em Alckmin (%)	103
Gráfico 16 – Principais subnós <i>Posicionamento ideológico Direita</i> em Alckmin (n).....	103
Gráfico 17 – Principais subnós <i>Posicionamento Política</i> em Alckmin (n).....	104
Gráfico 18 – Principais nós Twitter Doria – 2014 até 2018 (n).....	111
Gráfico 19 – Principais subnós Twitter Doria – 2014 até 2018.....	112
Gráfico 20 – Principais subnós <i>Pessoal</i> em Doria (n).....	113
Gráfico 21 – <i>Posicionamento ideológico</i> em Doria (%)	117
Gráfico 22 – Principais subnós <i>Posicionamento ideológico Direita</i> em Doria (n).....	118
Gráfico 23 – Principais subnós <i>PT</i> em Doria (n).....	119
Gráfico 24 – Principais nós Twitter PSDB – 2014 até 2018 (n).....	124
Gráfico 25 – Principais subnós Twitter PSDB – 2014 até 2018.....	125
Gráfico 26 – Principais subnós <i>PSDB</i> em PSDB (n).....	126
Gráfico 27 – Principais subnós <i>PT</i> em PSDB (n).....	130
Gráfico 28 – Principais subnós <i>Temer</i> em PSDB (n).....	136
Gráfico 29 – Principais subnós <i>Posicionamentos cenários política</i> em PSDB (n).....	139
Gráfico 30 – Principais subnós <i>Posicionamento política</i> em PSDB (n).....	140
Gráfico 31 – <i>Posicionamento ideológico</i> em PSDB (%)	142

Gráfico 32 – Principais subnós <i>Posicionamento ideológico Direita</i> em PSDB (n).....	143
Gráfico 33 – Posicionamento ideológico das cinco contas (%)	153

Lista de Imagens

Imagem 1 – Tuíte José Serra.....	75
Imagem 2 – Tuíte Aécio Neves.....	88
Imagem 3 – Tuíte Geraldo Alckmin	99
Imagem 4 – Doria Anti-Lula.....	120
Imagem 5 – Esquerda x Bolsodoria	121
Imagem 6 – França/PT x Doria Anti-Petista.....	121
Imagem 7 – Tchau, querida.....	135
Imagem 8 – Pacotão <i>impeachment</i>	136
Imagem 9 – Nuvem de palavras do nó <i>PT</i>	146

Lista de Tabelas

Tabela 1 – N° de <i>tuites</i> (10/2014 até 10/2018)	61
Tabela 2 – Sentidos extraídos na pesquisa exploratória PSDB.....	175
Tabela 3 – Sentidos extraídos na pesquisa exploratória Alckmin.....	177
Tabela 4 – Sentidos extraídos na pesquisa exploratória Dória.....	179
Tabela 5 – Sentidos extraídos na pesquisa exploratória Aécio.....	182
Tabela 6 – Sentidos extraídos na pesquisa exploratória Serra.....	183

Lista de Abreviatura e Siglas

ANC – Aliança Nacional Constituinte
ARENA – Aliança Nacional Renovadora
DEM – Democratas
FHC – Fernando Henrique Cardoso
MDB – Movimento Democrático Brasileiro
PDT – Partido Democrático Trabalhista
PFL – Partido da Frente Liberal
PL – Projeto de lei
PLS – Projeto de Lei do Senado
PMDB – Partido do Movimento Democrático Brasileiro
PP - Partido Progressista
PPB – Partido Progressista Brasileiro
PPP – Parcerias público-privadas
PPS – Partido Popular Socialista
PSD – Partido Social Democrático
PSDB – Partido da Social Democracia Brasileira
PR – Partido Republicano
PRB – Partido Republicano Brasileiro
PRN – Partido da Reconstrução Nacional
PSL – Partido Social Liberal
PT - Partido dos Trabalhadores
PTB – Partido Trabalhista Brasileiro
PV – Partido Verde
SD – Solidariedade
TCU – Tribunal de contas da União
TSE – Tribunal Superior Eleitoral

Sumário

Introdução.....	16
1 – Sobre o PSDB.....	23
1.1 – O Partido da Social Democracia Brasileira: História, origem e estrutura....	23
1.2 – Ideologia: centro esquerda ou centro direita?.....	28
1.3 - Antagonismo ao PT: uma marca da disputa eleitoral no Brasil.....	31
2 – Mídia: um meio importante para a análise de discurso.....	36
2.1 – As mídias e a política.....	36
2.2 – O contexto brasileiro.....	39
2.3 – Nova era: o impacto da internet e as relações midiáticas na política.....	43
2.3.1 – Internet e redes sociais.....	43
2.3.2 – Sobre o <i>Twitter</i>	46
3 – Capítulo Teórico-Methodológico	49
3.1 – Marco Teórico-conceitual.....	49
3.1.1 – Introdução	49
3.1.2 – O pós-estruturalismo e a teoria de Laclau e Mouffe.....	49
3.1.3 – Discurso e identidade.....	52
3.1.4 – Antagonismo.....	55
3.1.5 – Hegemonia e Significante vazio.....	57
3.2 – Metodologia.....	59
3.2.1 – Contas e o meio da coleta.....	60
3.2.2 – Pesquisa exploratória	61
3.2.2.1 – Categorias criadas para análise.....	62
3.2.3 – Processo final de análise: NVivo e os tuites.....	64
3.2.3.1 – Nvivo: o que é e como funciona.....	64
3.2.3.2 – Como interpretamos os dados.....	66

4 – Os pronunciamentos no <i>Twitter</i> do PSDB e dos seus principais sujeitos.....	69
4.1 – A análise sobre as contas.....	69
4.1.1 – José Serra.....	70
4.1.1.1 – Apresentação do sujeito.....	70
4.1.1.2 – Principais nós e subnós em Serra.....	71
4.1.1.3 – <i>PT</i>	74
4.1.1.4 – <i>Posicionamentos Ideológicos</i>	76
4.1.1.5 – <i>Posicionamentos Política</i>	80
4.1.1.6 – Considerações gerais sobre a conta.....	81
4.1.2 – Aécio Neves.....	83
4.1.2.1 – Apresentação do sujeito.....	83
4.1.2.2 – Principais nós e subnós em Aécio.....	85
4.1.2.3 – <i>PT</i>	87
4.1.2.4 – <i>Posicionamentos política</i>	91
4.1.2.5 – <i>PSDB</i>	92
4.1.2.6 – Considerações gerais sobre a conta.....	94
4.1.3 – Geraldo Alckmin.....	96
4.1.3.1 – Apresentação do sujeito.....	96
4.1.3.2 – Principais nós e subnós em Alckmin.....	97
4.1.3.3 – <i>Pessoal</i>	99
4.1.3.4 – <i>Posicionamentos ideológicos e política</i>	102
4.1.3.5 – Considerações gerais sobre a conta.....	106
4.1.4 – João Doria.....	109
4.1.4.1 – Apresentação do sujeito.....	109
4.1.4.2 – Principais nós e subnós em Doria.....	110
4.1.4.3 – <i>Pessoal</i>	113

4.1.4.4 – <i>Posicionamentos ideológicos</i>	117
4.1.4.5 – <i>PT</i>	119
4.1.4.6 – Considerações gerais sobre a conta.....	121
4.1.5 – O <i>Twitter</i> do PSDB.....	123
4.1.5.1 – <i>PSDB</i>	126
4.1.5.2 – <i>PT</i>	130
4.1.5.3 – <i>Temer</i>	136
4.1.5.4 – <i>Posicionamentos cenários da política</i>	139
4.1.5.5 – <i>Posicionamentos política</i>	140
4.1.5.6 – <i>Posicionamentos ideológicos</i>	142
4.2 – Os aspectos do discurso tucano.....	145
4.2.1 – A hegemonia do antipetismo.....	145
4.2.1.1 – O pós-derrota de 2014 e a incansável oposição à Dilma.....	147
4.2.1.2 – O governo Temer: reformas e a “herança maldita”	149
4.2.1.3 – Eleições 2018.....	150
4.2.2 – Outros posicionamentos.....	153
4.2.2.1 – Posicionamentos ideológicos: um discurso à direita.....	153
4.2.2.2 – Posicionamentos referentes a mudanças no sistema político.....	155
Considerações finais	159
Referências	164
Apêndices	174

Introdução

A democracia brasileira pós-constituição de 1988 foi marcada por um antagonismo partidário entre o Partido da Social Democracia Brasileira (PSDB) e o Partido dos Trabalhadores (PT). Desde o pleito presidencial de 1994 ambos os partidos polarizaram a disputa eleitoral sendo sempre as candidaturas com o maior número de votos válidos para o cargo de Presidente da República. Em quatro vezes as eleições para o Executivo Nacional acabaram sendo decididas no segundo turno (2002, 2006, 2010, 2014), sendo o perfil dos eleitores de cada partido, para esse período, muito bem estabelecido, com o PSDB representando a classe média, e o PT as camadas mais populares.

O primeiro grande confronto deste antagonismo foi em 1994, onde o tucano Fernando Henrique Cardoso venceu com 54,01% no primeiro turno (TSE, 2021) sendo impulsionado pela realização do Plano Real ainda como ministro de Itamar Franco. Em 1998, FHC se reelegeu também no segundo turno, com 53,06% dos votos válidos (TSE, 2021). Nas duas oportunidades, Lula (PT) ficou em segundo lugar.

Representado por José Serra, o PSDB teve sua primeira derrota para o PT nas eleições de 2002, ficando em segundo lugar contra Lula. Após êxitos nas políticas sociais enquanto Governo Federal, o PT conseguiu mobilizar as camadas mais pobres, estabelecendo uma base de votos muito sólida (SINGER, 2018), garantindo ainda mais duas eleições para os petistas, em 2006 e 2010, com Lula se reelegendo enfrentando Geraldo Alckmin, e Dilma se elegendo na disputa contra José Serra.

Após uma campanha conturbada em 2014, Dilma Rousseff (PT) venceu Aécio Neves (PSDB) por uma diferença de pouco mais de 2% dos votos válidos (TSE, 2021) contabilizando a quarta derrota seguida do PSDB para o PT. Inconformada com os resultados eleitorais, a chapa tucana questionou a lisura das eleições realizando um pedido formal ao TSE, solicitando uma auditoria das urnas. Tal questionamento do pleito eleitoral jamais havia ocorrido desde a redemocratização do Brasil.

O governo Dilma já vinha sofrendo pressões desde as manifestações em junho de 2013, as quais a direita conseguiu dominar o campo discursivo. Mesmo com Dilma conquistando a reeleição, também foi possível observar essa dominância durante a campanha eleitoral em 2014. O desgaste natural por ser

governo a bastante tempo, apoiadores desiludidos com o partido pelas expectativas frustradas de mudanças mais radicais na política, os frequentes casos de envolvimento em esquemas de corrupção envolvendo sujeitos importantes do partido, e a fragmentação da militância petista fizeram com que oposição começasse a dominar o campo da discursividade mesmo em 2014 quando o partido fora vitorioso. Nos anos seguintes, este cenário ficou ainda mais perceptível (PINTO, 2017). Por causa destes fatores, o PSDB se viu encorajado para realizar o questionamento.

Os anos de 2015 e 2016 foram tomados por uma série de protestos articulados por diversos grupos de direita, os quais tiveram um forte caráter antipetista. Todos os problemas que o Brasil ultrapassava eram atribuídos ao PT, e a saída de Dilma Rousseff da Presidência da República era aclamada através de mensagens como “fora Dilma”, “fora Lula” e “fora PT” (MASSENBERG, 2017). Estimulado pelo descontentamento manifestado por parte da população, o PSDB articulou o processo de *impeachment* junto do PMDB, que havia rompido com o governo Dilma. Em agosto de 2016, o processo fora concluído e Dilma deixou o Palácio do Planalto para dar lugar ao peemedebista Michel Temer, com o PSDB fazendo parte da nova coalizão de governo.

Nas eleições presidenciais de 2018, o PSDB, novamente representado pela figura de Geraldo Alckmin, apesar de ser a chapa com o maior número de partidos compondo a coligação “Para Unir o Brasil” (PSDB, PP, PTB, PSD, SD, PRB, DEM, PPS, PR) e consequentemente, o maior tempo de propaganda eleitoral na TV e rádio, ficou apenas em quarto lugar, com 4,76% dos votos válidos (BRASIL, 2021). Além do mais, o partido tucano perdeu vinte cinco cadeiras na Câmara dos Deputados com relação à legislatura anterior, evidenciando que o partido sofreu uma derrota significativa nestas eleições. O antagonismo partidário entre PT e PSDB que caracterizou o cenário político nacional durante um longo período foi descaracterizado. O partido tucano que se mostrou como a principal força partidária de oposição aos governos petistas acabou sendo substituído por uma outra força.

Portanto, acredita-se que estudar o PSDB, entre os pleitos eleitorais de 2014 e 2018, é um exercício importante devido à derrocada de um partido tão tradicional na política brasileira, e que era peça central na disputa pelo Poder

Executivo. Portanto, desenvolvemos esta pesquisa, a qual busca compreender de que maneira o PSDB e os seus políticos do alto escalão atuaram discursivamente, durante os quatro anos que intercalaram as eleições de 2014 e 2018. Buscamos entender a identidade do partido tucano durante este período, observando sua trajetória discursiva entre os pleitos eleitorais 2014 e 2018, com o intuito de compreender as consequências deste discurso dentro da disputa antagonista ao PT nas eleições para Presidente da República.

O marco teórico escolhido desta pesquisa é a teoria do discurso de Laclau e Mouffe (2015), a qual oferece inúmeros mecanismos para a compreensão do social e do político. Nela podemos identificar de que maneira os sujeitos em questão se colocaram frente aos acontecimentos do jogo político durante o período de estudo. O conceito de discurso será a base para análise aqui pretendida. Este discurso é concebido através do conjunto de falas e práticas, que passam a produzir significações. A noção de antagonismo também possui grande valor para esta dissertação, pois ele ajuda a compreender conflitos e a formação de identidades. Este antagonismo é percebido na negação de uma determinada ordem discursiva, e é parte fundamental na própria constituição de um determinado elemento. O terceiro conceito central, e que ajuda a compreender a resolução do nosso problema de pesquisa, é a noção de hegemonia. Hegemonia é a relação em que um determinado discurso passa a representar diversos outros, dentro de uma cadeia de equivalência. É uma determinada ordem discursiva que preenche o universal, de maneira precária e contingente. Este conceito possibilita identificar a maneira com que o PSDB tentou hegemonizar a disputa política, mesmo não obtendo sucesso.

Para esta análise discursiva foram relevantes os posicionamentos dos membros de maior relevância no cenário político nacional, além do veículo oficial do partido. Assumpção (2008) e Braga, Costa e Fernandes (2018), mostram que o PSDB possui, em sua estrutura organizacional interna, uma grande influência daqueles que individualmente apresentam maior capital político, e daqueles que estão acima na hierarquia partidária. Portanto, para efetuar esta pesquisa, optamos por escolher um grupo seletivo de políticos tucanos com destaque nacional, e que carregam a imagem do partido. A escolha de realizar a análise a partir de membros importantes também nos abre a dimensão de abordar as divergências que estes sujeitos tiveram durante o período de 2014 até 2018.

Por conseguinte, esta dissertação apresenta o seguinte problema de pesquisa: quais são os principais sentidos discursivos articulados pelo PSDB, entre o final das eleições de 2014 até o final das eleições de 2018?

As hipóteses aqui sustentadas foram construídas com base na pesquisa exploratória que será abordada detalhadamente no capítulo onde explicamos a metodologia. A hipótese geral é a de que o discurso tucano variou conforme os momentos distintos que o cenário político brasileiro atravessou ao longo do período que foi investigado, mas no geral, o antagonismo do partido esteve sempre centrado no Partido dos Trabalhadores e, portanto, os principais sentidos articulados pelo partido encontram-se no entorno deste antagonismo. Para consolidar esta hipótese principal, foram levantadas três hipóteses específicas:

- Em um primeiro momento - do final das eleições de 2014 até o *impeachment* de Dilma Rouseff - o discurso peessedebista tinha o seu antagonismo fixado no governo do PT;
- No segundo momento - o PSDB como base do governo Temer - o discurso tucano era voltado à promoção do próprio partido, enfatizando a agenda do novo governo liderado pelo PMDB, e mantendo o antagonismo com relação ao PT;
- Em um terceiro momento, referente às eleições 2018, os discursos dos membros do PSDB colocavam o partido tucano como o garantidor da democracia no Brasil, buscando manter o antagonismo com relação ao PT.

O objetivo geral da pesquisa é compreender, com base na Teoria do Discurso de Laclau e Mouffe, como o PSDB construiu o seu discurso, entre o final das eleições de 2014 e o final das eleições de 2018.

Para atingir objetivo geral, estabeleceram-se cinco objetivos específicos:

- Encontrar os elementos que constituíram os sentidos discursivos de cada uma das contas escolhidas;
- Buscar os pontos nodais que aglutinaram os elementos e construíram os discursos de cada uma das contas escolhidas;
- Verificar os principais cortes antagônicos presentes nos discursos de cada uma destas cinco contas;

- Verificar quais são as principais relações de equivalência entre as cinco contas;
- Verificar quais são as principais relações de diferença entre as cinco contas;

O problema de pesquisa e os objetivos serão alcançados através de uma metodologia qualitativa, norteadada pela teoria do discurso de Ernesto Laclau e auxiliada pelo software de análise de dados *NVivo – QRS Internacional*, a qual será explicada no capítulo 4. O meio que abordaremos o discurso tucano a partir destes membros importantes do PSDB é a rede social *Twitter*. As mídias sociais são hoje mecanismos fundamentais na comunicação entre os indivíduos, e tratam-se de plataformas em que os perfis constantemente expressam suas opiniões e posições políticas. Portanto, para uma análise de discurso dentro da Ciência Política, considera-se um aparato interessante para analisar o comportamento de determinados sujeitos, e devido a isso, utilizamos este meio para cumprirmos os objetivos desta pesquisa.

Além do veículo oficial do PSDB no *Twitter*, selecionamos quatro políticos peessedebistas para a análise, são eles: Aécio Neves, Geraldo Alckmin, João Doria Junior e José Serra. Estes políticos foram escolhidos pelos seguintes motivos: Serra, Aécio e Alckmin foram os candidatos à Presidência da República nos últimos três pleitos presidenciais (2010, 2014 e 2018), e os três últimos presidentes do partido¹. João Doria entrou neste rol pois surgiu com enorme força política, em 2016, numa região de extrema relevância para o partido e para a política nacional (BRAGA, COSTA e FERNANDES, 2018), elegendo-se prefeito de São Paulo, e governador do Estado, em 2018. Outro motivo que sustenta a escolha destes quatro, é que são os membros do PSDB que possuem o maior número de seguidores nas redes sociais², elemento fundamental nesta pesquisa.

A partir do que foi exposto, a estrutura desta dissertação segue uma lógica diferente da que se encontra nos trabalhos acadêmicos na Ciência Política em geral. Ao invés de iniciar o trabalho apresentando o marco teórico-conceitual, optamos por primeiro realizar uma apresentação do objeto. Depois, mostrar a

¹ Esta consideração é feita com base no período que nossa pesquisa investigou. Em maio de 2019, a partir de uma convenção nacional do partido, o PSDB elegeu Bruno Araújo (PSDB-PE) como novo presidente da agremiação. Como nosso recorte temporal é de 2014 até 2018, Bruno Araújo não nos interessou.

² Na rede social *Twitter*, os sujeitos possuem os seguintes números de seguidores: Geraldo Alckmin: 1,03mi; José Serra:1,43mi João Doria 1mi; Aécio Neves: 676mil. Dados coletados em julho de 2019.

influência da mídia nos processos políticos, destacando a relevância da internet e do *Twitter* como veículos importantes para análise de discurso. Para em seguida, apresentar os nossos pressupostos teóricos-metodológicos e como eles se encaixam na pesquisa. Por último, apresentaremos os resultados obtidos na análise e as conclusões que chegamos após a conclusão de todo o processo. Acreditamos que esta sequência faz sentido pois mantém uma linearidade durante trabalho, de forma com que os capítulos vão se relacionando na medida em que são apresentados.

Dito isso, o trabalho divide-se em quatro capítulos, além da introdução e considerações finais. O primeiro trata-se de uma apresentação do PSDB. O capítulo contém três seções. A primeira aborda a origem, história e a estrutura da sigla. A segunda a ideologia do partido. E a terceira, o antagonismo que os tucanos têm com o PT na disputa eleitoral.

O segundo capítulo é sobre a influência que as mídias em geral possuem nos processos políticos. O capítulo está dividido em três partes. A primeira refere-se a uma apresentação geral do tema. A segunda apresenta o contexto brasileiro e como os veículos de comunicação, em especial a Rede Globo, influenciaram as eleições no Brasil. A última parte diz respeito ao surgimento da internet e das redes sociais, e como esses mecanismos impactam na política.

O terceiro capítulo é a apresentação do nosso marco teórico, a teoria do discurso de Laclau e Mouffe, e da metodologia que está diretamente relacionada à teoria. O capítulo está dividido em duas partes. Na primeira discutimos o pós-estruturalismo laclauiano e os conceitos que utilizamos nesta dissertação. Na segunda a metodologia, onde mostramos como chegamos aos tuítes das cinco contas que serão investigadas, a nossa pesquisa exploratória, e o processo de análise para a dissertação dentro do *software NVivo – QRS Internacional*.

No quarto capítulo apresentaremos os resultados de nossa pesquisa. Dividimos o capítulo em duas partes. A primeira é a descrição dos principais sentidos discursivos presentes em cada conta. Primeiramente apresentamos as principais temáticas em cada perfil, para em seguida descrever como os sujeitos se construíram discursivamente dentro da rede social, a partir dos subnós de maior relevância para pesquisa. A segunda parte é um debate acerca dos resultados obtidos dos pronunciamentos dentro dos perfis analisados,

dialogando com as hipóteses do trabalho, e identificando os principais antagonismos, as relações de equivalência e de diferença.

Capítulo 1 – Sobre o PSDB

Para entender o discurso do PSDB no período em que se propõe estudar, o caminho a ser percorrido em busca do objetivo principal desta pesquisa requer uma compreensão da trajetória dos tucanos na política brasileira, entendendo sua historicidade, estrutura e a identidade que o partido construiu ao longo dos anos. Portanto, a partir de análise bibliográfica, este capítulo tratará de abordar a história do PSDB, entender a sua origem, estrutura organizacional, comportamento ideológico, e a relação com o Partido dos Trabalhadores, a qual é fundamental dentro da dinâmica eleitoral no Brasil.

1.1. O Partido da Social Democracia Brasileira: História, origem e estrutura.

A relevância do Partido da Social Democracia Brasileira dentro da política brasileira fica patente ao recapitular a sua história. Fundado em 25 de junho de 1988, a partir de parlamentares egressos do PMDB, o partido logo no seu primeiro ano de existência elegeu 18 prefeituras, sendo uma delas Belo Horizonte, capital de Minas Gerais. Tem no currículo dois mandatos de Presidente da República com Fernando Henrique Cardoso (o primeiro de 1995 até 1998, e o segundo de 1999 até 2002), e quatro idas ao segundo turno em pleitos presidenciais, com José Serra em duas ocasiões, 2002 e 2010, Geraldo Alckmin em 2006, e Aécio Neves em 2014³. Possui uma hegemonia gigantesca em São Paulo, estado de maior influência na política brasileira, vencendo todas as eleições para o governo do estado de 1994 até 2018. Elegeu quarenta e três governadores de estado desde sua fundação. Sua trajetória no Congresso Nacional também é expressiva. Desde que começou a disputar as eleições, o partido elegeu 56 candidatos ao senado, sendo o pleito de 2006 o de maior êxito, onde conquistou 18% das 27 vagas em disputa. Na Câmara dos Deputados o partido elegeu 471 parlamentares ao longo de sua história, sendo o pleito de 1998 o de melhor desempenho, com 22% das 448 cadeiras em disputa, e, em 2018 o pior, com apenas 5% de 513. Ainda na Câmara dos Deputados, os tucanos tiveram a presidência no Congresso Nacional, durante biênio 2001-2002, representada pelo mineiro Aécio Neves (BRASIL, 2021; PSDB, 2021).

Como grande legado da sigla destaca-se a criação do Plano Real, no governo de Itamar Franco, em 1993, onde o então o membro do partido e

³ Os adversários no segundo turno foram Lula (PT) em 2002 e 2006, contra Serra e Alckmin respectivamente, e Dilma Rousseff (PT), em 2010 e 2014, contra Serra e Aécio respectivamente.

Ministro da Fazenda Fernando Henrique Cardoso (FHC) lançou a plataforma da nova moeda, buscando acabar com a hiperinflação e a especulação financeira. O resultado foi altamente positivo, estabilizou a economia, e alavancou a candidatura de FHC para a Presidência da República naquele mesmo ano. Foi eleito no primeiro turno com cerca de 34 milhões de votos. Veremos então como se deu o início de toda esta trajetória.

Não é errado afirmar que a origem dos tucanos vem da época do regime militar que durou de 1964 até 1985. A partir do Ato Institucional de número 2, em 1965, o presidente Castelo Branco acabou com o pluripartidarismo, instituindo um novo modelo no sistema político brasileiro que previa um endurecimento nas regras para a criação de partidos políticos⁴. Em vista disso, apenas duas siglas conseguiram se adequar aos requisitos necessários. A Aliança Nacional Renovadora (ARENA), ligada ao regime militar, e o Movimento Democrático Brasileiro (MDB), composto pelos parlamentares opositores do modelo vigente, que lutavam contra a repressão militar e por eleições diretas. O pluripartidarismo só retornou em 1979, quando a Lei Orgânica dos Partidos Políticos, nº 6767, foi protocolada. O MDB foi primeiramente dividido em quatro siglas – PMDB, PP, PDT e PTB – com o PMDB sendo o principal herdeiro do antigo partido (FLEISCHER, 2015).

Durante a década de 1980, o PMDB passou por um novo processo de egressos, e o PSDB surgiu como mais uma das inúmeras siglas oriundas da antiga oposição ao regime militar. Importantes pesquisas da Ciência Política brasileira sobre o PSDB (Kinzo, 1993; Marques, Fleischer, 1999; Furtado, 1996; Roma, 2000; 2002; Guiot, 2006; Assumpção, 2008; Braga, 2008; Vieira, 2012; Ribeiro, 2013; Kerbauy e Assumpção, 2012; Braga, Costa, Fernandes, 2018), conferem a criação do partido tucano a partir de motivações ideológicas e pragmático eleitorais.

Por ter sido a única força de oposição no congresso ao regime civil-militar, o PMDB tinha uma característica muito heterogênea fazendo com que sua ideologia fosse classificada como “híbrida”, pois agregava tanto reformistas como conservadores (MELO, 2013). Durante o processo de votação da Assembleia Nacional Constituinte (ANC), a sigla passou por um conflito interno

⁴ Segundo (Fleischer, 2015), era necessário arregimentar 120 deputados federais e 20 senadores para a criação de um partido político.

entre a ala suprapartidária do partido, a qual dava plena sustentação ao governo de José Sarney no Palácio do Planalto, e a ala mais “progressista” – liderada por Mario Covas e Fernando Henrique Cardoso (GUIOT, 2006). Foi a partir destas desavenças que o movimento de construção do PSDB iniciou.

Dentre as principais divergências que geraram essa divisão no PMDB estão: o alargamento para 5 anos de mandato do governo de José Sarney, defendido pela ala suprapartidária do partido, e o debate acerca do regime de governo no Brasil, onde progressistas defendiam o parlamentarismo e os demais membros o regime presidencialista. Relacionado a estas discussões, um outro ponto que gerou a cisão dos políticos mais “progressistas” do partido foi a aproximação de Sarney com setores ligados ao campo da direita. A aliança com o Partido da Frente Liberal (PFL), dissidente da ARENA, antigo partido de sustentação ao regime civil-militar, causou ainda mais insatisfação nos políticos que viriam a criar o PSDB (KINZO, 1993).

Roma (2002) mostra que a motivação do surgimento do PSDB a partir da ruptura ideológica dentro do PMDB acabou se mostrando inconsistente conforme a movimentação do partido nos anos seguintes. Na campanha de Fernando Henrique Cardoso para Presidência da República, em 1994, os tucanos se aliaram ao PFL, partido que os fundadores do PSDB repudiaram a aproximação junto ao PMDB. Segundo o autor, “a origem do PSDB pode ser explicada com maior consistência por sua orientação mais pragmático-eleitoral do que ideológica” (ROMA, 2002, p.76).

Os políticos que viriam a fundar o PSDB percebiam cada vez mais que teriam menos espaço na hierarquia do PMDB, devido a uma série de acontecimentos do governo de José Sarney, como: a aliança com forças conservadoras, fisiologismo adotado na distribuição de cargos, liberação de verbas e concessões no rádio e televisão para os políticos da ala suprapartidária do partido que defendia os 5 anos de mandato no governo (GUIOT, 2006). Com isso, os fundadores tucanos se viram escanteados dentro de seu antigo partido, alijados de espaços de poder dentro da estrutura hierárquica do PMDB e do Governo Federal (ROMA, 2002). A disputa interna do partido no Estado de São Paulo também aumentava a insatisfação de grupos parlamentares da sigla. O constante predomínio do grupo encabeçado por Orestes Quéricia limitava a presença de Mario Covas na estrutura partidária. A apresentação da candidatura

de João Leiva para prefeitura de São Paulo, em uma coligação do PMDB com o PFL, é considerada um dos motivos principais para o rompimento dos membros que fundaram o PSDB (GUIOT, 2006).

Todos estes argumentos, alinhados a uma crise orgânica envolvendo uma crescente queda de popularidade do governo de Sarney - que fracassava nas suas medidas econômicas contra a inflação-, e a má reputação que o PMDB estava criando devido a maneira com que comandava a máquina administrativa, impulsionaram os parlamentares peemedebistas insatisfeitos a romperem com o partido e fundar o Partido da Social Democracia Brasileira.

Por ser fundado a partir de políticos frustrados com a sua antiga sigla e em busca de novas oportunidades eleitorais, a criação do PSDB se deu no meio das instituições com um viés exclusivamente parlamentar, sem vínculos com organizações sociais e movimentos oriundos da classe trabalhadora – característica que configura os partidos social-democratas europeus do pós-guerra. Em vista disso, o partido tem uma característica estrutural descentralizada, sem instâncias de veto, e oferece ampla autonomia para suas lideranças políticas. Segundo Roma (2002):

[...] há dois tipos de ação estratégica adotada no interior do partido: uma, de movimento centrífugo, pela qual é dada autonomia de decisão às lideranças locais no caso de estratégias de políticas também locais; outra, de movimento centrípeto, pela qual a coordenação de estratégias nacionais é centralizada nas lideranças mais elevadas do partido (ROMA, 2002, p. 79).

O PSDB é classificado como um partido de *quadros*. Segundo Duverger (1970), as características destes partidos são: a) estrutura interna descentralizada, com membros indisciplinados com relação ao estatuto partidário; b) têm como objetivo obter o voto dos novos eleitores; c) visam garantir a reeleição de antigos deputados e tornar conhecido os futuros concorrentes; d) são compostos por pessoas conhecidas e de reputação no meio social (médicos, advogados, empresários, professores universitários) que atuam ou pretendem atuar na política; e) possuem uma relação de ocasião com os eleitores, atuando fortemente no período eleitoral para depois se dedicarem às atividades parlamentares, sem ter contato mais próximo e efetivo com os cidadãos; f) destacam-se por apresentar e tornar conhecido os candidatos, os quais gozam de prestígio social, e por meio deste prestígio, obtêm os votos. Tais elementos estão de acordo com o que a literatura aborda sobre a sigla. Roma

(2002) e Guiot (2006) relatam que os tucanos possuem membros em posições de privilégio na sociedade, e concentram suas atividades com filiados apenas em períodos próximos a eleições.

A busca dos fundadores tucanos por novas oportunidades eleitorais ocasionou ao partido uma estrutura organizacional com poucos mecanismos democráticos internos, e tomadas de decisões pautadas na vontade daqueles que estão hierarquicamente acima da estrutura, de acordo com as ambições do contexto estabelecido. Isso faz com que o partido renuncie a critérios únicos para suas políticas de alianças, permitindo os diretórios estaduais a terem independência na hora de traçar estratégias e realizar coligações. Com isso, as lideranças tomam decisões racionais em busca de maior eficiência eleitoral e capacidade governamental (ROMA, 2002). Muller e Strom (1999) apontam que, o alto índice de controle dos líderes do partido, faz com que as estratégias de *vote-seeking* – maximização na busca de votos em eleições - ou de *office-seeking* – prioridade a ocupação de postos no governo – sejam adotadas com maior frequência. Em partidos onde os membros da base possuem maior poder nos processos de decisão, a estratégia será de *policy seeking* – privilegiando a implantação de políticas públicas com base no programa partidário. Partidos com uma estrutura organizacional fluída e descentralizada, como é o caso do PSDB, possuem motivações maiores na conquista de votos para ocupar cargos institucionais.

Devido a essa descentralização do PSDB, que implica na concentração de poder nas tomadas de decisões daqueles que possuem maior capital político dentro do partido, a presente pesquisa teve como foco os pronunciamentos dos quatro líderes políticos que acreditamos ser os de maior destaque durante o contexto do estudo. Reenfatizando o que já indicamos na introdução, José Serra, Aécio Neves e Geraldo Alckmin foram os três últimos candidatos a Presidente da República pelo PSDB. Aécio e Alckmin ainda foram presidentes do partido durante o período investigado. José Serra, embora atuante no PSDB, esteve diretamente envolvido com o PMDB na articulação do *impeachment* de Dilma Rousseff, em 2016. E João Doria, selecionado pois apareceu com grande destaque, em 2016, em São Paulo, região de extrema relevância para o partido e para a política nacional (BRAGA, COSTA e FERNANDES, 2018), elegendendo-se prefeito da capital, e governador do Estado dois anos depois. Acreditamos que

a estratégia de estudar o PSDB através de seus membros de maior influência é um método eficiente para compreender consequências que o partido teve no pleito eleitoral de 2018, visto a sua estrutura organizacional interna.

1.2. Ideologia: centro esquerda ou centro direita?

Vimos que um dos motivos da criação do PSDB se deu a partir de egressos do PMDB por insatisfações ideológicas, como a aproximação do partido com setores mais conservadores e debates acerca do parlamentarismo. O comportamento ideológico dos tucanos sempre levantou questionamentos nos trabalhos referentes ao partido, visto que, o partido “migrou” de um espectro para o outro.

Tradicionalmente, os partidos rotulados social-democratas na Europa são caracterizados por defender um sistema de proteção abrangente, que assegure direitos e benefícios, e que busque alcançar um alto padrão de igualdade para as necessidades mínimas (ESPING-ANDERSEN, 1991). A formação destes partidos se dá a partir de uma base popular com apoio das forças sindicais (PRZEWORKI, 1985). Como vimos na seção anterior, o PSDB não seguiu esse roteiro, já que a base de sua formação é oriunda de sujeitos que já ocupavam o meio parlamentar. Além do mais, Guiot (2006) mostra que o partido tucano foi composto por políticos com trajetória universitária (especialmente nos cursos de Economia, Direito, Engenharia e Biomédicas), e pessoas ligadas ao setor empresarial.

A trajetória do partido nos primeiros anos de sua fundação indicava a agremiação no campo da centro-esquerda, mas já com tendências à centro-direita. Inicialmente os tucanos reivindicavam justiça social, melhor distribuição de renda, proliferação de empregos, soberania nacional e reforma agrária. Por outro lado, o partido sinalizava com pautas liberais, quando na primeira eleição direta para Presidente da República, em 1989, o candidato Mario Covas defendeu um “choque de capitalismo” no país, a fim de modernizar e reformar o Brasil. Alguns autores (ROMA, 2003; VIEIRA, 2012) constatam que o PSDB buscava apresentar uma plataforma que fosse uma alternativa a esquerda estatizante e a direita populista, rompendo com o caráter nacional-desenvolvimentista que configurava o Estado brasileiro desde a era Vargas

Essa “diversidade” ideológica, que fazia o partido ter traços tanto de esquerda como de direita, pode ser representada também pela divisão interna de seus membros. Furtado (1996) e Guiot (2006) apontam que a formação inicial do PSDB era dividida em quatro vertentes. A social-democrata, vertente majoritária do partido, encabeçada por Fernando Henrique Cardoso e Mario Covas. A vertente liberal progressista, tido como o setor mais conservador, com as lideranças de Afonso Arinos, Jaime Santana e Caio Pompeu de Toledo. Os socialistas democráticos, tendência mais à esquerda, composta por José Paulo Bisol, Nelton Friedrich, Octávio Elísio. E por último, democratas-cristãos, minoria do partido, liderada por Franco Montoro e José Richa.

Desde a sua formação, o PSDB buscou se enquadrar dentro do campo da esquerda incorporando uma linguagem progressista. O partido visava ressignificar este espectro ideológico, destacando a necessidade de se desvencilhar da esquerda estatizante, populista, protecionista e arcaica. Guiot (2006) aponta que era frequente nos documentos do partido aparecer que ser de esquerda era buscar novos desafios em busca da justiça social e democracia, e para isso era necessário estar por dentro da política contemporânea através da adesão ao capitalismo globalizado. Como já visto anteriormente, no início da década de 1990 o PSDB começou a se aproximar de partidos marcadamente de direita, a exemplo do PFL. Essas alianças fizeram com que os tucanos ampliassem suas forças políticas e crescessem eleitoralmente em estados que ainda não tinham relevância (MARQUES e FLEISHER, 1999; ROMA, 2002, POWER, 2003), especialmente nas regiões Norte, Nordeste e Centro-Oeste. Apesar de parecer uma aliança visando resultados eleitorais, o casamento do PSDB com partidos de direita acabou não sendo uma surpresa ideológica, pois, como aponta Roma (2002), as lideranças peessedebistas demonstravam afinidades com ideias liberais, como a defesa da propriedade privada, privatizações de setores públicos e reformas no funcionalismo seguindo o modelo de racionalidade administrativa que predominava no mercado privado.

Esse pensamento liberal do PSDB está em conexão ao contexto em que o partido surgiu e chegou a Presidência da República. Nos anos 1980 a Europa enfrentava uma grave crise do *welfare-state*, com isso, governos adotavam medidas que visavam a estabilidade monetária e políticas de estabilização macroeconômicas. Políticas sociais passaram por um processo de

enfraquecimento, e o ideário neoliberal - que visava a redução do Estado, virou tendência. Este neoliberalismo pode ser entendido como uma radicalização do liberalismo, defendendo a absoluta liberdade de mercado, e uma ampla restrição à atuação do Estado no que tange questões regulatórias. Brown (2015) alega que isto implicou em uma ordem de razão normativa, a qual uma determinada racionalidade governamental se estende à uma série de formulações específicas de práticas e valores econômicos para todas as dimensões da vida humana. Neste sentido, a razão neoliberal passa a estar presente na política, locais de trabalho e cultura, convertendo o caráter político e os elementos constitutivos da democracia em meras questões econômicas. O neoliberalismo faz com que as sociedades estejam cada vez mais fundamentadas nas subjetividades capitalistas, através de um sistema de normas que baseiam as práticas governamentais, políticas institucionais e estilos gerenciais. Essa normativa político-econômica surgiu com força na Inglaterra, através da primeira-ministra Margareth Thatcher, e nos Estados Unidos, com o presidente Ronald Regan.

No final dos anos 1980 o Brasil passava por uma grave crise fiscal e uma inflação desenfreada, fazendo com que a discussão acerca do papel do Estado fosse cada vez mais debatida. O modelo de Estado desenvolvimentista presente desde a época de Getúlio Vargas passou a ser visto como um grande problema para as necessidades que precisavam ser enfrentadas. A elite econômica brasileira começou a lutar contra o intervencionismo do Estado, e as forças que defendiam políticas liberais passaram a operar com mais contundência. O processo de abertura da economia brasileira começou a ter indícios no governo de José Sarney, mas foi quando Fernando Collor de Melo (PRN) assumiu presidência, em 1990, que a agenda econômica brasileira ganhou um caráter neoliberal. Foi nesse contexto que o PSDB surgiu e chegou ao Palácio do Planalto (VIEIRA, 2012).

No programa partidário de sua criação, em 1989, já se percebia indícios de que o partido estava inclinado ao neoliberalismo. O programa tucano dizia resgatar princípios democráticos do liberalismo e anunciava a necessidade imediata de realizar reformas de Estado que lutassem contra o corporativismo, a burocracia, o patrimonialismo e o fisiologismo. Através das reformas, defendia-se uma racionalização do Estado a fim de torná-lo mais eficiente e aumentar competitividade de mercado (GUIOT, 2006).

À frente da Presidência da República, os tucanos tiveram um governo que Vieira (2012) classifica como social-liberalismo. Logo após assumir o Governo Federal, Fernando Henrique Cardoso deu seguimento ao ideário neoliberal, iniciado no governo Collor, e apresentou uma agenda cujo principal foco era a estabilização monetária e a redução do aparato estatal. Para isso, o governo deu abertura econômica ao capital estrangeiro, desregulamentou o mercado, apresentou um pacote de privatizações de empresas estatais, e realizou uma reforma gerencial do Estado, em busca de uma maior eficiência a partir de uma descentralização administrativa. Isso fez com que o Estado se mantivesse saudável financeiramente, porém, o dinheiro adquirido não foi convertido em investimentos no país, nem em programas sociais, mas sim no pagamento dos juros da dívida externa brasileira (VIEIRA, 2012).

Após a reeleição em 1998, Fernando Henrique aumentou o olhar para as políticas sociais, com uma leve inclinação do núcleo de governo ao polo liberal-desenvolvimentista do partido. Intensificaram-se as políticas sociais para enfrentar a pobreza, através de mecanismos de redistribuição de renda, e na busca pela permanência de criança nas escolas (VIEIRA, 2012). Embora não tenha obtido sucesso na redução da desigualdade social, o PSDB avançou na consolidação das políticas sociais presentes na constituição de 1988. Porém, segundo Guiot (2006), a configuração destas políticas sociais do segundo mandato se manteve no plano neoliberal, pois seguiam uma lógica de que os cidadãos precisariam se tornar menos dependentes do Estado, com a sociedade civil sendo o motor dessas novas ações de combate às desigualdades.

Vieira (2012) alega que os tucanos tentaram se reaproximar da esquerda após a derrota nas eleições de 2002. Todavia, o partido não obteve sucesso devido às suas alianças com partidos marcadamente de direita e o mandato que realizara na Presidência da República. Além do mais, o PT já tinha se consolidado como o partido que representava o campo da esquerda no Brasil. E é a relação com este partido que abordaremos na seção seguinte.

1.3. Antagonismo ao PT: uma marca da disputa eleitoral no Brasil

É inegável afirmar que a história recente das eleições para presidente no Brasil é marcada por um antagonismo partidário entre PT e PSDB. Desde o pleito de 1994, onde o tucano Fernando Henrique Cardoso venceu, ambos os partidos polarizaram a disputa eleitoral sendo sempre as candidaturas com o maior

número de votos válidos para o cargo de Presidente da República. De 1994 até 2014 ambas as siglas foram as duas mais votadas, e em quatro ocasiões (2002, 2006, 2010, 2014) a disputa acabou sendo o decidida no segundo turno.

No entanto, é curioso notar que ambas as siglas estiveram alinhadas no início das eleições diretas no Brasil. Ambas nasceram no campo da esquerda e estiveram juntas na disputa do segundo turno das eleições de 1989, quando Mario Covas (PSDB) decidiu apoiar Lula (PT) no embate contra Fernando Collor (PRN). Porém, diferente dos tucanos que surgiram a partir de parlamentares, o PT tem origem sindicalista. Sua composição inicial contava com setores da classe trabalhadora, intelectuais e pessoas ligadas a Igreja Católica. É tido como um partido de massas, com sua militância focada nos movimentos sociais e atividades políticas dentro da sociedade, priorizando a relação construída com estes setores ao invés de mergulhar no jogo político institucional (MENEGUELLO, 1989; AMARAL, 2003; REIS, 2010). As principais pautas do PT eram a luta contra a desigualdade social, a inclusão social, e um projeto econômico que conciliasse o desenvolvimento econômico com o desenvolvimento social (FREITAS, 2018).

Quando o PSDB surgiu, tentou se encaixar como uma oportunidade eleitoral de centro-esquerda, uma opção diferente ao centro tradicional e conservador da política brasileira, e uma alternativa à esquerda ortodoxa do PT (GUIOT, 2006). A partir de 1993, ambas as siglas começaram a traçar caminhos distintos até se tornarem dois polos antagônicos na disputa eleitoral. Itamar Franco convidou as duas legendas para formar a coalizão do novo governo que estava se estruturando após o *impeachment* de Collor, porém, apenas os peessedebistas aceitaram. Fernando Henrique Cardoso ocupou o Ministério das Relações Exteriores e depois o Ministério da Fazenda, iniciando um projeto de reformulação da economia através do Plano Real. No ano seguinte, Fernando Henrique concorreu à Presidência da República tendo Lula como seu principal adversário. Tal embate é considerado o primeiro grande antagonismo entre petistas e tucanos, e foi o plano econômico do FHC o principal elemento desta disputa antagônica (FREITAS, 2018).

Segundo pesquisas realizadas analisando a disputa antagônica discursiva nas eleições entre PT e PSDB (FREITAS, 2018, 2019a, 2019b, 2020), observa-se que a pauta econômica é o principal ponto nodal destes embates. Nas

eleições dos anos 1990, a disputa era sobre a percepção que cada candidatura tinha do Plano Real. Enquanto os tucanos defendiam que o plano econômico realizado por FHC teria estabilizado a economia e acabado com a inflação, os petistas argumentavam que se tratava apenas de um plano eleitoreiro e limitado. Nas eleições de 2002, a primeira que o PT venceu, o candidato peessedebista José Serra destacava que daria continuidade ao governo de Fernando Henrique Cardoso, tendo responsabilidade fiscal, combatendo a inflação, e avançando no desenvolvimento social. A campanha de Lula questionava a condução da economia nos governos FHC, alegando que se tratava de um modelo esgotado, que deixou o Brasil endividado e menos produtivo. O petista defendeu uma mudança no modelo econômico para superar o abandono social deixado pelo governo peessedebista, através da solidificação da própria economia, com incentivos para geração de empregos. Nas eleições de 2006, os tucanos, através de Geraldo Alckmin, buscaram apontar a limitação do modelo econômico do governo Lula, enquanto a candidatura petista visava reafirmar o seu projeto, expondo a dificuldade de superar as fragilidades que foram herdadas pelo governo do PSDB.

A partir de 2006, o PT construiu sua base eleitoral dentro das camadas mais populares, em virtude dos êxitos no campo da política social que o partido teve quando ocupou o Poder Executivo. Já o PSDB recebia os votos dos mais ricos e da classe média. Cenário muito parecido com a configuração eleitoral que marcou o período anterior à ditadura militar, onde o Partido Trabalhista Brasileiro (PTB) obtinha os votos das classes mais populares, e a União Democrática Nacional (UDN) da classe média e dos ricos (SINGER, 2018). O PT também conseguiu construir uma base eleitoral identificada mais consistente que os demais partidos, especialmente entre os menos escolarizados (SAMUELS, 2004; SPECK e BALBACHEVSKY, 2016). Outro ponto interessante a se destacar no que tange ao perfil dos eleitores, é que os petistas têm uma probabilidade maior de votar no candidato do partido para a eleição presidencial, enquanto os eleitores tucanos são mais fiéis ao PSDB nos pleitos subnacionais (SPECK e BALBACHEVSKY, 2016).

Em 2014, 20 anos após a primeira eleição que caracterizou o início da disputa entre PT e PSDB, viu-se uma disputa bastante acirrada com os eleitores bem divididos. Dilma Rousseff se reelegeu no segundo turno através de uma

vantagem mínima contra o tucano Aécio Neves. A petista obteve 51,64% dos votos válidos, enquanto Aécio teve 48,36%, uma diferença de pouco mais de 2% (BRASIL, 2019). Naquele momento, Dilma e o PT sofriam um processo de desgaste que se iniciara, principalmente, nas manifestações de junho de 2013, e foi se intensificando conforme surgiam suspeitas de corrupção envolvendo o Governo Federal. Havia uma crescente do discurso de centro-direita, que tomava as ruas dos bairros de classe média e alta de todo país. A militância do PT nas ruas, que sempre fora tradicional e característica nas eleições presidenciais, não se mostrou forte naquele período. Embora o governo tenha sido reeleito, era o discurso da oposição que se sobressaía e vinha a se fortalecer ainda mais nos anos seguintes (PINTO, 2017). Insatisfeito com a derrota nas eleições, o PSDB questionou o resultado das urnas alguns dias após a votação, através de um pedido de auditoria ao TSE (G1, 2021) fator que jamais havia ocorrido no Brasil pós-redemocratização. Este questionamento do PSDB sobre o resultado das eleições configurou o início de um processo de desdemocratização no Brasil, onde o princípio de soberania popular foi colocado em contestação (AVRITZER, 2018).

Em 2015, grupos de direita organizaram uma série de manifestações contra o governo petista, pedindo o impedimento da presidenta Dilma Rousseff. E o PSDB, estimulado por esse descontentamento, buscava maneiras de articular uma manobra política que pudesse derrubar a presidenta eleita em 2014. Singer (2018) aponta que inicialmente os tucanos estavam divididos em três frações quanto à melhor estratégia a ser tomada para derrubar Dilma. Aécio Neves visava um meio de cassar a chapa Dilma-Temer, eleita em 2014, e convocar um novo pleito eleitoral, visto que, segundo as opiniões de pesquisa pública, o candidato derrotado em 2014 era visto como o nome favorito em caso de novas eleições. Geraldo Alckmin visava fazer oposição firme ao governo Dilma até o fim de seu mandato, com o PT chegando desgastado para 2018 e naturalmente os tucanos vencerem as eleições. José Serra buscava a derrubada por meio de uma aliança com o PMDB, e com os peessedebistas compondo a base de governo do vice Michel Temer. A estratégia de José Serra acabou prevalecendo. Dilma enfrentava um isolamento parlamentar que dificultava sua governabilidade, impactando em uma piora da situação econômica do país. Além do mais, haviam fortes denúncias da Operação Lava-Jato sobre a ex-presidenta e ao PT, ocasionando um enorme desgaste do partido frente ao Congresso

Nacional e à população. Os mecanismos jurídicos capazes de sustentar o impeachment foram encontrados, e o PSDB conseguiu articular com o PMDB o processo que culminou na saída de Dilma Rousseff da Presidência da República (SINGER, 2018).

Realizado o impeachment, o PSDB passou a fazer parte da base de governo de Temer, ocupando inicialmente o Ministério das Relações Exteriores, com José Serra (PSDB-SP) e depois com Aloysio Nunes (PSDB-SP); o Ministério das Cidades com Bruno Araújo (PSDB-PE); o Ministério da Justiça com Alexandre de Moraes (PSDB-SP); e o Ministério dos Direitos Humanos, com Luislinda Valois (PSDB-BA).

No final de 2017, os tucanos definiram que lançariam Geraldo Alckmin como candidato presidente, e que sairiam do governo Temer logo no início de 2018. Como já relatado na introdução, esta candidatura não decolou e a eleição de 2018 foi marcada pelo fim da continuidade do antagonismo partidário entre PT e PSDB. E por causa disso, ressaltamos a importância de estudar o PSDB neste período entre as eleições 2014 e 2018.

Capítulo 2 – Mídia: um meio importante para a análise de discurso

Como o escolhemos os perfis no *Twitter* de quatro políticos importantes, e a conta oficial da sigla, para analisar o discurso do PSDB, considera-se importante destinar um capítulo desta dissertação para a realização de um debate sobre a influência das mídias na política, a fim de sustentar a escolha do nosso meio de análise e o porquê do nosso objetivo poder ser alcançado através desta escolha. A relação entre mídia e política é fundamental para entender os processos políticos pelo mundo, e hoje em dia com o advento da internet e as redes sociais, pesquisas sobre este tema possuem uma relevância ainda maior.

Importante deixar claro que a intenção deste capítulo é enfatizar a importância da mídia como um elemento que influencia rumos nos processos políticos e a importância que os atores precisam dar a ela. Ao final desta discussão, não caberá a nós realizar uma análise sobre a estratégia comunicativa do PSDB, pois não é nossa área e nem nosso objetivo, mas sim analisar o conteúdo do discurso peessedebista, através do *Twitter*, durante os quatro anos investigados.

Portanto, o capítulo está dividido em três partes. A primeira refere-se a uma breve apresentação de teóricos que relataram a influência dos veículos de mídia na política. A segunda aborda como a mídia impactou os processos políticos no Brasil. Por fim, discorreremos sobre a inserção da internet e das redes sociais neste paralelo.

2.1. As mídias e a política

Atualmente a palavra mídia engloba vários elementos, televisão, jornais, internet, rádio, redes sociais ou qualquer outro instrumento que possibilite uma comunicação entre os indivíduos. É como se fosse uma indústria da cultura que abrange meios de comunicação de massa (LIMA, 2009). Desde que surgiram, estes mecanismos possuem um impacto gigantesco nos processos políticos, pois têm a capacidade de alterar as formas de discurso no social, interferir nas relações entre representantes e representados, reforçar compreensões hegemônicas no social e sustentar atores políticos – a exemplo dos dispositivos de propaganda que os regimes totalitários utilizavam para se legitimarem.

Harold Lasswell foi o primeiro teórico a abordar, ainda que de maneira inicial, os efeitos da mídia na tomada de decisão das pessoas. Para ele, os usuários das mídias são consumidores passivos que apenas reproduzem aquilo

que lhes é transmitido (MIGUEL, 2004). Paul Lazarsfeld foi quem de fato começou a aprofundar mais o debate sobre o tema através da obra *Personal influence: the part played by people in the flow of mass communications*. De acordo com seus estudos, as informações que as pessoas adquirem nos veículos de mídia vão sendo transmitidas para outras pessoas, fazendo as notícias circularem. Existem ainda os intermediários nesta “cadeia” de transmissão, que são os diferentes “líderes” de opinião. Estes líderes de opinião se dividem conforme a área de interesse (política, esportes, artes, negócios). Lazarsfeld diminui o impacto que a mídia gera na política, pois o que realmente influencia na tomada de decisão dos eleitores é o meio social em que eles estão inseridos. As informações geralmente são filtradas a partir de sua predisposição, aquilo que vai ao encontro com que os receptores já acreditam é potencializado, e os conteúdos que vão em oposição são descartados. (KATZ E LAZARSELD, 1964 *apud* MIGUEL, 2004).

Miguel (2004) relata que a partir dos estudos de Lazarsfeld, foram criados alguns conceitos importantes nas teorias que analisam o impacto da mídia nas relações sociais. McCombs e Shaw (200) apresentaram o conceito de *agenda-setting*, o qual indica que os meios de comunicação de massa além de influenciar no pensamento dos cidadãos, acabam agendando o debate do governo e da elite política. O conceito de *framing*, inspirado em Erving Goffman (2012), foi criado para mostrar que os fatos apresentados nas mídias sempre são mostrados a partir de narrativas explicativas não explícitas, com o intuito de modelar a visão de mundo dos espectadores. Iyengar (1991) apresenta o *priming*, mostrando que a partir do momento em que público tende a dar um peso maior a aquilo que está em destaque na agenda pública, a mídia acaba afetando sim os julgamentos que se tem sobre os líderes políticos. O conceito de *horse-race*, desenvolvido a partir de estudos sobre a sociologia do jornalismo, refere-se às coberturas jornalísticas que tratam as eleições como se fossem uma corrida de cavalo, colocando os candidatos a partir das suas posições na disputa, forçando-os a competir entre eles, onde os eventos durante a campanha eleitoral são processos determinantes e necessariamente precisa haver um vencedor (MIGUEL, 2004).

Giovani Sartori também deixou contribuições importantes para este debate com duas visões distintas. Inicialmente, Sartori (1994) via o efeito das

mídias como algo positivo, pois um sistema de informações nos moldes do sistema de competição do mercado seria benéfico, pois a concorrência dos meios aumentaria a qualidade da informação passada aos eleitores, melhorando o processo democrático. O sistema se autocontrolaria e excluiria as mídias que apresentassem conteúdos de pouca relevância e sem compromisso com a verdade. Seguindo esta lógica, Anthony Downs também parte de um princípio de que a competição nas mídias acaba trazendo um impacto positivo para a política. Para ele, a competição eleitoral faz com que cada candidato tenha a necessidade de divulgar o máximo de informações possíveis, e isso faria com que os eleitores obtivessem conhecimento relevantes sobre a política de uma maneira não custosa (DOWNS, 1999)

Mais adiante, Sartori escreveu que as mídias televisivas são prejudiciais aos processos democráticos devido ao fato de as imagens serem inimigas da abstração. A televisão acabaria substituindo o pensamento, o raciocínio, por tudo aquilo que é visível e simbólico. Ele chama este fenômeno de *videopolítica*, onde a televisão cria um vínculo de poder na sociedade, pois as notícias divulgadas não se tratam de informações relevantes, mas sim apenas meias verdades ou fatos falsos/manipulados. Estes fatores aumentam a ignorância das pessoas, e faz com que as ações políticas passam a ser tomadas com base na emoção (SARTORI, 2001).

Bernard Manin (1995) alega que a intermediação da mídia na política acaba resultando em uma “democracia de audiência”, onde o vínculo local e leal entra em declínio. O processo eleitoral acaba se tornando um reflexo dos panoramas que são construídos nas mídias. Com isso, os partidos políticos acabam perdendo relevância, enquanto as pesquisas de opinião, e os profissionais da mídia que trabalham diretamente na construção de imagem, se tornam peça-chave no jogo eleitoral. Quase vinte anos depois de ter escrito sobre o tema, Manin (2013) retorna ao assunto para analisar o efeito desta democracia de audiência. O francês alega que os partidos políticos não perderam importância, mas não possuem mais uma identidade duradoura e uma adesão contínua por parte dos eleitores. Eles precisam investir maciçamente em campanhas, buscando ativamente mobilizar eleitores e se enquadrar nas variáveis que se apresentam nos processos eleitorais. O autor também aborda o fato de a democracia de audiência ter feito com que os cidadãos aumentassem

a participação política não-institucional, e restringissem a participação nas eleições a apenas contextos específicos.

É perceptível que com o tempo a mídia, através dos principais veículos de comunicação, passou a ser um elemento central na esfera pública. Com a intensificação da globalização, os estudos que tratam a mídia enquanto uma indústria de comunicação, inseridos num mundo capitalista, se tornaram fundamentais para entender os processos políticos (RUBIM, 2002). A mídia tem o poder de gerar fatos, construir argumentos e realidades, tornando-se um amplo espaço de poder, que afeta diretamente a prática política, as formas de governo, as eleições, e agenda temas de interesse social. Mas uma coisa importante a se levar em consideração, e que muitas teorias não o fazem, é que o condicionamento das situações que a mídia cria se dá sempre pelo contexto. Não existe uma regra já pré-existente. Os efeitos gerados pela simbiose entre a mensagem da mídia e o receptor vão sempre depender do contexto, da situação política, econômica e social do momento.

Portanto, passada esta breve apresentação sobre a relação entre mídia e política a partir de alguns autores que escreveram essa temática, analisaremos este contexto no Brasil.

2.2. O contexto brasileiro

Como dissemos no final da seção anterior, a análise feita sobre a influência da mídia nos processos políticos vai sempre depender do contexto, e é interessante notar que algumas das teorias aqui apresentadas são incompatíveis com o contexto político democrático e a estrutura da mídia no Brasil, como mostram estudos de Luís Felipe Miguel. Miguel (2004) demonstra que existem algumas peculiaridades que fazem com que o caso brasileiro seja diferente dos demais países. Para o autor, se algumas teorias alegam que a proliferação das mídias fez com que os partidos políticos se tornassem mais enfraquecidos, no Brasil, a maioria dos partidos políticos brasileiros já não possuía consistência antes mesmo do impacto dos veículos de comunicação. O sistema eleitoral brasileiro em voto de lista aberta abre margem para a competição intrapartidária. Cada candidato precisa necessariamente ter sua campanha particular e apoiadores que são fiéis a sua figura. Todos os outros candidatos são seus concorrentes, incluindo aqueles que são filiados ao mesmo partido, e que lutam pelos mesmos ideais. Juntamente a isso, está a volatilidade

dos partidos políticos, que permitem poucos critérios para coligações e transições dos políticos entre as siglas. Tais fatores contribuem para o enfraquecimento dos partidos (MIGUEL, 2004), fazendo com que algumas funções tradicionais que são atribuídas a eles (canalizar as demandas da população, agendar o debate público e fiscalizar o governo) acabem sendo realizadas pela mídia (LIMA, 2009).

Um segundo apontamento apresentado por Miguel (2004), e reforçado em Miguel e Biroli (2010), diz respeito ao fato de as mídias terem um impacto importante na formação cultural dos brasileiros, por causa da relação entre formação escolar precária e alta acessibilidade dos dispositivos eletrônicos, seja rádio ou televisão. O Brasil combina aspectos de um país desenvolvido, no que tange o acesso as tecnologias, e aspectos de um país subdesenvolvido, que peca na formação escolar dos seus cidadãos. Desde os anos 1990 a esmagadora maioria da população brasileira já tinha amplo acesso à TV em sua moradia, e dada a escolaridade precária do país que não cumpria a sua função essencial, o jornalismo televisivo passou a ter alta penetração no processo informativo das pessoas. Em vista disso, os meios de comunicação de massa, à exemplo da Rede Globo, eram influências importantes nos processos políticos devido à capacidade de produzir representações/enquadramento sociais, agendar a disputa política e pautar as ações dos candidatos (MIGUEL, 2004; MIGUEL e BIROLI, 2010).

O terceiro ponto importante levantado por Miguel (2004), mas não menos importante dos demais, é o fato dos principais veículos de jornalismo do Brasil estarem nas mãos de um pequeno grupo de interesse, que detém todo o poder do processo de seleção de informação que é levada ao público. É quase que uma situação de monopólio. A Rede Globo de televisão possuiu, e ainda possui, um alcance muito maior que as outras emissoras. Miguel (2004) aponta que o grupo Globo no início do século tinha mais da metade da audiência, e mais de três quartos das verbas publicitárias. Por causa do amplo alcance que os veículos informativos têm, este grupo de interesse que detém o monopólio possui ampla capacidade de pautar os debates políticos no Brasil, com base nas informações selecionada por eles mesmos (MIGUEL, 2004).

Veremos nos próximos parágrafos, através de bibliografias presentes dentro da Ciência Política brasileira, como as mídias, e principalmente a Rede Globo, sempre tiveram influência direta ou indireta nas eleições para Presidente

da República. Tal fator só começou a mudar quando o advento da internet e das redes sociais passou a ser relevante na proliferação de informações entre os cidadãos.

Os veículos de mídias televisivas se tornaram relevantes politicamente no Brasil durante a ditadura civil-militar. Naquela época, os militares criaram mecanismos de infraestrutura física que foram fundamentais para a consolidação de uma mídia nacional. Com isso, fizeram uso político desses recursos, através da censura e do apoio das principais redes impressas e eletrônicas que eram consolidadas no regime ditatorial (LIMA, 2009). Porém, foi apenas na eleição de 1989 que se abriu este campo de estudo que investiga a relação entre mídia e política no Brasil (RUBIM e AZEVEDO, 1998; GUAZINA, 2007).

Assim como a mídia ajudou a construir a imagem de Collor nas eleições de 1989, levando-o a Presidência da República, também ajudou a derrubá-lo dois anos depois de ter vencido as eleições. A construção se deu através de uma não separação entre público e privado, onde imagem de Collor foi construída em cima da sua vida particular, deixando de lado os assuntos públicos (RUBIM, 1993). Este fenômeno pode ser descrito como a privatização da política, porque passa a tornar público, aquilo que deveria ser assunto íntimo. Collor virou o candidato preferido dos eleitores por causa desta construção. Porém, a mesma mídia também teve papel importante na queda do Collor, qual teve capacidade de produzir, e influenciar – através da sua cobertura informativa e produções cinematográficas - os processos da CPI que derrubou o presidente eleito em 1989 (RUBIM, 1993; FAUSTO NETO, 1994).

Nas eleições de 1994, a Rede Globo acabou construindo um clima de otimismo em cima do Plano Real, e alegava que o futuro presidente precisava ser um sujeito experiente e honesto. Isto beneficiava diretamente Fernando Henrique Cardoso, pois o candidato tucano foi o criador do Plano Real, e buscava constantemente em seu horário gratuito de propaganda eleitoral se colocar como um político ético, honesto e experiente. Estes elementos combinados, juntamente com o fato da tentativa de propaganda negativa do PT ligando o Plano Real ao FHC, fizeram com que a propaganda do candidato tucano tivesse ressonância e o favorecesse, visto que o clima de otimismo já estava construído (MENDES e VENTURE, 1994; PORTO e GUAZINA, 1999). Criticada por influenciar em 1994, em 1998 a Globo acabou mudando sua

estratégia de cobertura sobre as eleições presidenciais, decidindo diminuir o debate político da sua cobertura. Quando se noticiou, foi sempre em tons leves. Essa estratégia de se isentar acabou beneficiando FHC, pois como tinha boa aprovação, o debate político não o interessava (MIGUEL, 1999).

Diferentemente da eleição anterior, em 2002 a Rede Globo optou por colocar o debate à tona de maneira imparcial, porém, houve um fechamento do político, com a mídia domesticando o debate, colocando a crise econômica como o principal enquadramento da eleição, o que fez com que Lula adotasse um programa liberal (MIGUEL, 2003). Em 2006, expectativa era que Lula ganhasse no primeiro turno, já que sua aprovação era bastante positiva. Porém, com a investida da mídia em cima do escândalo do dossiê⁵, e com a ausência de Lula no debate da Rede Globo, as eleições acabaram indo para o segundo turno, estendendo o pleito em mais duas semanas (COIMBRA, 2007). Ainda assim, não foi suficiente para influenciar diretamente no resultado final das eleições, visto que Lula venceu com um pouco mais de 60% dos votos, e Alckmin obteve um desempenho pior que no primeiro turno (BRASIL, 2021). Em 2010, a mídia também tentou criar um cenário de representação política relatando escândalos de corrupção dentro do governo petista (BIROLI e MIGUEL, 2013), porém, nesta eleição específica, a mídia não teve impacto no resultado das eleições dada a ampla aprovação que o governo Lula tivera.

A partir de 2014 a internet se consolidou como um elemento significativo no marketing eleitoral em eleições. A campanha negativa nas redes sociais se tornou uma estratégia de campanha relevante para os candidatos. Dilma Rousseff e Aécio Neves utilizaram as redes sociais para mobilizar eleitores (OLIVEIRA, MAIA E MIRA, 2015), e protagonizar uma ampla campanha negativa dos adversários (JOATHAN, 2017), em um momento que a disputa política foi bastante imprevisível entre estas duas candidaturas no segundo turno. As eleições em que os mecanismos da internet mais impactaram foi em 2018. A construção da imagem de Jair Bolsonaro se deu pela internet⁶, durante um longo período, através de uma política de espetáculo que enfatizava o horror, construindo enquadramentos que eram independentes da grande mídia

⁵ O escândalo do dossiê trata sobre o envolvimento que membros do PT tiveram na compra de falsos documentos que agiam contra José Serra, a época candidato ao governo do Estado de São Paulo.

⁶ Seu Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral no rádio e na televisão tinha apenas 8 segundos, não tendo o mesmo impacto que a campanha na internet.

(CIOCCARI e PERSICHETTI, 2018). O descrédito sobre as instituições e o amplo desgaste que o PT vinha sofrendo fizeram com que a campanha nas redes sociais do candidato do PSL (Partido Social Liberal) tivesse ressonância e influenciasse o voto dos eleitores.

Ao passarmos brevemente pelos processos eleitorais, pode-se perceber que a relação entre as mídias comunicativas, centradas na Rede Globo, e as eleições não possuem uma normativa estabelecida *a priori*. Os acontecimentos políticos e as construções de cenários estabelecidas pela mídia são sempre frutos de vários elementos que estão postos no momento político. Como já destacamos anteriormente, é importante sempre levar em consideração o contexto dos acontecimentos para observar a maneira com que a mídia influencia na política. Podemos observar também, que, com o passar das eleições, a mídia tradicional, centrada na Rede Globo, começou a perder espaço principalmente se considerarmos os dois últimos pleitos. A universalização das mídias e o advento das redes sociais na internet fez surgir novas maneiras de fazer campanha e criar enquadramentos. Exploraremos na seção seguinte questões acerca deste fenômeno.

2.3. Nova era: o impacto da internet e as relações midiáticas na política

2.3.1. Internet e redes sociais

Cada vez mais pesquisas científicas sobre a internet são realizadas dada a sua expansão e a influência na vida cotidiana (GARCÍA, 2014; GONZÁLEZ-BAILÓN, 2011). O impacto deste mundo virtual é quase que incalculável, as pessoas estão constantemente conectadas trocando e buscando informações, seja através das redes sociais como *Twitter*, *Facebook*, *Instagram*, *Whatsapp* e *Telegram*, seja através de canais de vídeo no *Youtube*, em *blogs* ou *sites*, ou através das correspondências eletrônicas como *e-mails*. Qualquer dúvida que temos durante o dia a dia é facilmente respondida ao fazer uma breve pesquisa no Google, que te direciona para inúmeros sites que podem te oferecer respostas e informações para qualquer temática. Dada a acessibilidade da internet⁷ cada vez mais pessoas estão em contato com diversos tipos de informações, mesmo sendo pouco aprofundadas e sem a certeza de que são verdadeiras. Isso tudo reflete e altera os rumos da política, visto que agora os indivíduos têm estes

⁷ Segundo dados do IBGE, 82,7% dos domicílios no país possuem acesso a internet (BRASIL, 2021).

inúmeros meios, além da mídia tradicional, para se informar, construir suas próprias opiniões e moldar o pensamento político.

As disputas eleitorais no Brasil em 2006 e 2010 já indicavam que a internet poderia impactar diretamente em eleições futuras. Em 2006 os partidos políticos começaram a utilizar *websites* como mecanismos de campanha, mas não com veemência. O marketing encontrado nas páginas dos dois principais candidatos, Lula (PT) e Alckmin (PSDB), não se preocupava com a qualidade do debate político, buscando apenas mobilizar os eleitores já predispostos a votarem nestes candidatos, e dialogar com profissionais da mídia (IASULATTIS, 2007). Nas eleições de 2010, as redes sociais se apresentaram de maneira embrionária nas campanhas eleitorais, com Marina Silva (à época no PV) e José Serra (PSDB) utilizando o *Twitter* como uma parte das ferramentas de campanha (FONSECA e VASCONCELOS, 2013).

Foi em 2014 que a internet se tornou significativa nos processos políticos do Brasil, principalmente através das redes sociais. Aponta-se que neste pleito houve uma redução de influência considerável nos meios de campanhas tradicionais⁸ (OLIVEIRA, MAIA E MIRA, 2015). A campanha eleitoral na internet dos dois candidatos que foram ao segundo turno passou a ser mais trabalhada no *Twitter* e *Facebook*, através da busca pela mobilização de eleitores com alto grau de adesão (OLIVEIRA, MAIA E MIRA, 2015), e de uma intensificada campanha negativa contra os adversários (JOATHAN, 2017). Embora estes fatores não tenham tido um peso tão determinante no resultado das eleições, a internet pela primeira vez acabou se mostrando um espaço de campanha tão importante quanto os demais. Já nas eleições de 2018, o impacto foi sim determinante para a vitória de um dos candidatos. Jair Bolsonaro (PSL) construiu sua imagem na internet, através da espetacularização como forma de aumentar visibilidade e mobilização (CIOCCARI e PERSICHETTI, 2018). Com estes novos artifícios midiáticos os políticos passaram a ter o controle da produção de enquadramento e manifestações, atingindo diretamente o público-alvo.

As redes sociais oferecem a possibilidade de uma relação mais direta entre os candidatos a cargos públicos e eleitores. Estas plataformas vêm sendo utilizadas como um meio de ampliar capital social e político. Aqueles que

⁸ Comícios, Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral, distribuição de santinhos.

almejam alcançar determinado espaço de poder precisam estar dispostos a mobilizar os ditos influenciadores, ou seja, pessoas que possuem alto grau de engajamento nas redes sociais e que são capazes de influenciar a opinião de pessoas com relação a determinada temática. Estes atores na internet são altamente conectados, onde estão frequentemente consumindo, compartilhando e criando conteúdo (KOTLER, KARTAJAYA, SETIAWAN, 2017).

Uma consequência negativa desta presença do debate político nos meios digitais é a qualidade do conteúdo informativo que circula entre as pessoas. Muitas vezes, ao se posicionarem em favor de um ou outro político, figuras públicas não-políticas o fazem de maneira equivocada, reproduzindo conteúdos que não são verdadeiros (*Fake News*), ou sem usar as informações que estão realmente disponíveis para população (CERVI, 2016). Um outro ponto a se destacar é que estas redes sociais muitas vezes acabam por apenas reafirmar posicionamentos políticos já pré-estabelecidos, devido ao fato de os usuários estarem inseridos em “bolhas” de acordo com os próprios interesses⁹.

Por causa da ascensão da internet e de todos os meios midiáticos que ela engloba, o *sistema perito* do jornalismo, desenvolvido por Luís Felipe Miguel e que explicaremos a seguir, passou a cair por terra. O termo sistema perito tem origens em Giddens (1990), e explica o fato de uma pessoa ter confiança naquilo que não possui competência técnica ou atribuição profissional. Por exemplo, ao entrarmos em um avião, nós não demonstramos medo com o fato da possibilidade de a turbina falhar e o avião cair, isto porque existe um sistema perito que faz com que tenhamos confiança, e não questionemos aquilo que não possuímos competência técnica, por causa de experiências já ocorridas. Miguel (2004) adaptou este conceito para o jornalismo, pois ninguém questiona a veracidade da informação dos principais veículos de comunicação, dada esta relação de confiança presente no sistema perito. A diferença é que, no jornalismo, o sistema perito se funda porque os veículos concorrentes transmitem o mesmo conteúdo informativo, portanto sua lógica advém da concorrência e não da experiência. Com o advento da internet, essa relação de confiança dos veículos de comunicação com seus receptores se fragilizou, pois as novas mídias passaram a produzir informações - sejam falsas ou verdadeiras – que muitas vezes

⁹ Fala do professor Felipe Corral durante defesa do presente trabalho, em 8 de outubro de 2020.

conflitam com os meios tradicionais, condizendo com aquilo que as pessoas querem acreditar e ouvir. Tais fatores condicionam as pessoas a deixarem de confiar no jornalismo tradicional. Em uma eleição adequada o eleitor precisa estar a par das necessidades sociais, e dos candidatos em disputa. A internet contribuiu para que isso acontecesse, porém, ela também ocasionou em uma intensa disputa de cenário de representação política que pode entrar em conflito com a veracidade dos fatos.

Novas estratégias de marketing político envolvendo a internet deverão ser traçadas por aqueles que procuram se candidatar a um cargo político, ainda mais levando em conta as futuras gerações de eleitores criadas ao lado das novas tecnologias. A atuação nas redes sociais deverá ser intensa, a partir da criação de mecanismos discursivos que tenham ressonância e que despertem a devoção das pessoas. A participação de grandes empresas que trabalham diretamente com as mídias sociais na internet será cada vez mais determinante nos processos eleitorais (MARQUES, 2016). O horário gratuito de programa eleitoral tende a perder audiência, dado o crescimento destes novos meios de enquadramento, que pela liberdade de tempo e espaço, podem ser muito bem utilizados pelos partidos políticos. O candidato que tiver a melhor estratégia discursiva, que consiga articular sua imagem com a demanda das pessoas, terá vantagem nas disputas políticas. O jornalismo tradicional também corre para reconquistar sua hegemonia devido ao espaço perdido. Na página de alguns veículos de comunicação já é possível observar um movimento de legitimação própria e de combate às *Fake News*.

2.3.2. Sobre o *Twitter*

Visto um breve panorama de como funciona o impacto do uso da internet na vida das pessoas e em campanhas eleitorais, considera-se importante realizar uma apresentação da rede social que utilizaremos especificamente em nossa pesquisa, o *Twitter*.

Esta rede social foi criada em 2006 para que as pessoas realizassem publicações na internet (as chamadas postagens) divulgando o que estavam fazendo. Com o tempo, dado o diferencial de ser um veículo altamente instantâneo, dinâmico, interativo, e que coloca em contato pessoas de diferentes “bolhas”, a plataforma começou a ser utilizada com diversas finalidades. Desde assuntos banais envolvendo entretenimento como cinema, esportes, *reality*

shows e *fofocas*, até assuntos de interesse público, como notícias do dia a dia, informações públicas e informações políticas (CERVI e MASSUCHIN, 2011). Inicialmente o *Twitter* permitia postagens de apenas 140 caracteres, além de imagens ou vídeos, e a partir de 2017 o espaço foi ampliado para 280. Tal característica faz com que as postagens realizadas sejam mensagens diretas e de maior acessibilidade na comunicação.

Na política, o *Twitter* se tornou uma ferramenta importante, e de amplo uso entre candidatos e figuras públicas a partir da eleição do Barack Obama, em 2009, nos Estados Unidos (GOMES et al, 2009). No Brasil, como já dito anteriormente, Marina Silva e José Serra, nas eleições para a Presidência da República em 2010, foram os pioneiros (FONSECA e VASCONCELOS, 2013; AMARAL e PINHO, 2018). Desde então, esta rede social passou a ser um recurso de ampla utilização na deliberação de ideias, estratégias eleitorais e comunicação política, devido ao seu baixo custo, fácil acesso, e a aproximação entre representantes e representados (PEREIRA, 2013; AMARAL e PINHO, 2018; BRAGA e CARLOMAGNO, 2018).

Através de *hashtags*, palavras em destaque e dos *trending topics*¹⁰, o *Twitter* permite realizar buscas que facilitam as pesquisas por determinadas temáticas (RECUERO, 2009). Estas buscas resultam em uma série de tuítes em destaque, de diversas contas que estão comentando sobre o assunto pesquisado. Devido a estes mecanismos de interatividade, o *Twitter* se tornou a principal rede social do campo político (RECUERO, ZAGO e SOARES, 2017). Tais características configuram a plataforma como uma grande arena de sentidos discursivos, onde vários perfis debatem determinados temas políticos. As discussões se refletem em tendências emocionais coletivas, que acabam por agendar as discussões públicas (STIEGLIZ e DANG-XUAN, 2013 *apud* SIMÕES e SILVA, 2019).

Muitos políticos utilizam o *Twitter* com a finalidade de divulgar conteúdo focando nas suas propostas e no seu programa de governo. Para realizar isso, os atores o fazem de diferentes maneiras a fim de estabelecer empatia com o público. Uma das estratégias é estabelecer um vínculo com o leitor, através de

¹⁰ *Trending topics* são os assuntos que mais estão sendo comentados dentro do *Twitter*. Existe uma aba dentro da própria rede social que possibilita que os usuários acessem esses tópicos, e vejam o que está sendo comentado pelo público em geral.

mensagens que trazem um tom afetivo e exaltam o emocional de quem lê. O sentimento de indignação é amplamente trabalhado nesse tipo de postagem, a fim de persuadir o receptor da mensagem e criar um vínculo. A relação direta entre governantes e governados que o *Twitter* oferece contribui para essas estratégias terem êxito, pois dentro da rede social existe uma lógica de relação que outros meios comunicativos não possuem. Como destaca Pereira (2013), a espontaneidade e o imediatismo são as principais expectativas que os usuários do *Twitter* têm com os perfis que eles acompanham, e dentro da lógica desta rede social, as contas tendem sempre a ser a expressão original do dono, aumentando o vínculo com quem o segue na rede social.

É por causa dos motivos citados nesta seção que identificamos o *Twitter* como o meio ideal para atingir o principal objetivo desta pesquisa. A rede social é uma grande arena de sentidos discursivos que aglutina vários debates políticos. Acreditamos que as postagens realizadas nas contas escolhidas podem elucidar o discurso tucano durante o período entre eleições 2014 e 2018, visto que o *Twitter* é utilizado pelos sujeitos políticos como um meio de fazer deliberações públicas, apresentar programas de governo, explanar ideias, e ter uma proximidade maior com o eleitorado.

Capítulo 3 – Abordagem Teórica-Metodológica

Terminamos o capítulo anterior alegando que o *Twitter* é uma arena virtual de disputas de sentidos discursivos e um excelente meio para analisar o discurso de políticos. Para tanto, é importante que se utilize ferramentas adequadas para conseguir compreender as nuances dos pronunciamentos dos políticos que buscamos observar. Nossa pesquisa adotou a Teoria do Discurso de Ernesto Laclau e Chantal Mouffe como guia teórico em nosso trabalho, e também foi a partir das ferramentas conceituais que ela oferece que desenvolvemos nosso processo metodológico, o qual tem um caráter de particularidade com esta pesquisa.

Portanto, o atual capítulo é uma apresentação deste marco teórico e como ele se relaciona com a pesquisa, juntamente com uma apresentação minuciosa da metodologia. Dividimos o capítulo em duas partes, na primeira discutiremos a Teoria do Discurso de Laclau e Mouffe, e na segunda a metodologia.

3.1. Marco Teórico-conceitual

3.1.1. Introdução

Como já dito, nosso marco teórico é a Teoria do Discurso de Ernesto Laclau e Chantal Mouffe. Sua matriz advém de uma revisão do estruturalismo e incorpora conceitos de diferentes áreas, como da filosofia em Martin Heidegger, Ludwig Wittgenstein, Jacques Derrida e Michel Foucault; da linguística em Ferdinand de Saussure; e da psicanálise de Jacques Lacan. Portanto, vinculam-se ao pós-estruturalismo.

Esta seção está dividida em quatro partes. Primeiramente, introduziremos a corrente teórica a qual estamos trabalhando, o pós-estruturalismo de Ernesto Laclau e Chantal Mouffe. Após isso, abordaremos os conceitos fundamentais para a análise a ser desenvolvida na dissertação. Iniciaremos com os conceitos de discurso e prática articulatória, ideias centrais da teoria. Em seguida, discorreremos sobre o conceito de antagonismo. E por fim, entraremos na noção de hegemonia.

3.1.2. O pós-estruturalismo e a teoria de Laclau e Mouffe

A Teoria do Discurso construída por Ernesto Laclau e Chantal Mouffe visa criar mecanismos e ferramentas que permitem realizar uma ampla compreensão do social, “uma vez que o seu próprio entendimento se dá a partir da construção

de ordens discursivas, sendo a questão do poder central e constituidora de relações sociais” (MENDONÇA e RODRIGUES, 2014, p.47).

O autor partiu de uma revisão do pensamento marxista, criticando a ideia de a sociedade possuir um fundamento, em que o modo de produção econômico passa a ser o fator determinante do social e seu desenvolvimento. O marxismo é entendido como um modelo de estudo que não é capaz de perceber as relações sociais contemporâneas. As sociedades atuais estão cada vez mais complexas e fragmentadas, dotadas de inúmeras centralidades. Devido a isso, Laclau e Mouffe criticam a visão essencialista que o pensamento marxista possui, tornando a sociedade um objeto de conhecimento pleno, explicando todas as relações sociais a partir de uma determinação econômica. Dizem os autores: “Se a economia é um objeto que pode determinar qualquer tipo de sociedade em última instância, isto significa que, ao menos como referência a esta instância, nos defrontamos com uma simples determinação e não com uma sobredeterminação” (LACLAU e MOUFFE, 2015, p.170). O social não pode ser tratado de forma homogênea por ser atravessado por múltiplas significações, portanto, “não aparece como algo a ser simplesmente desvendado, desvelado, mas compreendido, a partir de sua miríade de formas, das várias possibilidades de se alcançar múltiplas verdades, note-se, sempre contingentes e precárias” (MENDONÇA e RODRIGUES, 2014, p.49).

O universal – aqui entendido como toda forma que organiza o pensamento humano, sejam verdades, regimes, culturas, formas de governo – não tem nenhuma plenitude própria, isto é, sua constituição não se dá a priori, mas sim, através de uma articulação de particularidades. E tão pouco se sabe de que maneira estas articulações irão ocorrer, pois não existe nenhum fundamento essencial, mas sim conjuntos de historicidades e contingências. O conteúdo presente no universal nunca é concreto, não é possível descreve-lo antes de sua constituição. É sempre um conteúdo vazio esperando ser preenchido. É instável, pois vai alterando e sendo alterado ao longo dos anos. É uma particularidade que em um determinado momento se hegemonizou, de maneira parcial (LACLAU, 2011). Seguem as palavras do autor:

a) o universal não tem nenhum conteúdo próprio, mas é uma plenitude ausente, ou melhor, o significante de plenitude em si, da própria ideia de plenitude; b) o universal só pode surgir do particular, pois apenas a negação de um conteúdo particular transforma este no símbolo de uma universalidade que o transcende; c) como, no entanto,

o universal – tomado em si mesmo – é um significante vazio, qual conteúdo particular o simbolizará é algo que não pode ser determinado por uma análise do particular em si nem do universal em si. A relação entre os dois depende do contexto do antagonismo e é, no estrito sentido do termo, uma operação hegemônica (LACLAU, 2011, p.41).

Por causa disto, Ernesto Laclau apoia-se na ideia de sobredeterminação do social, rejeitando qualquer concepção normativa de sua teoria, implicando que o social não possui um fim, um sentido finalístico, não realizando inteiramente uma utopia. As possibilidades de significação são infinitas, permeadas por relações com características precárias e contingentes. Dito isso, o pensador construiu a noção de “impossibilidade da sociedade”, em que a mesma é impossível de ser analisada como um todo unificado pelo fato de os sentidos sociais serem mal fechados e incompletos. Portanto, a possibilidade de um projeto político definitivo ser vitorioso é algo impossível, pois não existe um fim na sociedade (MENDONÇA e RODRIGUES, 2014), conseqüentemente, o social é ao mesmo tempo o jogo infinito de diferenças, e a disputa por uma ordem hegemônica.

A alternativa que Laclau apresenta para pensar/analisar as diversas relações humanas é que se observem as ordens discursivas dispersas no social, que estão sempre em disputa (MENDONÇA, 2012). Em um determinado contexto social existem demandas insatisfeitas, que impedem a constituição plena de uma identidade. Estas demandas insatisfeitas demonstram que toda identidade é penetrada por uma falta constitutiva. O universal passa a surgir a partir de uma destas particularidades, como um horizonte incompleto, que atravessa uma identidade específica deslocada. Todo universal origina-se de um particular, mas ele não se origina como um princípio que esteja incluído a este (LACLAU, 2011). Esta é uma teoria sócio-política, portanto, o político possui destaque dentro deste marco teórico. E por político, entendem-se como as relações de poder medidas através de um corte antagônico, pois o nascimento de toda atividade/luta política se dá através dos antagonismos (LACLAU, 2013).

Visto que a teoria de Laclau não busca uma normatividade teórica, em que a sociedade nunca pode ser compreendida em sua totalidade devido a impossibilidade de um sentido finalístico, partiremos então para o conhecimento de alguns dos principais conceitos, os quais são fundamentais para a compreensão do que já foi dito, e também para elucidar os mecanismos de análise da presente pesquisa.

3.1.3. Discurso e identidade

O conceito discurso apresenta-se como elemento central na compreensão da teoria, e no entendimento dos processos de significação dentro do social. O discurso na teoria laclauiana, não é caracterizado apenas por um conjunto de palavras que resultam na fala de um determinado sujeito, mas também engloba as ações, as práticas, possuindo uma natureza material. É a relação entre palavras e ações que resulta em significações, que constituem as relações sociais. Segundo Mendonça e Rodrigues (2014, p.49), “discurso é uma categoria que une palavras e ações, que tem natureza material e não mental e/ou ideal. Discurso é prática – daí a noção de prática discursiva – uma vez que quaisquer ações empreendidas por sujeitos, identidades, grupos sociais, são ações significativas”.

Como podemos ver a seguir, enfatiza-se que não há diferença entre práticas discursivas e não-discursivas no social, e que todo objeto faz parte de um discurso:

Afirmamos que: a) todo objeto é constituído como objeto de discurso, uma vez que nenhum objeto é dado fora de condições discursivas de emergência; b) qualquer distinção entre o que usualmente se chama de aspectos linguísticos e comportamentais de uma prática social ou é uma distinção incorreta, ou deve ter lugar como diferenciação na produção social de sentido, que é estruturada sob a forma de totalidades discursivas (LACLAU e MOUFFE, 2015, p. 180)

A contingência e a precariedade são características fundamentais para compreender a lógica do social. Contingência nos remete a uma determinada estrutura de sentidos provinda de sua própria historicidade, sendo ela verdadeira ou não. A noção de precariedade remete à ideia de que o discurso nunca vai se constituir plenamente, sempre haverá algum deslocamento, alguma mudança, onde outras produções discursivas impedem que as primeiras se realizem por completo. Os sentidos fixados são sempre parciais. Portanto, o discurso é sempre contingente e precário, pois ele está inserido em uma estrutura de sentidos que provém de uma historicidade, e sua constituição se dá sempre de maneira parcial.

A prática articulatória é o processo que se dá a constituição de um discurso. Ela ocorre dentro do campo da discursividade, isto é, o terreno onde há um excesso de sentidos necessários para toda a prática social (LACLAU e MOUFFE, 2015). A prática articulatória acontece a partir de elementos

(diferenças não articuladas), que passam a articularem entre si num determinado instante (de maneira incompleta), transformando-os em momentos. Este instante em que ocorre a transição de elemento para momento, é quando a lógica da equivalência passa a prevalecer. Os momentos giram em torno de um ponto nodal, fixando parcialmente os sentidos e articulando as diferenças dos momentos. A articulação nunca será completa devido a impossibilidade de uma identidade ter seus sentidos totalmente fechados. É importante ressaltar que os elementos articulados em torno de um ponto nodal são oriundos de outras cadeias articulatórias, assim como também podem fazer parte de mais de uma cadeia articulatória. O social é um infinito de discursos e significações, o fato de um discurso ser constituído em determinada relação equivalencial não impede a possibilidade deste mesmo discurso articular-se com outros elementos. Como mostra o autor:

Entretanto, é essencial que a cadeia de equivalências permaneça aberta: do contrário, seu fechamento só poderia ser o resultado de mais uma diferença especificável em sua particularidade, e não nos defrontaríamos com a plenitude da comunidade como uma ausência (LACLAU, 2011, p.92).

Para exemplificar esta prática articulatória, pegaremos o cenário político recente (2019), onde houve uma série de protestos contra o Presidente Jair Bolsonaro. Trabalhadores insatisfeitos com a reforma da previdência, estudantes e professores contra o corte orçamentário nas universidades públicas, mulheres contra as declarações machistas de Bolsonaro, comunidade LGBT contra as declarações homofóbicas do presidente, indígenas contra as indefinições de demarcações de terras, militantes do Partido dos Trabalhadores pedindo a soltura do ex-presidente Lula. Todos estes grupos específicos estavam insatisfeitos com o governo e cada um tinha a sua demanda. Estas demandas específicas são concebidas como elementos. No momento em que existe uma demanda em comum, como a luta contra o governo de Jair Bolsonaro, os elementos passaram a articularem entre si e como consequência geraram momentos. Esta articulação discursiva teve o seu ponto nodal na ideia do anti-bolsonarismo.

Laclau e Mouffe (2015) afirmam que toda prática articulatória é prática social, ela constrói pontos nodais que fixam sentidos de uma maneira parcial, a qual advém da abertura do social. Como dito antes, a transição de elementos

para momentos nunca acontece em uma totalidade, há sempre aberturas para novas significações, com isso, Laclau afirma que:

O “status” dos elementos é o de significantes flutuantes, impossível de ser totalmente articulados a uma cadeia discursiva. E este caráter flutuante finalmente penetra toda identidade discursiva (isto é, social). Mas, se aceitamos o caráter incompleto de toda fixação discursiva, e, ao mesmo tempo, afirmamos o caráter relacional de toda identidade, o caráter ambíguo do significante, sua não fixação a qualquer significado, só pode existir na medida em que haja uma proliferação de significados (LACLAU e MOUFFE, 2015, p.188).

O que faz com que a prática articulatória aconteça é o prevalectimento da lógica da equivalência entre os diferentes elementos que estão dispersos no social. Trata-se de uma relação que indica o momento em que as diferenças que compartilham algum ponto em comum se articulam em prol de um significante maior. Estes elementos ao agruparem-se cancelam as suas diferenças com os demais da cadeia articulatória, mas não são modificados por completo, pois as constituições são sempre parciais, precárias e contingentes. Devido a isso, estas individualidades articuladas estão sempre abertas a novas relações de equivalência e práticas articulatórias. Ao contrário desta relação de equivalência estão as relações de diferenças, as quais são perceptíveis na dispersão dos elementos no social. É quando os elementos não possuem uma força articulatória constitutiva de um discurso.

A formação de identidades faz parte do mesmo processo constitutivo de um discurso, ambos estão conectados. O discurso é uma identidade, assim como o discurso também é construído através inúmeras identidades que se articulam em torno de um ponto nodal. Toda identidade é construída em um vazio. Quando se está falando de uma determinada identidade, a exemplo de um sujeito que se identifica como de esquerda, não é possível estabelecer a priori os elementos que constituem esta identidade. Isto sempre vai depender do contexto em que o sujeito está inserido, dos diferentes elementos que o discurso vai ser articular, pois ele não possui uma essência alguma. O sujeito de esquerda no Brasil é diferente do sujeito de esquerda em Portugal. Toda constituição é uma constituição que parte do vazio, as identidades são moldadas a partir das articulações, das experiências que fundamentam os sujeitos, e que estão presentes nos contextos de cada um. O antagônico – categoria abordada detalhadamente na próxima seção – é primordial para a construção de uma identidade, pois um discurso só se fundamenta a partir de sua negação. O sujeito

de esquerda só se constitui assim por causa do seu antagônico, a direita e aquilo que ela representa. Uma identidade feminista só é constituída como tal devido às diversas práticas machistas no social. Como diz Laclau:

[...] o antagonismo e a exclusão são constitutivos de toda identidade. Sem limites pelos quais uma negatividade (não dialética) seja construída, teríamos uma dispersão indefinida de diferenças cuja ausência de limites sistemáticos tornaria impossível qualquer identidade diferencial (LACLAU, 2011, p.86).

Em nosso trabalho importância da noção de discurso, e tudo que ela engloba, é única. Ela possibilita identificar as estratégias políticas que o PSDB traçou ao longo dos quatro anos, qual foi a identidade construída pelo partido neste período, e quais significantes a agremiação buscou representar. Analisar as postagens no *Twitter* da agremiação, e dos quatro membros de relevância nacional, possibilita que encontremos as principais nuances do processo articulatório discursivo do partido tucano. Nos apoiaremos na teoria durante a análise, buscando os elementos contidos nas postagens de cada uma das cinco contas, com o objetivo de identificar toda a cadeia de equivalência tucana, verificando os principais sentidos contidos na postagem. Conforme o político vá realizando postagens sucessivas, posicionando-se sobre um determinado assunto, buscaremos unir todos os elementos presentes nas postagens a fim de compreender o discurso dos atores e do partido. Importante ressaltar que estamos cientes de que os partidos não são agremiações homogêneas, não sendo um todo unificado, e até por isso investigaremos quatro sujeitos diferentes, a fim de também identificar a dimensão das relações de diferença.

Existe um elemento central para constituição de determinada ordem discursiva, e que até agora foi abordado de maneira superficial. Esse elemento é o antagonismo, o qual dedicaremos a próxima seção para compreendê-lo.

3.1.4. Antagonismo

No nosso exemplo utilizado para elucidar as práticas articulatórias, o governo Bolsonaro foi uma questão central para as manifestações que aconteceram no Brasil em 2019. O discurso anti-bolsonaro, possuiu uma série de elementos, que se articularam em torno da oposição ao Bolsonaro – seja ao governo ou aos sujeitos - e esta oposição representa a fronteira antagônica. A presença de um inimigo torna-se imprescindível para a constituição, mesmo que precária e contingente, de um determinado discurso.

A sociedade é marcada pela impossibilidade de fechamento, por não conseguirmos atribuir um sentido que totalize todas as identidades, devido à precariedade que se manifesta nas inúmeras diferenças presentes no social. A impossibilidade destas identidades é o antagonismo. O discurso antagônico é sempre um discurso exterior, além da fronteira que delimita o corte antagônico.

Haverá sempre um fator externo que impossibilitará a constituição plena de uma identidade, de um discurso, através de sua negação. Seguem as palavras de Laclau e Mouffe:

A presença do “Outro” me impede de ser plenamente eu mesmo. A relação advém não de totalidades plenas, mas da impossibilidade de sua constituição. A presença do outro não é uma impossibilidade lógica: ela existe; logo, não é uma contradição. Tampouco aquela que é subsumida como um momento diferencial positivo numa cadeia causal, pois neste caso, a relação seria dada pelo que cada força é, e não haveria negação deste ente (LACLAU e MOUFFE, 2015, p.202).

Laclau e Mouffe (2015) diferem a noção de antagonismo das conceituações de “oposição real” e “contradição lógica” da leitura kantiana de Colletti (1976). O primeiro termo tratado por Colletti indica que “A – B” são termos diferentes, que existem independentemente da relação que os dois têm entre si, sempre operando na esfera dos objetos reais. Já a segunda categoria citada, é caracterizada pela fórmula “A - não A”, implicando que a relação entre os dois termos esgota a realidade de ambos, ocorrendo no campo dos conceitos. A diferença que se faz destes termos em relação ao antagonismo é que as noções apresentadas operam com objetos que já existem plenamente constituídos, através de sua positividade, enquanto o antagonismo se constitui na diferença, na negação.

Porém, há de ressaltar que, além da impossibilidade, a relação antagônica também é a possibilidade de determinada ordem discursiva. Ao mesmo tempo que ela resulta no bloqueio da dispersão de sentidos de um discurso, ela constitui o interior discursivo de uma determinada ordem (MENDONÇA e RODRIGUES, 2014). As manifestações contra o Bolsonaro não existiriam se o Presidente da República não tivesse proposto uma nova da reforma da previdência, um corte orçamentário nas universidades públicas e atitudes homofóbicas/machistas/racistas. Portanto, a relação antagônica é sempre uma relação entre um interior e exterior discursivo, um agindo sobre o outro através de uma ameaça constante. É importante também frisar, que, antagonismo trata-

se da condição de possibilidade para a formação das identidades políticas, e não do campo de disputa que se forma entre duas identidades já existentes (MENDONÇA, 2012).

Em “Hegemonia e Estratégia Socialista” (2015), aparecem dois exemplos distintos de como observar o antagonismo em distintas esferas sociais. Começamos pelo exemplo da revolução francesa que Laclau e Mouffe (2015) denominaram “povo/*ancien régime*”. Temos duas sociedades diferentes, a primeira é referente sociedade do povo, e a segunda sobre a sociedade aristocrática, do “*ancien régime*”. As duas são colocadas sob ameaça na presença de outra, impedindo suas constituições plenas, dividindo o social em dois polos. O segundo exemplo é sobre os “novos antagonismos” que surgem dentro do Estado democrático, sob a forma dos movimentos sociais, se manifestando dentro da multiplicidade de identidades da sociedade moderna.

O conceito de antagonismo tem tamanha importância dentro da teoria laclauiana, pois entende-se que o nascimento da política só se dá através do antagonismo, da negação das identidades, demandas e elementos. Esse antagonismo é uma ameaça comum a uma série de identidades e diferenças, que frente a essas ameaças, estas identidades passam a estabelecer uma relação de equivalência entre elas, e essa relação de equivalência só passou a existir por causa de um antagonismo. Nessa relação é necessário dar um passo além, constituir um significante vazio, uma hegemonia, uma representação. O vazio não é um lugar, é uma construção discursiva, e que faz sentido. E é assim que se configuram os processos políticos.

O antagonismo será fundamental para realizar a análise discursiva em questão. Visto que se trata de um conceito que possui ótima capacidade explicativa na formação de identidades, será de muito valor compreender os antagonismos presentes nos pronunciamentos dos quatro membros peessedebistas em questão, além do posicionamento oficial do partido. Poderemos observar como estes políticos, assim como o partido, construíram suas identidades políticas, por meio de suas negações e desavenças.

Na seção seguinte faremos a apresentação em torno do conceito de hegemonia, que dialoga diretamente com as noções de discurso e antagonismo.

3.1.5. Hegemonia e Significante vazio

Para Gramsci (2002) o conceito de hegemonia aparece como a manutenção do poder sobre os demais através do estabelecimento de forças e consensos que legitimam a dominação. Já a noção de hegemonia da teoria laclauiana trata-se de uma relação em que, uma determinada identidade passa a representar inúmeros elementos que entram em uma lógica de equivalência, de forma precária e contingente. As identidades são construídas de maneira incompleta, seja pelas suas relações com outras identidades, por suas articulações serem carentes de sentidos, e pelo seu corte antagônico, ou seja, sua negação. A ideia de hegemonia surge visando preencher esta incompletude (MENDONÇA e RODRIGUES, 2014).

Este processo de consolidação de uma ordem hegemônica tem início em um discurso específico que de determinada maneira, passa a representar discursos ou identidades dispersas no social. A organização desta ordem hegemônica decorre sobre um ponto nodal que fixa seu sentido, através da articulação de elementos que não estavam articulados. Vale ressaltar que esta fixação de sentidos é sempre momentânea, pois o social é sempre precário e contingente (MENDONÇA e RODRIGUES, 2014). Em termos gerais, é quando uma particularidade se esvazia e assume uma função de representatividade, aglutinando uma série de outras identidades:

O momento de sua totalização impossível será simbolizado por particulares que assumam contingentemente essa função representativa. Isso significa não só que a particularidade do particular é subvertida por sua função de representar o universal, mas também que certo particular, ao fazer de sua própria particularidade o corpo significante de uma representação universal, vem a ocupar – no interior do sistema de diferenças como um todo – um papel hegemônico (LACLAU, 2011, p.86)

A ideologia é um componente importante no processo de consolidação de um discurso hegemônico, pois Laclau acredita que a ideologia consiste na forma discursiva da tentativa de fixação dos sentidos na sociedade. A ideologia assume um papel importante em um cenário contingente e de disputa de discursos, porque “a ideologia é a vontade de totalidade de todo discurso totalizante” (LACLAU, 1993, p. 106). A ideologia tem como base firmar aquilo que ainda não está firmado nas realidades sociais, de sustentar a precariedade dos discursos. O ideológico é aquele que tem a vocação pela totalidade, o discurso que tenta se hegemônizar e completar o vazio.

Similarmente a noção de hegemonia, está o conceito de significante vazio, apresentado por Ernesto Laclau no livro *Emancipação e Diferença* (2011), originalmente publicado em 1996. Um significante vazio é, nas palavras do autor, “um significante sem significado” (LACLAU, 2011, p. 65). É a representação da plenitude ausente, do que constitui o universal. É vazio pois é oriundo de uma particularidade que se esvazia, a fim de representar diversas outras demandas em torno de um único significado. Podemos tomar como exemplo a noção de “povo” em um discurso populista, onde o sujeito populista constrói a noção de povo articulando inúmeros elementos, resultando um esvaziamento de seus significados, e assumindo uma função de representação daquele determinado discurso.

Existe a necessidade de haver uma impossibilidade estrutural, e a interrupção da estrutura – estes só acontecem com a presença do antagonismo que limita e ao mesmo tempo possibilita o sistema discursivo – para o significante vazio. Os limites excludentes tornam possíveis o significante vazio, pois aquilo que está além da linha excludente é negativo, e faz com que as diferenças sejam canceladas e se articulem em torno de um ponto nodal. Esse processo de significação atinge o vazio, a plenitude ausente.

Hegemonia e significante vazio são quase que sinônimos, suas definições estão entrelaçadas. A hegemonia é o processo de representação que gera o vazio. O significante vazio é o próprio vazio, o ser hegemônico, o ôntico que assume função ontológica, o ente que assume a função de ser.

Metodologicamente, estas duas noções servem para descrever algum momento político, caracterizando relações de ordem, mas ela serve também, fundamentalmente, como um excelente dispositivo de análise em momentos de instabilidade e fragmentação, mostrando como é ausente a ordem em determinadas instâncias pelos atores políticos em disputa. (MENDONÇA e RODRIGUES, 2014). Portanto, será importante observar de que maneira o PSDB e seus membros tentaram disputar a hegemonia, o poder, construindo sua ordem discursiva dentro do campo político brasileiro, e identificar se houve ou não ausência de ordem dentro do partido observando as relações de diferença.

3.2. Metodologia

Já apresentamos os sujeitos que serão investigados, a rede social utilizada como meio para a investigação dos pronunciamentos, e a corrente

teórica que norteou a pesquisa. Nos cabe agora apresentar o passo a passo metodológico, de maneira clara e detalhada. Acreditamos na necessidade de realizar esta abordagem minuciosa pois trata-se de um método particular, criado a partir de observações sobre outras metodologias que utilizaram a Teoria do Discurso de Laclau e Mouffe como base teórica (GOMES, 2016; SANTOS, 2017; GONÇALVES, 2017; LUZ, 2017; BARON, 2018; LINHARES et al., 2020).

Esta seção de metodologia está dividida em três partes. Na primeira realizamos uma breve descrição das cinco contas investigadas, mostrando como coletamos todas as postagens. Após isso, apresentaremos a pesquisa exploratória, que foi fundamental para desenvolvimento de questões importantes dentro do trabalho. E por fim, traremos como a análise final foi feita dentro do *software NVivo – QRS Internacional*.

3.2.1. Contas e o meio da coleta

Foram as seguintes contas tucanas acessadas como meio de análise: @AecioNeves, que pertence ao atual deputado federal (2019-2022), e candidato à presidência em 2014, Aécio Neves; @geraldoalckmin, que pertence ao ex-governador de São Paulo, e candidato à presidência em 2018, Geraldo Alckmin; @jdoriajr, que pertence ao governador de São Paulo eleito em 2018, João Doria Júnior; @joseserra_, que pertence ao atual senador (2015-2022), e ex-ministro das Relações Exteriores, José Serra; @PSDBoficial, conta oficial do PSDB. A seguir, apresentaremos o número de tuítes em cada uma destas contas, dentro dos quatro anos que intercalaram as eleições de 2014 e 2018 para Presidente da República, e como estas postagens foram coletadas.

Ao utilizar o recurso de busca avançada, o qual o *Twitter* oferece para pesquisar postagens antigas, encontramos o seguinte número de tuítes das contas em questão, do dia 24/10/2014, data do segundo turno das eleições de 2014, até 28/10/2018, data do segundo turno das eleições de 2018:

Tabela 1 – N° de *tuites* (10/2014 até 10/2018)

Contas	n° de <i>tweets</i> (2014-2018)
@geraldaoalckmin	12941
@aecioneves	1885
@jdoriajr	3047
@joseserra_	795
@PSDBoficial	17423
Total	37094

Fonte: *Twitter*.

A conta com o maior número de tuítes foi a do PSDB, com 17423 publicações. Em seguida, aparece Geraldo Alckmin, com 12941 tuítes. Logo após vem João Dória, com 3047 postagens. Aécio Neves publicou 1885 vezes em sua conta. E José Serra foi quem menos usou a rede social, tuitando 795 vezes. No total, contabiliza-se 37094 publicações juntando as cinco durante o período.

Estas postagens foram coletadas através da extensão no Google Chrome *Web Data Research Assistant*, e organizadas em um arquivo no *Excel*. Cada conta teve uma planilha para si, a qual indica o corpo do tuíte, a data da postagem, e o *link* que direciona para a publicação. Isso foi feito para garantir que o material de análise esteja assegurado, garantindo que não se perca-o devido a uma possível exclusão por parte dos donos das contas.

Partiremos agora para o subcapítulo referente a pesquisa exploratória.

3.2.2. Pesquisa exploratória

Buscando aprimorar o projeto que originou esta pesquisa, e tendo em vista o alto número de tuítes durante os quatro anos entre as eleições 2014 e 2018, optamos por realizar uma pesquisa exploratória com objetivo de compreender o campo de estudo, testar metodologia, formular objetivos, hipóteses e categorias de análise. Este processo se deu a partir de uma análise de conteúdo sobre 10% das 37094 publicações das cinco contas do *Twitter* que serviram como objeto de análise. Portanto, a amostra é representada em 3707 tuítes, sendo a conta com o maior número de publicações a do PSDB, com 1741;

seguido por Geraldo Alckmin, 1394; João Dória 305; Aécio Neves, 188; e por último José Serra, com 79.

A ideia de fazer esta pesquisa exploratória através de uma amostra de 10% do total dos tuitos se deu justamente para ter uma dimensão mais precisa das características do objeto de estudo, respeitando o limite de não avançar demais na pesquisa. As publicações foram selecionadas a partir de uma amostragem sistemática, uma maneira rápida de selecionar sistematicamente determinado número de elementos, a partir de um intervalo de amostra (BARBETTA, 1999)¹¹.

Após a seleção dos tuitos, passou-se a uma análise pormenorizada de seus conteúdos, dentro do programa *Excel*, onde foram criadas as planilhas que organizaram todo o material. Foram formuladas planilhas para cada uma das cinco contas, contendo as seguintes informações: a) corpo de texto do tuíte; b) conta; c) data; d) *link* de acesso a postagem; e) se possui imagem, *link* ou vídeo; f) se fala sobre o cenário político brasileiro; g) sentido. A abordagem sobre o material foi qualitativa. O conteúdo de cada publicação foi analisado, a partir de pressupostos da teoria do discurso de Ernesto Laclau, e categorizado a partir de sentidos extraídos das próprias postagens. Também é importante salientar que os tuitos podem conter mais de um sentido, sendo categorizados mais de uma vez. Portanto, o número de categorizações não coincide com o número de tuitos.

3.2.2.1. Categorias criadas para a análise

A partir dos resultados da pesquisa exploratória¹² foi criada uma série de categorias de análise que serviram como norte para a classificação dos tuitos dentro do *NVivo*. Na seção sobre este software, veremos que estas categorias passarão a serem chamadas de *nós*, mas por hora ficaremos na terminologia que estamos usando neste momento.

Os sentidos discursivos extraídos nos tuitos da pesquisa exploratória possuem diversos aspectos. Em virtude disto, para organizar o mapeamento do discurso das contas investigadas, auxiliar na testagem das hipóteses e para

¹¹ Exemplo: Em nossa busca, detectamos o total de 13941 tuitos na conta de Geraldo Alckmin durante o período de estudo proposto. Para a pesquisa exploratória, analisamos 1394 postagens desta conta, o equivalente a 10% do total. Portanto, o intervalo de amostra desta conta é 10, então a cada dez tuitos, um era selecionado para amostra, respeitando a cronologia das publicações.

¹² Estes resultados podem ser encontrados no Apêndice A.

alcançar os objetivos, as categorias de análise se diferenciam por temáticas, são elas: a) *Bolsonaro*; b) *Interações* c) *Não Classificável*; d) *Outros* e) *Pessoal*; f) *Posicionamento ideológicos*; g) *Posicionamento sobre cenários da política*; h) *Posicionamento política*; i) *PSDB*; j) *PT*; e k) *PMDB/Temer*. Cada uma destas categorias ainda engloba outras subcategorias que representam os sentidos discursivos da temática em questão.

Bolsonaro representa os tuítes que tratam sobre Jair Bolsonaro e o *bolsonarismo*. Existem duas subcategorias dentro desta temática. Apoio ao *Jair Bolsonaro*, e *Contra Jair Bolsonaro*.

Interações representa quando a conta em questão está interagindo com outras contas. Exemplos: *Diálogos com políticos*, *Perguntas ao público*, *Respostas aos internautas*.

Não Classificável representa aqueles tuítes em que não foi possível extrair um sentido discursivo.

Outros representa os tuítes que correspondem a assuntos que não possuem uma temática específica. Exemplos: *Data comemorativa/simbólica*, *Esportes*, *Lamento a mortes/tragédias*.

Pessoal representa os tuítes que tratam sobre assuntos, políticos ou não, relacionados diretamente ao sujeito da conta em questão. São exemplos de subcategorias dentro desta temática: *Agenda*, *Autopropaganda*, *Informes sobre o seu mandato*, *Promoção da sua candidatura*.

Posicionamento ideológicos remete aos tuítes em que o autor da conta tuita algo que é um posicionamento político dentro do espectro ideológico. Esta categoria é dividida em *Posicionamento ideológico Direita* e *Posicionamento Ideológico Esquerda*, e dentro destas duas subcategorias há uma série de outras subcategorias que representam estes posicionamentos¹³.

Posicionamento sobre cenários da política diz respeito aos tuítes que tratam sobre algum acontecimento na política. Exemplos de sentidos dentro

¹³ A definição sobre esquerda e direita adotada nesta pesquisa segue a lógica de uma outra metodologia que também utiliza a Teoria do Discurso de Laclau e Mouffe. Nela, os sentidos são formulados a partir do próprio campo da representação política (LINHARES e MENDONÇA, 2020).

desta categoria são: Apoio a Operação Lava-Jato, *Ataque ao concorrente eleitoral*, *Denúncia de corrupção na Petrobrás*, *Informes sobre a política*.

Posicionamento política trata sobre os tuítes que emitem posicionamentos políticos, mas que não estão necessariamente inseridos dentro de um espectro ideológico. Exemplos: *Contra o voto obrigatório*, *Defesa da reforma política*, *Defesa de políticas de saúde*, *Defesa do parlamentarismo*.

PSDB trata sobre os tuítes sobre o próprio partido. Exemplos: *Informes sobre o partido*, *Promoção de um governo do partido*, *Promoção de um político do partido*, *Promoção PSDB*.

PT representa as postagens relacionadas ao PT. Exemplos: *Antipetismo*, *Defesa impeachment de Dilma*, *Oposição ao governo de Dilma*, *Oposição ao PT*, *Oposição a um governo do PT*.

PMDB/Temer diz respeito as publicações envolvendo o partido PMDB e o político Michel Temer. Exemplos: *Afastamento PMDB*, *Aproximação PMDB*, *Promoção governo Temer*.

Veremos a seguir como estas categorias foram operacionalizadas e como a pesquisa se desenvolveu dentro do *software NVivo*.

3.2.3. Processo final de análise: NVivo e os tuítes.

Para esclarecer como desenvolvemos o processo de análise em cima dos 37094 tuítes das cinco contas investigadas, dividimos esta seção em duas partes. Na primeira, apresentaremos os mecanismos do *software NVivo*, e a importância dele nesta pesquisa. Na segunda explicaremos como operacionalizamos as categorias com os tuítes.

3.2.3.1. Nvivo: o que é e como funciona.

O *software NVivo – QRS Internacional* é um programa especializado em pesquisas (qualitativas/quantitativas)¹⁴ e projetos que utilizam uma vasta fonte de dados. Ele não só organiza arquivos transferidos para dentro da plataforma, como também permite que os dados sejam analisados, categorizados e descritos através de relatórios. Na versão utilizada nesta pesquisa, *NVivo 10*, é possível importar arquivos em *pdf*, *word*, *Excel*, imagens, áudios e vídeos. Dentro

¹⁴ O programa é mais dedicado a pesquisas de cunho qualitativo, mas também permite trazer abordagens quantitativas sobre o material qualitativo, mecanismo utilizado na presente pesquisa.

do software podemos criar um arquivo para a pesquisa que está sendo realizada, e dentro da plataforma, estes arquivos são chamados de *projetos*.

Escolhemos este programa pois ele nos permite trabalhar de maneira sistemática e sem perder o que foi coletado, características fundamentais para quem vai lidar com uma gama de dados muito ampla – como é o caso desta pesquisa. Ao realizarmos as análises sobre o material, a plataforma ainda oferece diferentes maneiras de apurar informações e descobrir conexões entre as categorizações de forma que não são fáceis de serem obtidas manualmente. Todos os arquivos com os dados do nosso trabalho estarão inseridos dentro de um *projeto* criado no *NVivo*, facilitando a organização. Nosso material de análise, as planilhas com os tuítes das cinco contas da nossa pesquisa, comentadas na seção 4.2.1, foram importadas para o projeto e trabalhadas de maneira individualizada.

O *software* permite que se criem *nós* e *subnós*¹⁵, ou seja, categorias e subcategorias que são utilizadas para codificar o que for necessário. As categorias e subcategorias apresentadas na seção 4.2.2 representam estes *nós* dentro do *NVivo*. Estes *nós* são os elementos centrais do trabalho, pois é a partir deles que mapeamos o discurso nos tuítes do estudo. Ao ler cada postagem, codificamos o trecho do texto em um ou mais *subnós* que correspondem a um determinado sentido discursivo. Através destas codificações, poderemos ver como os sentidos discursivos identificados se relacionaram uns com os outros, e quais os elementos embasaram a cadeia de sentidos discursivos encontrada nas publicações das contas investigadas. Através destas codificações, o programa ainda possibilita a criação de gráficos, tabelas e relatórios.

As *memos* foram um outro mecanismo do *NVivo* que teve importância em nossa pesquisa. São pequenos arquivos que se criam dentro do programa, com o intuito de escrever sobre os processos que estão ocorrendo dentro do *projeto*. Utilizamos esse recurso para descrever cada procedimento que realizávamos, com o intuito de manter a coerência em nossa análise, e não nos perder no processo. Todas as decisões metodológicas eram anotadas em uma *memo*. Além do mais, cada uma das cinco contas tinha uma *memo* para si, e nelas

¹⁵ No capítulo seguinte o qual descreveremos os dados, iremos usar três terminologias para os subnós: subnós, nós secundários e sentido discursivo

escrevíamos elementos relevantes que identificávamos ao longo dos tuítes, para trabalhar no processo de escrita desta dissertação

Visto essa apresentação do software, veremos a maneira com que trabalhamos os dados.

3.3.2.2. Como interpretamos os dados

Primeiramente, separamos as cinco planilhas das contas selecionadas em cinco pastas diferentes, uma para cada perfil, com o intuito de trabalhá-las de maneira individualizada. Começamos a análise pela conta de José Serra, seguido por Aécio, Dória, Alckmin e PSDB. Optamos por seguir esta sequência por privilegiar uma ordem crescente quanto ao número de postagens em cada conta.

A análise de todos os 37094 tuítes foi feita manualmente dentro do software *NVivo*. Realizamos uma leitura sistemática sobre cada postagem, e após a identificação do sentido discursivo presente em cada tuíte, selecionamos o corpo de texto inteiro e codificamos dentro do subnó referente ao sentido encontrado. Veremos exemplos abaixo:

Há um consenso na sociedade, entre nós, que com a permanência da presidente Dilma não encontraremos a retomada do crescimento.
Aécio Neves.

A pres Dilma não tem levado a sério a cláusula democrática do Mercosul, segundo a qual seus países membros devem respeitar as liberdades.
Jose Serra.

Contas públicas destruídas, recessão, inflação, desemprego. Programas sociais recuando, pedaladas fiscais e pedaladas sociais.
Geraldo Alckmin.

Abordamos três tuítes, de três contas diferentes, para exemplificar este processo de codificação. Podemos observar que as três postagens estão seguindo uma mesma linha de oposição ao governo de Dilma. No tuíte de Aécio, critica-se o fato do país não ter perspectivas futuras dentro do governo Dilma. No tuíte de Serra, critica-se a atuação do governo nas relações exteriores. No tuíte de Alckmin, elenca-se uma série de questões vistas como problemáticas no governo Dilma. Selecionamos todo o corpo de texto da postagem, e codificamos no nó secundário apropriado para a mensagem do texto, no caso dos exemplos, *Oposição ao governo de Dilma*. É importante destacar que este trecho também

é codificado automaticamente dentro do nó que o subnó está inserido, que no caso do exemplo é o *PT*.

Como nem todo tuíte é feito só de mensagem de texto, cabe aqui destacar como realizamos a análise nas postagens que carregavam *links*, imagens ou vídeos. Na maioria dos casos, os *links* compartilhados se tratavam de notícias ou artigos em periódicos. O critério adotado aqui foi de, primeiramente, observar a maneira com que a notícia se relacionava com o corpo de texto do tuíte, e captar os sentidos discursivos presentes na manchete e subtítulo da notícia/artigo¹⁶. Nas imagens, observamos a mensagem que o conteúdo compartilhado transmitia, e codificamos o corpo do texto¹⁷ do tuíte no subnó identificado. O mesmo critério foi adotado para os vídeos, onde analisamos o que o conteúdo nos informava, e codificamos conforme o subnó que o representava.

Ao longo do trabalho, foi comum depararmos com tuites que carregavam mais de um sentido discursivo. O processo de codificação nestes casos não difere dos demais, pois o NVivo permite que um trecho possa ser codificado em mais de um nó/subnó. Veremos no exemplo abaixo:

Precisamos fazer as reformas nos primeiros seis meses de governo: reforma política, de Estado (enxugar gastos, privatizar, conceder) e tributária, para trazer mais empresas para o Brasil e gerar emprego e renda. O país tem um potencial enorme #Geraldo45 #sabatinasnoGlobo. Geraldo Alckmin.

Neste tuíte de Geraldo Alckmin, o tucano defende a necessidade da reforma política, reforma tributária, redução do Estado, privatizações, e ainda promove sua candidatura para Presidência da República através da *hashtag* #Geraldo45. Selecionamos todo o corpo de texto do tuíte e codificamos nos subnós que representam os sentidos discursivos presentes no tuíte. Selecionamos todo o corpo do tuíte para classificar todos os subnós de forma agrupada, e não apenas os trechos separadamente, foi importante para observar as relações entre os nós secundários.

¹⁶ Por questões de viabilidade o texto da notícia/artigo não foi analisado, salvo casos específicos.

¹⁷ Em algumas ocasiões nos deparamos com tuites que apresentavam apenas a imagem, sem nenhuma mensagem textual. Nestes casos, o trecho selecionado para ir para a codificação foi o link que direciona para a postagem na rede social.

A aglutinação dos sentidos discursivos, resultantes do processo de codificação, pode ser encontrada na aba “Nós” dentro do *NVivo*. Cada nó e subnó possui seu próprio arquivo e nele encontramos todos os tuitos categorizados conforme seus respectivos sentidos. Com isso, foi possível observar *in loco* os elementos que constituíram cada subnó dentro, e identificar como cada nó secundário se moldou dentro de cada uma das cinco contas investigadas. Dentro do *software*, podemos acessar diversos mecanismos de consulta que nos permite investigar diversos resultados do nosso processo de codificação, como a frequência de palavras dentro dos sentidos discursivos, e o mapa de árvore destas palavras, dois mecanismos importantes para entender a construção discursiva, sobre cada temática, dos sujeitos selecionados. Ainda dentro dos mecanismos de consulta, podemos pesquisar a correlação que cada subnós teve um com o outro, identificando como e com quais cada um se articulou, comparando a codificação entre as contas, além de outros recursos.

No próximo capítulo, veremos a conclusão dos processos aqui elencados. Descreveremos a codificação dentro de cada conta, a fim de apresentar os principais sentidos discursivos mobilizados pelos sujeitos, para compreendermos a identidade que o PSDB apresentou durante o período de estudo.

Capítulo 4 – Os pronunciamentos no *Twitter* do PSDB e seus principais sujeitos

Com as informações trazidas nos capítulos anteriores, chegou o momento de apresentarmos os resultados da nossa pesquisa. Neste capítulo exibimos as codificações nas contas selecionadas, e apresentamos os principais pontos do discurso tucano entre as eleições 2014 e 2018. O texto está dividido em duas seções, a primeira correspondente à descrição dos resultados do processo de codificação nas contas investigadas, e a com as análises discursivas, articulando os cinco perfis investigados e identificando as principais relações de equivalência e de diferença.

4.1. A análise sobre as contas

Como indicado, nesta seção apresentamos os resultados da análise discursiva sobre as cinco contas investigadas. Esse exercício é importante pois consideramos ser de grande relevância a descrição do que foi codificado em cada conta, a fim de observar sobre quais temáticas os políticos tucanos se pronunciaram, e explicar como os principais sentidos discursivos foram mobilizados pelos sujeitos através dos nós e subnós.

Começaremos com o *Twitter* de José Serra, seguido por Aécio Neves, Geraldo Alckmin, João Doria, e por último o perfil do PSDB. A ordem dos sujeitos segue uma lógica de destaque temporal dentro do cenário político brasileiro. José Serra, entre os quatro, foi quem teve menos postagens no *Twitter* e o candidato à Presidência da República mais distante (2010). Aécio Neves teve amplo destaque de 2014 até 2017, quando concorreu à Presidência da República, e foi o principal nome de oposição ao governo de Dilma Rousseff. Alckmin foi o presidenciável do PSDB em 2018. João Doria será o último sujeito por ser quem teve maior êxito, entre estes membros do partido, no pleito eleitoral de 2018, se elegendo governador do estado mais populoso do Brasil (São Paulo).

As subseções estão divididas conforme os principais sentidos discursivos encontrados em cada conta. Primeiramente, realizamos uma breve apresentação biográfica sobre quem é o político selecionado, para em seguida, abordar os *nós*, *subnós*, e os elementos de maior relevância para esta pesquisa mobilizados nos pronunciamentos dos sujeitos em questão. Ao final de cada subseção, fizemos considerações gerais sobre os perfis, analisando o

comportamento dentro da rede social nestes quatro anos, as temáticas pertinentes não tão abordadas pelos políticos, e a identificação do(s) principal(ais) ponto nodal(ais) de cada conta. No perfil oficial do PSDB optamos por lidar de maneira diferente, visto que não se trata de apenas um sujeito político, mas a representação do partido. Por isso, a subseção referente a conta Tucana está dividida conforme as principais temáticas da disputa política durante o período investigado.

4.1.1. José Serra

4.1.1.1. Apresentação do sujeito

Filho de imigrantes italianos, José Serra nasceu na cidade de São Paulo/SP, em 1942. Sua trajetória política começou ainda no movimento estudantil, sendo eleito presidente da UNE, em 1962, enquanto cursava engenharia na Escola Politécnica da USP. Depois do golpe de 1964, Serra foi perseguido e condenado à prisão pelo governo militar, tendo que buscar exílio no Chile. Impedido de continuar o curso de engenharia, Serra cursou economia em Paris e em Santiago, onde também obteve o mestrado. Após isso, se tornou professor da Faculdade de Economia da Universidade do Chile. Com o golpe de Pinochet, em 1973, Serra acabou partindo para mais um exílio, desta vez nos Estados Unidos, onde cursou outro mestrado, e o doutorado em ciências econômicas. Com a anistia, Serra voltou ao Brasil em 1979. Se tornou professor na Universidade Estadual de Campinas, pesquisador no Centro Brasileiro de Análise e Planejamento (Cebap), e editorialista na Folha de São Paulo (JOSÉSERRA, 2021).

Dentro da política partidária brasileira, Serra tem longa carreira. Ajudou a fundar o PMDB a partir do antigo MDB. Foi secretário de Economia e Planejamento do Estado no governo de Franco Montoro (1983-1987), no Estado de São Paulo. Em 1986, foi eleito pela primeira vez deputado federal, mandato que lhe permitiu ser relator de três capítulos diferentes da Constituinte. Em 1988, ajudou a fundar o PSDB junto de outros egressos do PMDB, fazendo parte da relatoria do primeiro programa do partido. Em 1990 se reelegeu deputado, sendo o parlamentar mais votado em São Paulo, e em 1994 foi eleito senador. No governo de Fernando Henrique Cardoso, Serra ocupou primeiramente o Ministério do Planejamento e Orçamento, e em 1998 o Ministério da Saúde. Em 2004, elegeu-se prefeito de São Paulo, e dois anos depois venceu as eleições

para o governo do Estado ainda no primeiro turno. Em 2012 concorreu novamente à prefeitura de São Paulo, mas acabou sendo derrotado por Fernando Haddad, do PT. Em 2014 foi eleito Senador pela segunda vez, com mais de 11 milhões de votos válidos em São Paulo, para um mandato que vai até o final de 2022 (JOSÉSERRA, 2021).

Como já mostramos no capítulo sobre o PSDB, Serra concorreu à Presidência da República em duas ocasiões. Em 2002, com a missão de substituir FHC, e em 2010, como a principal oposição ao governo do Partido dos Trabalhadores. Nas duas ocasiões o tucano perdeu para os candidatos do PT, em 2002 para Lula, e em 2010 para Dilma Rousseff. Em 2016, Serra voltou a participar do Governo Federal, ocupando o Ministério das Relações Exteriores no governo de Michel Temer, que fora iniciado após o *impeachment* de Dilma.

Comparado aos outros sujeitos desta pesquisa, Serra teve uma trajetória mais discreta durante as eleições de 2014 e 2018, com suas atividades sendo mais destinadas à agenda parlamentar. Assim como o restante do PSDB, também fez oposição rigorosa ao governo de Dilma e participou do processo de articulação com o PMDB para derrubar a presidente petista¹⁸. O ano de 2017 foi conturbado para Serra. Deixou o Ministério das Relações Exteriores alegando problemas de saúde, e passou por uma série de acusações sobre suspeitas de corrupção¹⁹. Nas eleições de 2018 Serra não concorreu a nenhum cargo público, e no segundo turno das eleições para Presidente da República não sinalizou apoio a nenhum dos candidatos.

Feita a apresentação do sujeito, veremos quais são os principais sentidos discursivos dos 795 tuítes de José Serra, entre as eleições 2014 e 2018.

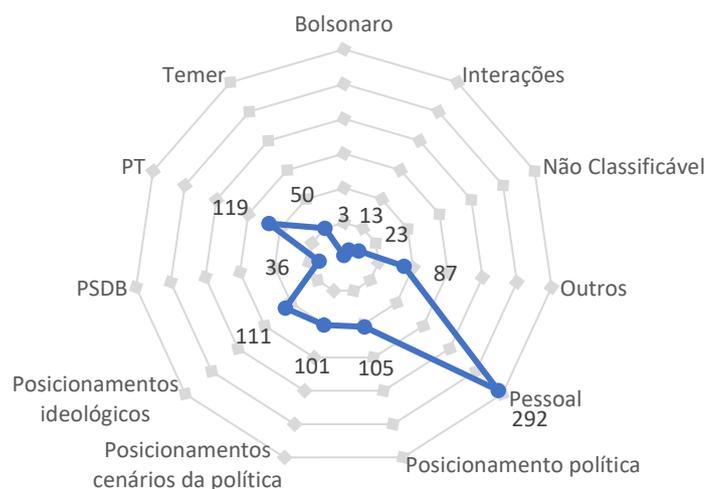
4.1.1.2. Principais nós e subnós em Serra

A dispersão dos principais nós presentes na conta de José Serra está representada no gráfico abaixo.

¹⁸ Singer (2018) mostra que Serra era o político do PSDB com maior proximidade ao PMDB durante esta articulação

¹⁹ Informações a respeito foram noticiadas em: <https://g1.globo.com/politica/operacao-lava-jato/noticia/delacao-da-odebrecht-envolve-24-senadores-veja-quem-sao-os-citados.ghtml>; <https://g1.globo.com/globonews/estudio-i/video/delator-relata-caixa-2-para-senador-jose-serra-do-psdb-na-campanha-a-presidencia-em-2002-5799544.ghtml>; <https://g1.globo.com/politica/noticia/ministra-do-stf-autoriza-inquerito-para-investigar-jose-serra-com-base-nas-delacoes-da-jbs.ghtml>.

Gráfico 1 - Principais nós Twitter Serra – 2014 até 2018 (n)



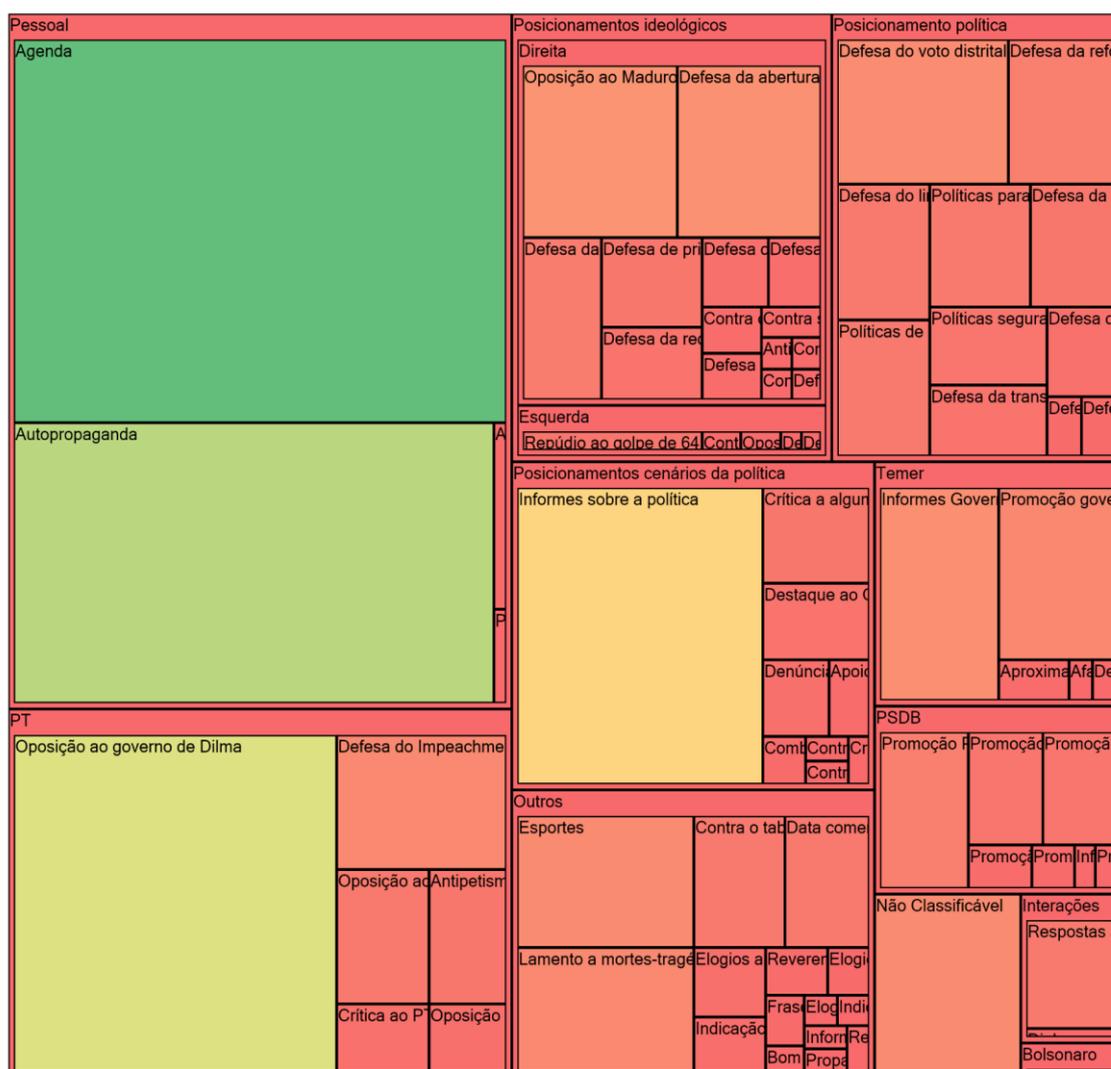
Fonte: Elaboração própria através do NVivo

O Gráfico 1 mostra que dos 795 tuítes analisados na conta de José Serra, 292 se encontram no grande nó *Pessoal*, 119 em *PT*, 111 em *Posicionamentos Ideológicos*, 105 em *Posicionamentos política*, 101 *Posicionamento cenários da política*, 86 em *Outros*, 50 em *Temer*, 36 em *PSDB*, 13 em *Interações* e por último, apenas 3 em *Bolsonaro*. Percebe-se que Serra focou sua atuação no *Twitter* em pontos pessoais, deixando questões políticas em segundo plano.

Agora, veremos como se deu a dispersão dos subnós codificados na conta de Serra, através de um mapa de árvore:

Gráfico 2 - Principais subnós Twitter Serra – 2014 até 2018

Nós comparados por número de referências de codificação



Fonte: Elaboração própria através do NVivo

Quanto maior o tamanho do quadrado, e mais esverdeado, maior o número de referências codificadas dentro dos subnós. Dito isso, o subnó com o maior número de codificações na conta de Serra foi *Agenda*, com 174 referências, seguido por *Autopropaganda* com 126, *Oposição ao governo de Dilma* com 106, *Informes sobre a política* com 72, *Oposição ao Maduro* com 29, *Defesa da abertura de mercado* com 27, *Informes Governo Temer* com 26, *Defesa do voto distrital* com 24, *Esportes* com 23, e 23 *Não Classificável*.²⁰

Como visto nos gráficos 1 e 2, o nó de maior destaque nos tuítes da conta de Serra, entre 2014 e 2018, foi *Pessoal*, sendo majoritariamente representado pelos subnós *Agenda* e *Autopropaganda*. Isto mostra que a atuação no *Twitter*

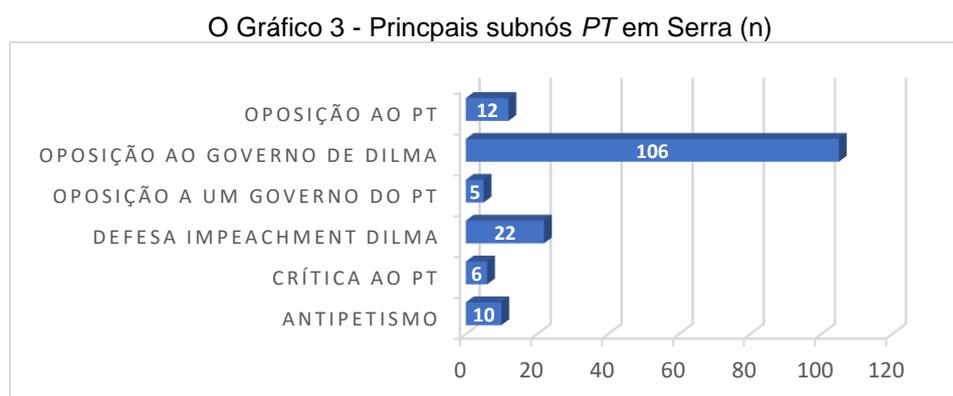
²⁰ Por motivos de espaço e clareza optamos por indicar apenas os 10 subnós com maior recorrência. Este critério foi adotado também nas contas dos outros sujeitos.

de Serra foi focada em divulgar a própria figura enquanto sujeito político, postando sua agenda como parlamentar e ministro, além de seus feitos na política – como aprovações dos seus projetos de lei, conquistas realizadas anteriormente enquanto ministro, governador e prefeito-. Porém, deixaremos para abordar brevemente estes dois sentidos discursivos apenas nas considerações sobre o perfil, visto que o discurso encontrado não possui muita relevância para os objetivos da pesquisa.

Os nós *PT*, *Posicionamentos ideológicos* e *Posicionamento política* também apresentaram um número alto de referências, revelando posicionamentos claros de Serra relacionados a sentidos em disputa na política. Estes nós serão tratados especificamente nas seções seguintes²¹, começando por *PT*.

4.1.1.3. *PT*

Os principais subnós em *PT* estão representados no gráfico abaixo:

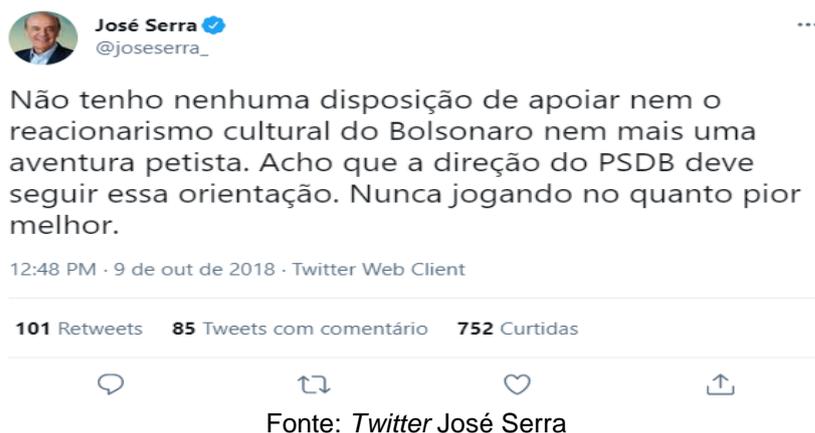


Fonte: Elaboração própria

O primeiro apontamento a se fazer é que todos os tuítes codificados em nós do *PT* carregam características antagônicas ao partido. Um segundo apontamento é que, das 118 postagens de Serra com relação ao Partido dos Trabalhadores, 97% aconteceram até o *impeachment* de Dilma. Depois que a petista deixou o Palácio do Planalto o senador tucano tuitou sobre o PT apenas após o resultado do primeiro turno das eleições de 2018. Como mostra o tuíte abaixo, Serra voltou a se manifestar sobre o PT apenas para dizer que não apoiaria no segundo turno das eleições presidenciais – assim como também não apoiaria Bolsonaro.

²¹ Optamos por não abordar o nó *Posicionamentos cenários da política* pelo fato dele não apresentar muita relevância para este trabalho, apesar do alto número de recorrências.

Imagem 1 – Tuíte José Serra



Esta concentração dos tuítes em *PT* durante o governo Dilma evidencia que o grande ponto antagônico do discurso de Serra era o governo petista. Foi constante o senador tuitar criticando medidas da presidenta, alegando que ela não tinha capacidade de governar e enfrentar os problemas do país por causa da incompetência do Partido dos Trabalhadores. Abaixo, alguns tuítes que ilustram estes posicionamentos de *Oposição ao governo de Dilma*.

Parece que a mensagem presidencial entregue hoje ao Congresso Nacional se refere a outro país, possivelmente do Hemisfério Norte. 02/02/2015.

Amanhã, 15 de março, será um dia histórico. Em todo o Brasil, gente nas ruas para manifestar sua indignação com o desgoverno federal. 14/03/2015.

O PIB cresceu praticamente zero em 2014. Não fico feliz, não sou do quanto pior melhor. Mas o lema do governo do PT é: quanto pior, pior. 27/03/2015.

O governo Dilma não consegue passar uma semana concentrado em resolver os problemas que já criou, pois se ocupa em criar novos. 01/04/2015.

Sabem o quê? A presidente Dilma tem uma atração fatal pelo erro. Não perde nenhuma oportunidade de errar. 08/10/2015.

Nada a comemorar neste 1º de Maio. Desemprego recorde e aumentando. Produção caindo, empresas fechando. Condições sociais de vida piorando. Brasil sem governo. Mas vamos juntar forças para reverter essa situação. Se não agora, quando? 01/05/2016.

Sobre a defesa do *impeachment* de Dilma, Serra não o pediu de maneira explícita em seu *Twitter*. As vezes que o fazia, era atrás de tuítes com *links* que direcionavam para artigos em jornais. As manifestações pela defesa do *impeachment* apareceram de maneira mais clara através das postagens

exaltando as manifestações que pediam a saída da Dilma e do PT do Governo Federal.

Amanhã, manifestações pacíficas em toda parte. Não há partidos nem sindicatos por trás. É gente indignada com o estado de coisas no Brasil. 14/03/2015

Alegria das pessoas ao me verem na manifestação. Muita gente protestando e mostrando sua insatisfação com o governo do PT. 16/08/2015.

Um último subnó que vale a pena destacar dentro de *PT* é *Antipetismo*, que representa os tuítes em que o antagonismo ao PT aparece de forma mais marcada. Este sentido mais agressivo não foi constante dentro dos pronunciamentos de Serra, contabilizando apenas 10 referências. Segue abaixo um exemplo de um tuíte nesse subnó.

O mensalão é um lanchinho de jardim infantil perto do banquete de corrupção do petrolão. 25/02/2015.

Para entender os elementos que deram sustentação ao discurso antagonístico ao *PT*, é importante observar que outros sentidos discursivos se articularam com esta categoria. No total, foram 20 subnós diferentes relacionados, e os três mais recorrentes foram: *Autopropaganda*, 6 vezes; *Denúncia de corrupção na Petrobrás*, 4 vezes; e *Promoção PSDB*, 4 vezes.

Além das relações entre *PT*, *Autopropaganda* e *Agenda* já vistas na subseção anterior, é possível observar que para embasar seu discurso de antagonismo ao PT, Serra articulou os casos de corrupção na Petrobrás, os feitos do PSDB e sentidos discursivos de direita.

Segundo o senador tucano, o governo do PT destruiu a Petrobrás com os casos de corrupção na estatal brasileira, conforme tuíte abaixo.

Quem está vendendo a Petrobras é o governo do PT. Quem destruiu a Petrobras - corrupção - foram eles. Eu só estou preocupado em salvá-la. 24/04/2015.

Sobre os dois sentidos envolvendo o PSDB, Serra buscou enfatizar feitos do partido para mostrar como o governo Dilma pecava em certos aspectos. O tuíte que mostraremos como exemplo destaca atuação do governo de FHC no setor de montadoras para criticar o mandato de Dilma no setor. Na ocasião, Serra ocupava o Ministério do Planejamento, então este tuíte também foi codificado em *Autopropaganda*.

Como ministro Planejamento do FHC, ajudei a trazer montadoras de veículos para o país. Hoje, vemos o setor em crise. 08/04/2015.

Vimos que *Oposição ao Maduro* apareceu entre os subnós que se articularam com o nó *PT*, mas é importante destacar que além deste sentido discursivo, houveram outros cinco subnós em *Posicionamento ideológico Direita* que serviram como elemento para o discurso antagônico ao PT. Além da subcategoria já citada, apareceram: *Contra sindicatos (2)*²² *Defesa da reforma previdenciária (2)*, *Defesa do liberalismo (1)*, *Defesa da redução de impostos (1)*, e *Defesa de PPP's (1)*. Apesar de cada sentido discursivo não apresentar um número alto de referências, o fato de Serra articular 10 vezes sentidos de direita para antagonizar ao *PT* nos traz elementos importantes da constituição de seu discurso. Ao comparar com a articulação que Serra fez entre *PT* e *Posicionamentos Ideológicos Esquerda*, veremos uma diferença substancial, pois Serra fez essa articulação apenas em uma ocasião, em um tuíte que o senador articula *Defesa dos direitos humanos* com *Oposição ao Maduro* e *Oposição ao governo Dilma*, criticando a atuação do governo brasileiro por não se posicionar contra a violação dos direitos humanos por parte do governo de Nicolás Maduro na Venezuela. Segue o tuíte abaixo:

O governo vem sendo cúmplice pela omissão da violação dos direitos humanos dos venezuelanos. O Brasil não é e nem será conivente com isso. 26/02/2015.

4.1.1.4. Posicionamentos Ideológicos

Analisaremos agora os subnós codificados dentro do nó *Posicionamento Ideológico*.

Gráfico 4 - Posicionamento ideológico em Serra (%)



Fonte: Elaboração própria. N=111

²² Os números em parênteses representam o número de recorrências codificadas.

O gráfico 4 mostra que dos 111 tuítes classificados em *Posicionamento Ideológico*, 87% estão classificados em *Direita* e 13% em *Esquerda*. Como podemos ver nestes dados, Serra possuiu, neste período, uma clara tendência à direita do espectro ideológico. Veremos a seguir os detalhes destes posicionamentos.

Gráfico 5 – Principais subnós *Posicionamento ideológico Direita* em Serra (n)



Fonte: Elaboração própria.

O governo de Nicolás Maduro foi um grande corte antagônico de José Serra, sendo recorrente principalmente nos tuítes em 2015 e 2016, quando Dilma ocupava a presidência, e durante seu período como chanceler no Itamaraty. Sob a ótica de Serra, o chavismo representa um regime autoritário na Venezuela, um governo que não respeita os princípios democráticos e os direitos humanos. As críticas de Serra aconteciam conforme a crise política e social na Venezuela se potencializava. Quando se tornara ministro do Governo Temer, o tucano trabalhou fortemente em encorajar a oposição local do presidente venezuelano e ajudar na crise humanitária que o país ultrapassava. Abaixo, quatro tuítes que exemplificam o discurso de Serra em *Oposição ao Maduro*. Dois se referem ao período antes do impeachment, e dois quando Serra era ministro.

O povo é reprimido nas ruas de forma violenta, deputados são cassados, líderes políticos perseguidos e até prefeitos são presos. 26/02/2015

Quero expressar aqui minha total solidariedade aos senadores e jornalistas agredidos pela armação da ditadura venezuelana. 16/06/2015

Recebi no Itamaraty o governador do Estado de Miranda, Henrique Capriles, líder de oposição ao governo venezuelano. 16/06/2015

Continuamos preocupados com a Venezuela, que vive sob um regime autoritário - um governo que mantém presos políticos não é uma democracia. 17/08/2016

Nas eleições de 2018 foi possível observar discursos conservadores e antagônicos ao Partido dos Trabalhadores alegando que um possível governo do PT transformaria o Brasil em uma Venezuela, realizando a articulação entre o antipetismo e o governo de Nicolás Maduro. Porém, é curioso notar que Serra, embora tenha utilizado a situação da Venezuela para criticar o mandato de Dilma, não adotou esta carga discursiva mais intensa. Nas vezes em que realizou a articulação PT-Maduro, Serra apenas criticou a omissão, e uma possível conivência, do governo Dilma no combate à crise venezuelana (a exemplo do tuite relatado na seção anterior, na parte que se menciona *Oposição ao Maduro*), sem tanta agressividade como foi visto no discurso de outros opositores ao PT.

A *Defesa da abertura de mercado* também apareceu como um elemento relevante na constituição do discurso de Serra. Neste caso, a grande maioria dos 27 tuitos dentro deste subnó tratam sobre a defesa que Serra fez pela retirada da obrigatoriedade da Petrobras na extração dos poços do pré-sal, com o objetivo de atrair investimentos internacionais. Em 2015, Serra apresentou o PLS 131/2015, que buscava estabelecer a participação mínima da Petrobras no consórcio de exploração do pré-sal e a obrigatoriedade de que ela seja responsável pela “condução e execução, direta ou indireta, de todas as atividades de exploração, avaliação, desenvolvimento, produção e desativação das instalações de exploração e produção” (BRASIL, 2016). O tucano alegava que esse projeto era fundamental para a retomada do crescimento da Petrobras, pois diminuiria a dívida da estatal e aumentaria a sua eficiência. Um dos principais fatores que motivou ele a lutar por esta pauta foi seu antagonismo ao governo Dilma, que segundo ele, teria desmoralizado a Petrobras. Como exemplos, um tuite enquanto este PL ainda estava em tramitação, e outro três anos depois, quando a medida já estava em vigor e a Petrobras acabara de realizar um leilão.

Hoje falei que o projeto será uma estratégia de recuperação da Petrobras, que passa pela sua maior crise da história. 17/06/2015.

Doze das maiores empresas petrolíferas no mundo participaram do leilão. Isso foi possível graças ao meu projeto, que retirou a

obrigatoriedade da Petrobras de participar de todos os consórcios, abrindo a exploração do pré-sal para os investimentos privados. 03/10/2018.

4.1.1.5. Posicionamentos Política

Veremos agora os principais sentidos discursivos dentro de *Posicionamento Política*:

Gráfico 6 – Principais subnós *Posicionamento Política* em Serra (n)



Fonte: Elaboração própria.

Os dois posicionamentos com maior presença dentro deste nó são referentes a pedidos de mudanças no sistema político brasileiro. O principal ponto do discurso de Serra sobre esse tema foi a *Defesa do voto distrital*, que além do próprio subnó, também serviu como elemento para as classificações no nó *Defesa da reforma política*. O tucano defende o voto distrital pois, segundo ele, aproxima os representantes dos representados e diminui os gastos no financiamento de campanhas eleitorais. Outras duas pautas que sustentaram o discurso pela reforma política na conta de Serra foram: extinção das Mesas Diretoras de todas as Casas Legislativas do país, mudanças rígidas para a participação nos debates eleitorais e Domicílio eleitoral. *Defesa do parlamentarismo* também apareceu como posicionamento de Serra referente a mudanças no sistema político brasileiro, ainda que em menor escala, mas interessante de se destacar, pois Serra classifica o sistema de presidencialismo como “um desastre”.

Ainda neste nó, destacaremos que saúde, segurança pública e saneamento básico foram áreas que Serra mostrou preocupação durante este

período de estudo. *Defesa da democracia* também apareceu, sendo um elemento de sustentação a *Defesa do voto distrital*, ao fim do sistema presidencialista, a *Oposição ao Maduro*, e as manifestações antagônicas a Dilma Rousseff.

4.1.1.6. Considerações gerais sobre a conta

Observou-se que a conta de José Serra passou por três momentos distintos, com a frequência de tuítes reduzindo conforme estes momentos eram atravessados. Estes três períodos estão divididos em: a) da vitória de Dilma em 2014 até o seu *impeachment*, em agosto de 2016; b) Serra como ministro das Relações Exteriores, de agosto de 2016 até fevereiro de 2017; c) Serra de volta ao senado, de fevereiro de 2017 até o fim das eleições 2018. De certa forma, estas etapas coincidem com os três momentos estabelecidos na nossa hipótese, mas veremos que apenas no período “a” o discurso vai ao encontro com o que especulamos.

Como vimos na seção 4.1.4, enquanto Dilma era presidente, Serra fazia muitas críticas ao seu governo. Articulando elementos como incompetência, corrupção, e crise econômica/política, o tucano fixou um antagonismo claro em torno do governo Dilma e ao PT. A defesa do *impeachment* não foi explícita, feita apenas de maneira esporádica, e de forma não tão direta. Quando Temer assumiu o governo, e Serra se tornou ministro das relações exteriores, a forma dos pronunciamentos mudou. A maioria dos seus pronunciamentos no *Twitter* passaram a ser relacionados ao governo Temer, dando informes, registrando sua agenda, e promovendo algumas das ações da nova presidência. Neste período, o antagonismo ao PT não existiu, pois Serra não realizou nenhum tuíte com relação ao partido que ocupava a presidência até agosto de 2016. Em fevereiro de 2017 Serra saiu da pasta e voltou ao senado. A partir de então a frequência das postagens reduziu drasticamente, chegando a ter intervalo de meses entre as postagens. Quando tuitava, era sobre sua agenda, seus feitos na política, ou divulgação de artigos em jornais. A frequência de tuites só voltou a crescer durante a campanha eleitoral, porém, é curioso notar que Serra em nenhum momento promoveu a candidatura de Geraldo Alckmin para a Presidência da República. Sobre as eleições, no primeiro turno só se manifestou para lamentar a facada da qual Jair Bolsonaro foi vítima. Já no segundo turno, o

senador criticou o ambiente hostil que havia se instaurado no Brasil, e alegou que não apoiaria nenhum dos dois candidatos.

Enquanto esteve ativo na rede social, os tuítes em *Agenda e Autopropaganda* foram costumeiros durante o período dos quatro anos investigados, seja quando Dilma era presidente, seja quando era ministro de Michel Temer, seja quando voltara a exercer o mandato de senador. Serra tuitou de maneira contínua sobre o seu dia a dia enquanto político, enaltecendo seus feitos na vida pública. *Agenda* é um subnó que não dá muita margem para a articulação com outros sentidos discursivos, pois os tuítes, na maioria dos casos, são formais e possuem o intuito de prestar contas à população sobre o dia a dia como político. Uma parte relevante dos tuítes neste subnó foi quando o tucano ocupou o Ministério das Relações Exteriores no governo Temer. Em *Autopropaganda*, a maioria dos tuítes está ligada a projetos e conquistas de Serra. Destacamos aqui o seu projeto de lei que revoga a obrigatoriedade da Petrobrás em estar presente em todos os poços do pré-sal, o seu projeto que busca implementar o voto distrital no Brasil, e os governos do PSDB dos quais fez parte, em especial, o mandato de FHC como Presidente da República.

É interessante observar que nós relevantes para a disputa partidária como *Temer*, *PSDB* e *Bolsonaro* não apresentaram um número expressivo de tuítes na conta de Serra. Veremos, de maneira breve, alguns pontos importantes que encontramos em nossa análise sobre esses três nós.

O nó *Temer* teve 50 codificações, com destaque aos subnós *Informes Governo Temer*, categorizado em 26 ocasiões, e *Promoção Governo Temer*, aparecendo 21 vezes. Como os nomes já indicam, os tuítes dentro de *Temer* foram feitos para basicamente informar e elogiar as ações do governo o qual Serra era ministro. Não foi possível identificar um discurso antagônico dentro destes tuítes. Houveram ainda 3 tuítes codificados em *Aproximação PMDB-Temer*, que mostram a disposição que Serra tinha, antes do impeachment da Dilma se concretizar, em fazer parte do governo do PMDB. Em um destes três tuítes Serra alega que “[...] seria bizarro o PSDB ajudar a fazer o impeachment de Dilma e depois, por questiúnculas e cálculos mesquinhos, lavar as mãos, e fugir a suas responsabilidades com o país” (23/04/2016). Um último ponto em *Temer* é o subnó *Afastamento PMDB-Temer*, codificado apenas uma vez, quando Serra informou que estava deixando a pasta das relações exteriores, em fevereiro de 2017.

Em *PSDB*, houveram 36 codificações, e o subnó mais recorrente, com 15 classificações, foi *Promoção PSDB*. Nestes tuítes promovendo o próprio partido, Serra exaltou eventos organizados pela sigla, e governos que os tucanos participaram. Em especial, destaca-se a convenção nacional do partido, ocorrida em abril de 2015, que carregava slogan #OposiçãoAFavordoBrasil, fazendo alusão à oposição firme que os peessedebistas realizaram ao governo de Dilma, e a presidência de Fernando Henrique Cardoso, lembrada por Serra em 9 oportunidades, na maioria dos casos com o intuito de comparar ao governo de Dilma e antagonizar ao PT.

Com relação a *Bolsonaro*, foram apenas 3 tuítes. Um lamentando a facada sofrida por Jair Bolsonaro durante a campanha eleitoral, como já comentado anteriormente, e outros dois depois do resultado do primeiro turno, afirmando que não apoiaria nem o candidato do PSL, nem Fernando Haddad do PT. Serra disse que não apoiaria o reacionarismo cultural de Bolsonaro, e que a população tinha mandado o PSDB para a oposição, não cabendo aos tucanos fazer propostas e ofertas para as duas chapas mais votadas.

Ao observarmos os pronunciamentos no *Twitter* de Serra durante este período entre eleições 2014 e 2018, foi possível observar que a identidade política de Serra se deu através de uma construção discursiva que articula elementos a direita do espectro ideológico, e um antagonismo centrado no governo de Dilma. Estes pontos nodais são: a demanda pela maior abertura da economia brasileira para o mercado estrangeiro – manifestadas no seu projeto de retirada de obrigatoriedade da Petrobras e na sua atuação enquanto Ministro do Governo Temer, e a oposição ao governo de Maduro – manifestadas nas suas inúmeras críticas ao governo venezuelano e na sua atuação enquanto Ministro das Relações Exteriores. O antagonismo ao governo Dilma se deu nas críticas já mencionadas à gestão petista que acabaram por influenciar estas práticas de Serra enquanto senador e ministro.

4.1.2. Aécio Neves

4.1.2.1. Apresentação do sujeito

Aécio Neves nasceu dia 10 de março de 1960, em Belo Horizonte/MG, em meio a uma família de políticos. Seu pai, Aécio Ferreira da Cunha, foi deputado estadual e federal por Minas Gerais. Seu avô paterno, Tristão Ferreira da Cunha, também foi deputado estadual pelo mesmo estado. Seu avô materno, Tancredo Neves, foi deputado estadual, deputado federal, primeiro-ministro,

senador, governador de Minas Gerais, e eleito indiretamente Presidente da República, em 1985, não assumindo devido ao seu falecimento três meses depois de sua eleição.

Aécio estudou economia na Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais, formando-se em 1984. Um ano antes, se tornou secretário particular de Tancredo Neves no governo do estado de Minas Gerais. Em 1985, após a morte de seu avô, foi nomeado diretor da Caixa Econômica Federal e presidente da Comissão do Ano Internacional da Juventude (AECIONEVES, 2021).

Aos 26 anos, em 1987, Aécio se tornou deputado federal pelo PMDB. Neste mandato, participou da reformulação da Constituinte Brasileira, apresentando 46 emendas, com destaque a que deu o direito ao voto para os jovens entre 16 e 18 anos de idade. Em 1988 filiou-se ao PSDB assim que o partido foi criado. Pelos tucanos se elegeu deputado federal três vezes, em 1990, 1994 e 1998. No Congresso Nacional, foi presidente Câmara dos Deputados no biênio 2001-2002 (AECIONEVES, 2021).

Concorreu ao governo do estado de Minas Gerais, em 2002, e se elegeu com 60% dos votos válidos. Quatro anos depois, foi reeleito no primeiro turno com 77% dos votos. Ao final de seu mandato, em 2010, teve 92% de aprovação segundo pesquisa da Vox Populi/Fiemg, e reelegeu seu sucessor para o governo de Minas, Antônio Anastasia (AECIONEVES, 2021).

Em 2010 voltou ao Congresso Nacional, desta vez para o cargo de senador da república, sendo o político mais votado de Minas Gerais. Neste mandato de oito anos, Aécio se tornou presidente nacional do PSDB, em 2013, e concorreu à Presidência da República, em 2014, quando perdeu para Dilma Rousseff, do PT, no segundo turno.

Depois de perder as eleições para Presidente da República, Aécio Neves fez oposição ferrenha ao governo de Dilma. Logo após as eleições, o PSDB, presidido pelo mineiro, pediu ao TSE uma auditoria para verificar a lisura das eleições. Em 2015, Aécio foi reeleito presidente nacional do PSDB, e liderou a oposição durante o governo petista. Defendeu a instalação da CPI da Petrobrás, liderou manifestações contra o Governo Federal, e defendeu o processo de *impeachment* que se concretizou em 2016.

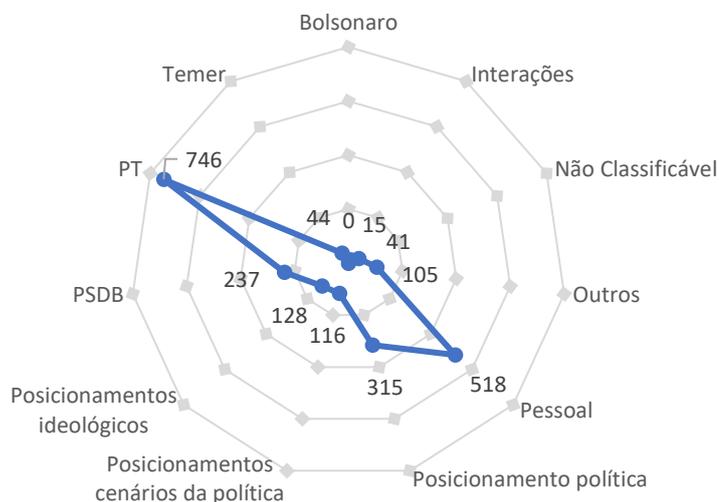
A partir de 2015, Aécio começou a sofrer uma escalada de acusações de corrupção, que tiveram impacto na diminuição do capital político do mineiro. Na Operação Lava Jato, foi acusado nas delações premiadas de Carlos Alexandre e Delcídio Amaral. Um executivo da construtora Odebrecht também o acusou de montar um esquema de propina quando ainda era governador de Minas Gerais. Em 2017, através da Operação Patmos, Aécio se tornou réu pelos crimes de obstrução de justiça e corrupção passiva, e sua irmã foi presa por estar envolvida no esquema. O então senador foi gravado pedindo dinheiro aos empresários Joesley e Wesley Batista, da empresa JBS, para pagar sua defesa na Lava Jato. Por causa destas situações Aécio foi afastado do senado e da presidência do PSDB. Em 2018 iria concorrer à reeleição no senado, mas dadas as circunstâncias, acabou optando por concorrer ao cargo de deputado federal, se elegendo com 106.702 votos válidos (BRASIL, 2021).

Vista esta apresentação geral, veremos quais são os resultados do processo de codificação dos tuítes de Aécio entre as eleições 2014 e 2018.

4.1.2.2. Principais nós e subnós em Aécio

Os principais nós codificados na conta do *Twitter* de Aécio Neves estão representados no gráfico abaixo.

Gráfico 7 - Principais nós Twitter Aécio – 2014 até 2018 (n)



Fonte: Elaboração própria.

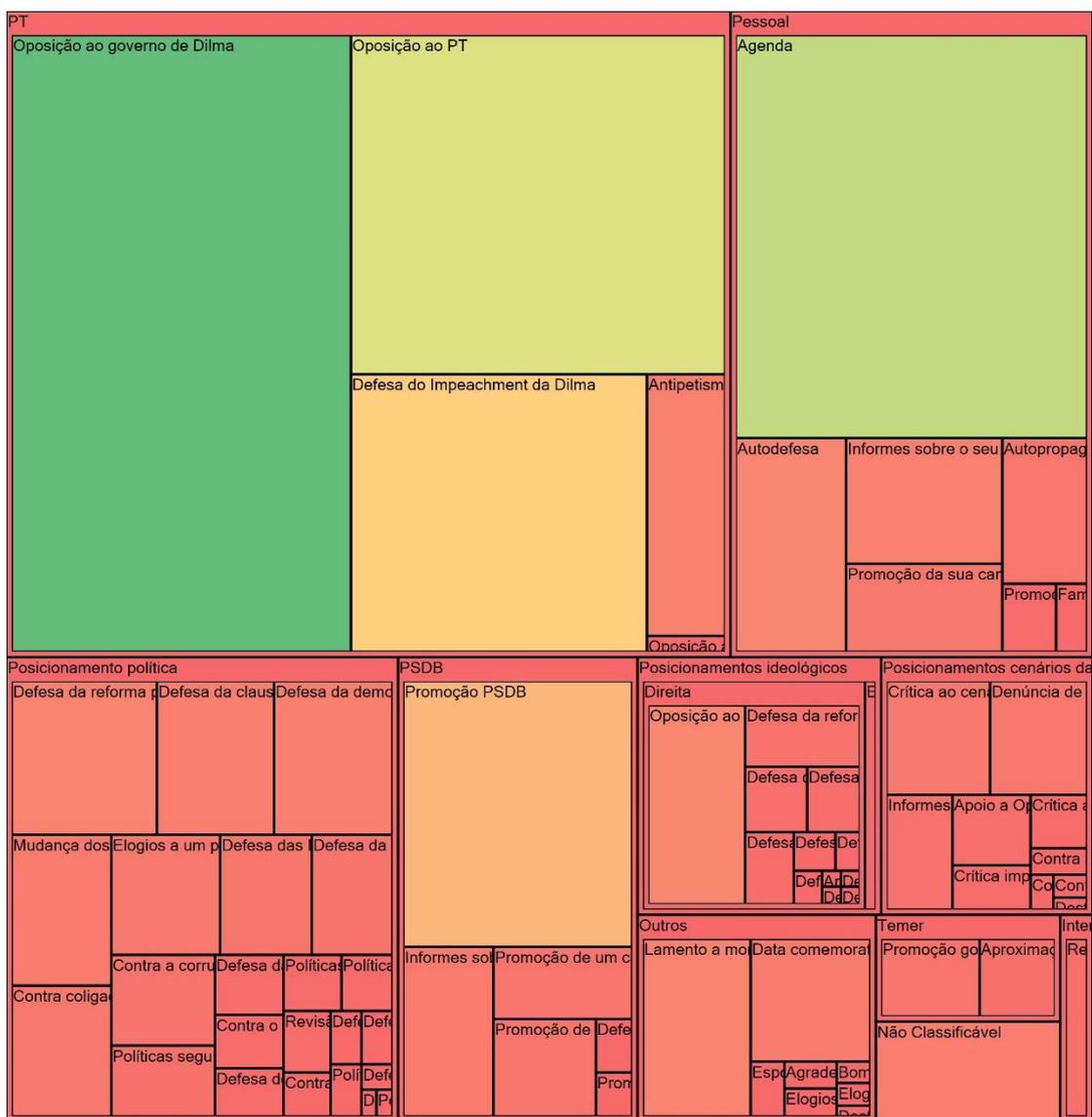
O Gráfico 7 mostra que dos 1885 tuítes na conta de Aécio Neves, entre eleições 2014 e 2018, 746 foram codificados em *PT*, 518 em *Pessoal*, 315 em *Posicionamento Política*, 237 em *PSDB*, 128 em *Posicionamentos ideológicos*, 116 em *Posicionamentos cenários da política*, 105 em *Outros*, 44 em *Temer*, 41

em *Não Classificável*, 15 em *Interações* e 0 em *Bolsonaro*. Percebe-se uma predominância de tuites direcionados ao Partido dos Trabalhadores, assim como assuntos com relação a sua pessoa.

No gráfico em árvore a seguir, veremos como se deu a dispersão dos nós secundários na conta de Aécio.

Gráfico 8 - Principais subnós Twitter Aécio – 2014 até 2018

Nós comparados por número de referências de codificação



Fonte: Elaboração própria.

O Gráfico 8 indica que os subnós com maior número de recorrências na conta do *Twitter* de Aécio Neves foram: *Oposição ao governo de Dilma*, com 497 codificações; *Agenda*, com 341; *Oposição ao PT*, com 300; *Defesa do impeachment de Dilma*, com 195; *Promoção PSDB*, com 151; *Oposição ao*

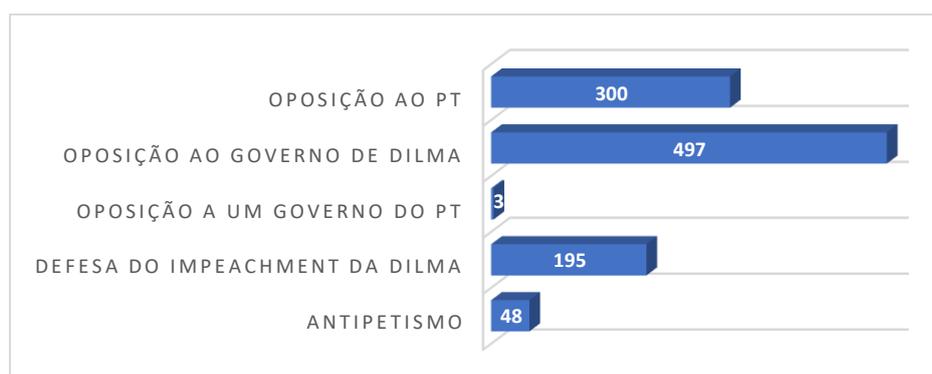
Maduro, com 61; *Autodefesa*, com 57; *Defesa da reforma política*, com 54; *Lamento a mortes-tragédias*, com 52; *Antipetismo*, com 48.

Ao observarmos os gráficos 9 e 10, podemos perceber uma ampla predominância de nós e subnós que nos indicam que o discurso de Aécio Neves em sua conta do *Twitter* esteve centrado no antagonismo ao PT, tendo no governo Dilma o principal ponto nodal. Nas próximas subções também analisaremos os nós *Posicionamento Política* e *PSDB*, importantes dentro da construção do discurso de Aécio. Optamos por não abordar detalhadamente o nó *Pessoal* por não identificarmos uma relevância necessária para a construção discursiva do presidenciável de 2014.

4.1.2.3. PT

Segue abaixo, a dispersão dos nós secundários classificados dentro de *PT*.

Gráfico 9 - Principais subnós *PT* em Aécio (n)

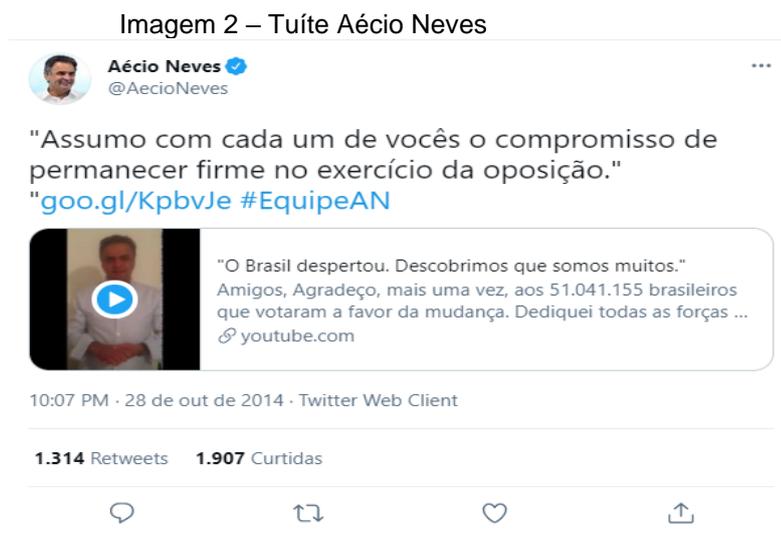


Fonte: Elaboração própria.

Assim como na conta de Serra, todos os sentidos encontrados na conta de Aécio referentes ao Partido dos Trabalhadores seguem uma lógica de antagonismo, porém, destaca-se no perfil do mineiro a intensidade com que estes nós secundários foram mobilizados, ocupando a maior parte das codificações.

Oposição ao governo de Dilma, como mostra o gráfico 11, foi o subnó mais recorrente. A partir do momento em que Aécio perde a disputa pela Presidência da República em 2014, o trabalho em combater o governo petista passou a ser incansável. Praticamente todas as suas ações como senador foram destinadas ao exercício de oposição, criticando as medidas e ações que o Governo Federal tomara. Logo após o resultado das urnas, Aécio sinalizou que

faria oposição firme ao governo recém eleito, como indica o tuíte do dia 28 de outubro de 2014, e isto de fato aconteceu.



Além de *Oposição ao PT*, *Defesa do impeachment de Dilma* e *Antipetismo*, Aécio articulou sua *Oposição ao governo Dilma* com outros 26 sentidos discursivos. Entre os principais estão *Promoção PSDB*, mobilizado 22 vezes, em situações que Aécio exaltava o próprio partido e destacara o papel que os tucanos estavam tendo enquanto oposição ao Governo Federal; *Crítica ao cenário de eleições*, mobilizado 22 vezes, em situações que o mineiro afirmou que o PT havia cometido estelionato eleitoral, criticando a forma da campanha de Dilma, que segundo ele, mentiu e utilizou a máquina pública para se beneficiar; *Defesa da democracia*, articulado 21 vezes, em situações que Aécio dizia defender a democracia e suas instituições contra o governo de Dilma; *Denúncia de corrupção na Petrobrás*, articulado em 19 oportunidades, através de denúncias de corrupção na estatal Petrobrás envolvendo o Governo Federal; *Oposição ao Maduro*, mobilizado 17 vezes, em situações que Aécio criticou a omissão de Dilma no combate à violação dos direitos humanos que Nicolás Maduro realizara na Venezuela; *Contra a corrupção*, articulado em 15 situações, em tuítes acusando o Governo Federal de cometer corrupção; e *Agenda*, aparecendo 15 vezes, quando a agenda de Aécio era direcionada para eventos/situações que destacavam o exercício de oposição ao governo da Dilma. Abaixo, tuítes que representam estas articulações.

Oposição não é dizer não a tudo. É lutar para defender um país. Assista ao programa nacional do PSDB. #EquipeAN. 19/05/2015.

O Brasil sabe que a presidente da República se elegeu mentindo aos brasileiros. Infelizmente, a mentira continua. #EquipeAN. 15/10/2015.

Esse despertar do Brasil é definitivo. Demonstra o amadurecimento da democracia no Brasil" <http://goo.gl/igWSN3> #EquipeAN". 18/08/2015.

A presidente da República parece não ter noção da gravidade da situação da Petrobras" <http://goo.gl/7KWxCC> #EquipeAN". 25/02/2015.

Aécio critica a omissão do governo brasileiro frente ao autoritarismo na Venezuela e confirma viagem. <https://goo.gl/eEzVko> #EquipeAN. 16/06/2015.

Espero que os brasileiros demonstrem no dia 13 sua indignação com o que vem acontecendo no Brasil, com a corrupção e o desemprego. 04/03/2016.

Estivemos reunidos com representantes dos movimentos sociais que organizam as manifestações marcadas para 13/03. 01/03/2016.

As codificações em *Oposição ao PT* estiveram atreladas ao subnó *Oposição ao governo de Dilma*. Além de combater o governo federal eleito em 2014, o Partido dos Trabalhadores também foi um ponto antagônico importante no discurso de Aécio. Em algumas situações, o mineiro se identificou como o principal rival que os petistas tinham dentro da política. Os elementos mobilizados por Aécio neste discurso de oposição eram no sentido de que o PT havia sido o principal culpado pela crise econômica, social, e política que o país estava ultrapassando, devido a maneira com que o Brasil foi governado por Lula e Dilma. Abaixo, exemplos de tuítes que exemplificam o que foi dito.

O partido que insiste na divisão dos brasileiros põe-se agora na condição de vítima. 24/02/2016.

Não permitiremos que o PT constranja as instituições de Estado." <https://goo.gl/tn5id4> #EquipeAN. 08/07/2015.

O populismo e o compromisso cego com um projeto de poder causaram enormes danos ao país. 22/02/2017.

Os sentidos mais articulados com *Oposição ao PT* foram *Promoção PSDB* (29), *Crítica ao cenário de eleições* (22) *Denúncia de corrupção na Petrobrás* (18), *Contra corrupção* (15) e *Defesa da democracia* (15). Estas correlações coincidem com o que foi apresentado em *Oposição ao Governo de Dilma*.

Aécio fez defesa firme do *impeachment* de Dilma assim que mecanismos jurídicos para que a presidenta pudesse ser deposta foram encontrados. Antes disso, como já vimos, o tucano realizara oposição firme ao governo, e quando

se pedia a saída da petista do Palácio do Planalto, solicitava-se a renúncia, pois o *impeachment* necessitava de cautela e embasamento jurídico. Quando o pedido de *impeachment* se concretizou, os pronunciamentos se sustentavam na insatisfação da população manifestada nos atos que aconteciam pelo Brasil, nas acusações sobre governo ter descumprido a Lei de Responsabilidade Fiscal e a Lei Orçamentária, e na maneira incompetente que Dilma governou, permitindo escândalos de corrupção e piorando a economia. Abaixo exemplos destas codificações.

A presidente Dilma não tem mais condições de governar o Brasil. Vamos juntos rápido para o impeachment. 16/03/2016

O Brasil não está prestes a sofrer um golpe. O Brasil está cumprindo a Constituição. 23/03/2016.

A presidente sabia das pedaladas fiscais, questioneei durante os debates. O crime de responsabilidade foi cometido. 06/04/2016.

A presidente, descumprindo a Lei de Responsabilidade Fiscal e a lei orçamentaria, cometeu crime de responsabilidade. 11/05/2016.

Hoje o Brasil escreve uma página decisiva na sua história, devido à arrogância de um governo que achou que poderia se colocar acima das leis. 31/08/2016.

Os principais nós secundários que se articularam com *Defesa do impeachment de Dilma* nesta conta foram *Defesa da Constituição* (15), *Defesa da democracia* (10) e *Promoção PSDB* (8). Aécio exaltou a necessidade de realizar o *impeachment* para respeitar a constituição e a democracia, pois, os crimes que Dilma cometera não poderiam passar impunes. Logo quando o *impeachment* foi concretizado, Aécio tuitou reafirmando estas posições com as seguintes palavras: “Venceu a democracia, venceu a Constituição, venceu o Brasil!”. Os oito tuítes de *Promoção PSDB* foram enfatizando o papel que os tucanos estavam tendo em trabalhar pelo processo *impeachment* dentro do Congresso Nacional.

As 48 codificações em *Antipetismo* retratam posicionamentos de Aécio com tons pejorativos/agressivos ao PT, chamando de partido populista²³, mentiroso, corrupto, e que flerta com vieses autoritários. Comparado aos outros

²³ Existe um amplo debate em torno do termo “populismo” que não trata o conceito sobre uma perspectiva valorativa. Neste caso específico, Aécio utiliza da maneira com que o populismo é tido no senso comum, um sinônimo de governos demagogos e irresponsáveis.

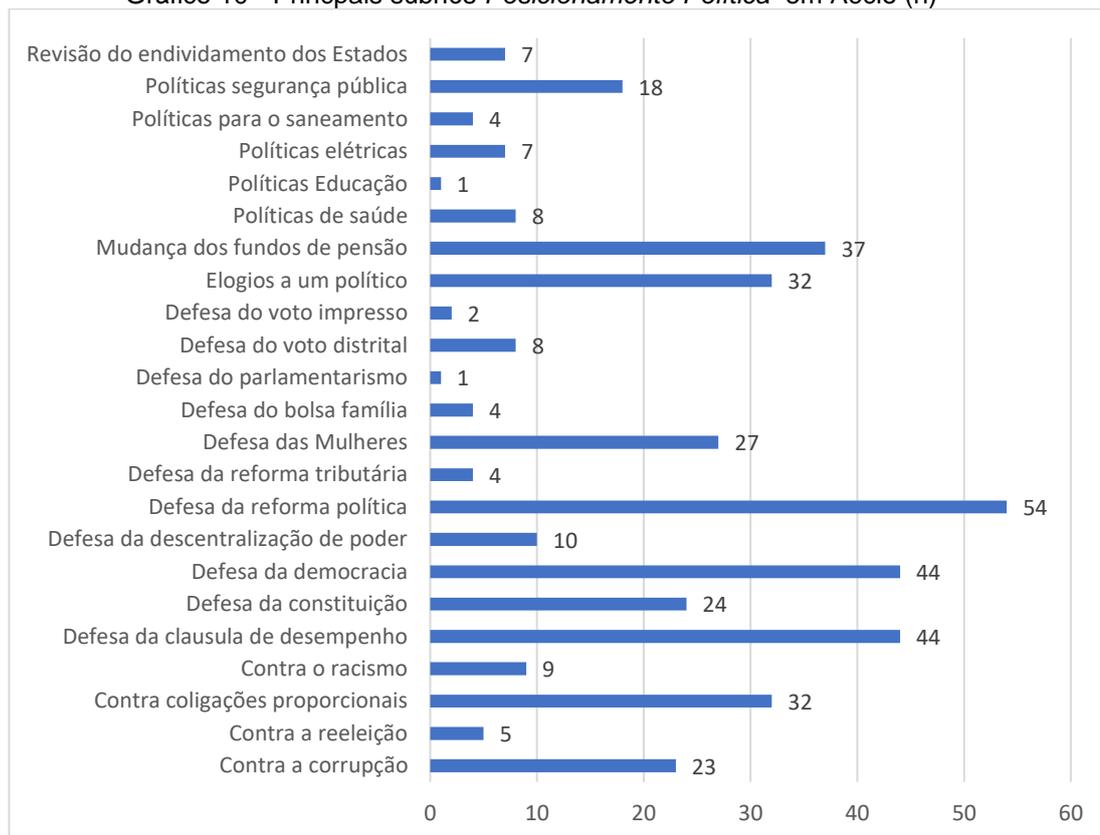
subnós em *PT*, este sentido não foi tão recorrente, porém, ainda assim esteve entre os 10 nós secundários mais frequentes na conta de Aécio. Abaixo, um exemplo de codificação neste sentido.

Triste o papel que o PT faz. O partido da mentira durante a campanha eleitoral, hoje se inspira nos exemplos do regime autoritário EquipeAN.
03/12/2014

4.1.2.4. Posicionamentos Política

Veremos agora as codificações dentro do nó *Posicionamento Política*.

Gráfico 10 - Principais subnós *Posicionamento Política* em Aécio (n)



Fonte: Elaboração própria.

Assim como na conta de Serra, percebe-se um grande destaque a medidas que visam mudar legislações no sistema político brasileiro. O nó secundário *Defesa da reforma política* (54) foi o mais recorrente, em tuítes que Aécio lutou por mudanças no sistema político brasileiro, principalmente através da PEC 36/2016, de sua autoria, que visa estabelecer a clausula de desempenho em eleições e o fim das coligações proporcionais. Estas duas medidas também estão manifestadas em subnós com alta recorrência, como podemos ver no Gráfico 13. Aécio defendeu a necessidade da aprovação desta PEC pois, segundo ele, o sistema partidário brasileiro necessitava de uma reorganização que aumentasse representatividade e a transparência dos partidos com a

população. Além destes dos sentidos já citados, houveram outros pedidos de mudança no sistema político brasileiro, ainda que em menor escala, como *Defesa do voto distrital* (8), *Contra a reeleição* (5), *Defesa do voto impresso* (2) e *Defesa do parlamentarismo* (1).

Defesa da democracia (44) também foi importante dentro dos pronunciamentos em *Posicionamento Política*, pois serviu como elemento antagônico constituidor de outros sentidos discursivo. Aécio fez uso deste subnó para, principalmente, realizar oposição ao governo de Dilma Rousseff. As convocações para as manifestações de 2015 e 2016, contra o Governo Federal, eram realizadas com falas como “respeito à democracia”, “manifestação da democracia”, “essência da democracia”. Para o tucano, oposição firme que o PSDB realizara, era sinal de que a democracia no Brasil estava amadurecendo, pois os cidadãos estavam tomando ciência das coisas ruins do governo petista. O tuíte abaixo retrata isto:

Esse despertar do Brasil é definitivo. Demonstra o amadurecimento da democracia no Brasil #EquipeAN. 18/08/2015.

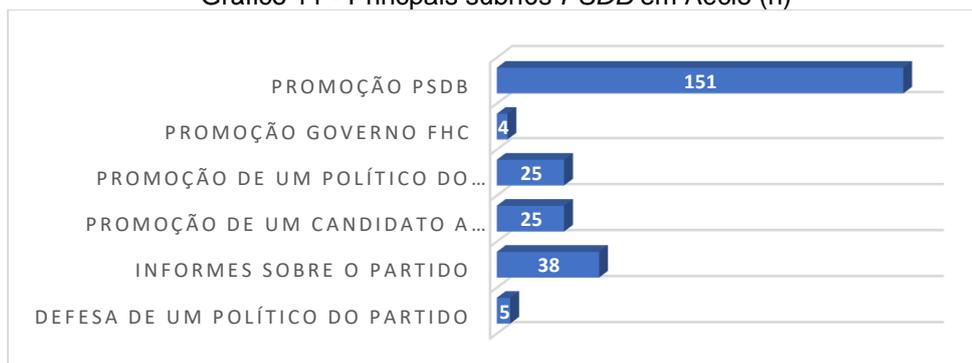
Além de sustentar a oposição à Dilma, *Defesa da democracia* também foi mobilizado em tuítes que Aécio realizara oposição ao governo de Maduro na Venezuela, que, segundo o tucano, não respeitava os limites da democracia e violava os direitos humanos.

O Gráfico 10 ainda indica que houveram outros subnós com alto número de recorrências dentro de *Posicionamento política*, porém, destacaremos apenas *Defesa da Constituição* (24) e *Contra a corrupção* (23), onde ambos foram mobilizados como elementos para sustentar a oposição ao governo de Dilma Rousseff.

Vamos agora para os subnós presentes em *PSDB*.

4.1.2.5. *PSDB*

Gráfico 11 - Principais subnós *PSDB* em Aécio (n)



Fonte: Elaboração própria

Aécio, enquanto presidente nacional do PSDB, foi importante na promoção do seu partido durante o partido de estudo, exaltando atitudes, feitos, conquistas, eventos e políticos da agremiação. Logo após as eleições de 2014, Aécio destacara o PSDB como a principal sigla de oposição ao Governo Federal, e a força que os tucanos tinham com a população brasileira. Enquanto perdurou o segundo mandato de Dilma, os tucanos criaram o slogan #OposiçãoAFavordoBrasil, afim de divulgar eventos e programas do partido, e este slogan esteve presente nos tuites de Aécio. Esta promoção do PSDB enquanto oposição está manifestada em grande parte das 60 vezes que *Promoção PSDB* se articulou com nós em *PT*. Vejamos alguns exemplos abaixo:

O Brasil sabe que pode contar com o PSDB”, afirma Aécio Neves em programa de rádio e TV. #EquipeAN. 28/09/2015;

Aécio, presidente nacional do PSDB, e os tucanos presentes, ressaltaram que o PSDB fará uma oposição ética, atenta e vigorosa. #EquipeAN. 14/11/2014.

O PSDB está fazendo o que a população espera e iremos apresentar propostas, uma agenda para tirar o Brasil da crise. 25/04/2016.

Enquanto Dilma ainda era presidente, Aécio também destacava o papel que o PSDB estava tendo em buscar mecanismos para sair da crise e construir um novo projeto de país, que podia ser manifestado em um possível governo Temer. Foi comum ver Aécio tuitar enfatizando a responsabilidade dos tucanos com Brasil, exaltando a necessidades das reformas para o crescimento do país, a fim de justificar a aproximação com outros partidos, em especial o PMDB.

Sobre a responsabilidade do PSDB com o Brasil, Aécio disse que o partido quer ajudar o país a sair do abismo em que se encontra. 08/07/2016.

O PSDB tem o compromisso com a transformação de valores, com a meritocracia e com uma nova e ousada agenda que reanime a economia brasileira. 28/04/2016.

O apoio que damos ao governo Temer se dá em torno das reformas, agenda que foi apresentada pelo próprio PSDB. 24/08/2017.

Um último ponto que destacaremos em *Promoção PSDB* dentro da conta de Aécio é o otimismo do tucano com o desempenho do PSDB nas eleições municipais de 2016. Após este pleito, Aécio fez uma série de postagens enfatizando as vitórias e o crescimento que o partido tivera, criando um clima de otimismo para o futuro da sigla. Neste contexto, o mineiro também antagonizou com o PT para aumentar a virtude do PSDB. Seguem dois exemplos abaixo.

O PSDB teve nas eleições municipais a mais extraordinária vitória de toda sua história e administrará 34 milhões de brasileiros. 31/10/2016.

A vitória do PSDB foi tão contundente quanto a derrota do PT. Não há nada mais impopular do que 12 milhões de desempregados. 03/10/2016.

Os tuítes codificados em *Informes sobre o partido* dizem respeito à informes que Aécio Neves, na condição de presidente nacional do PSDB, dava sobre atitudes que o partido iria tomar. *Promoção de um candidato a prefeito nas eleições 2016* se enquadrou os tuítes em que Aécio manifestou apoio a algum candidato nas eleições municipais de 2016. Em *Promoção de um político do partido* classificaram-se as publicações em que Aécio fez elogios públicos a algum membro do PSDB.

4.1.2.6. Considerações gerais sobre a conta

Ao fazer um balanço geral sobre o *Twitter* de Aécio Neves neste período que foi investigado, percebeu-se que a conta também passou por três momentos distintos. O primeiro é: a) Dilma Rousseff no Governo Federal. Neste momento, Aécio fez oposição ferrenha ao governo Dilma e ao Partido dos Trabalhadores. Praticamente todos os tuítes eram destinados a, de alguma forma, criticar o governo, deslegitimar suas medidas e acusar casos de corrupção que envolvessem o PT. Criticou bastante o cenário das eleições de 2014, afirmando que os petistas cometeram estelionato eleitoral, omitindo informações e divulgando muitas mentiras. Quando se encontrou um dispositivo jurídico que constitucionalmente viabilizasse a queda de Dilma, Aécio começou a defender o *impeachment*. Antes tinha muita cautela em defender a saída da presidenta, preferindo a renúncia pois, segundo ele, a petista não tinha mais condições de governar o país. O segundo momento é: b) o pós-queda de Dilma. Neste período, as postagens foram mais relacionadas a sua agenda, alguns informes sobre a política e sobre o seu mandato. A oposição ao PT continuou, com afirmações de que o partido afundou o Brasil em uma enorme crise. Também houveram tuítes, ainda que timidamente, de promoção ao governo Temer, através de elogios ao fato de a economia estar se recuperando. Ainda neste período, Aécio defendeu as reformas trabalhista, política e previdenciária, que, segundo ele, eram necessárias para a retomada do crescimento do país. O terceiro e último momento da conta de Aécio foi de: c) omissão. Depois que os casos de corrupção que o envolviam vieram à tona, houve uma série de tuítes em

Autodefesa na tentativa de limpar a sua imagem. Depois disso, o tucano praticamente abandonou a rede social, chegando a ficar 7 meses sem realizar uma postagem sequer. Quando voltou, foi para fazer campanha para a sua candidatura a deputado federal em 2018, e de maneira bastante tímida, com tuítes protocolares e esporádicos. Não houveram manifestações sobre as eleições para Presidente da República em 2018. Não promoveu o candidato do seu partido, Geraldo Alckmin, e tão pouco se posicionou no segundo turno. O nó *Bolsonaro*, importante neste contexto, não teve uma codificação sequer.

Considera-se importante comentar as manifestações de Aécio com relação ao governo Temer, dada a relação que o PSDB teve com o processo de *impeachment*. Como vimos na dispersão dos nós, foram 44 tuítes referentes ao ex-presidente peemedebista, 25 em *Promoção governo Temer* e 19 em *Aproximação PMDB-Temer*. Os tuítes neste segundo nó secundário foram antes do afastamento de Dilma se concretizar, em um cenário que os tucanos sinalizavam apoio ao PMDB no novo governo. Aécio destacou em seu *Twitter* que o apoio dos tucanos não se daria através de cargos, mas se Temer apresentasse uma agenda de reformas consideradas essenciais para o fortalecimento da economia brasileira. Já em *Promoção governo Temer* foram codificadas 25 postagens, as quais Aécio elogiou atitudes do novo Governo Federal, em especial às reformas propostas.

Destacaremos por último os 128 tuítes em *Posicionamentos Ideológico*, onde 95% estão inseridos no espectro da direita. Foram 61 tuítes codificados em *Oposição ao Maduro*, 22 em *Defesa da reforma previdenciária*, 13 em *Defesa da PEC dos gastos*, 11 em *Defesa da redução do Estado*, 11 em *Defesa da meritocracia*, 5 em *Defesa de PPP's*, 3 em *Defesa da reforma trabalhista*, 3 em *Defesa da abertura de mercado*, 1 em *Anti Cuba*, 1 em *Defesa da redução da maioria penal*, 1 em *Defesa de privatizações* e 1 em *Defesa do agronegócio*. Estes resultados nos mostram aonde e para quem Aécio Neves atuou na política neste período, especialmente ao observarmos as pautas presentes dentro do governo Temer, como a PEC dos gastos, reforma trabalhista e previdenciária. O combate ao governo venezuelano de Nicolás Maduro também foi recorrente nos pronunciamentos de Aécio, mas é interessante notar que esse sentido discursivo não foi, na maioria das vezes, utilizado como suporte no antagonismo ao PT. Quando o fez, foi apenas para criticar a omissão do governo Dilma no combate à crise venezuelana.

Portanto, identificamos que neste intervalo entre eleições 2014 e 2018, a construção discursiva de Aécio Neves foi fundamentada no ponto nodal de antagonismo ao governo de Dilma Rousseff. As práticas discursivas do mineiro estiveram majoritariamente voltadas à extinção política do governo Dilma, e isto fez com que a identidade de Aécio, no período enquanto esteve ativo no seu *Twitter*, fosse a de principal antagonista ao governo do PT. Aécio identificava no governo de Dilma uma administração que articulava corrupção, irresponsabilidade, incapacidade e elementos antidemocráticos. Devido a isso, ela precisaria deixar a presidência, via renúncia ou *impeachment*, para o Brasil voltar a crescer através de uma agenda de reformas.

4.1.3. Geraldo Alckmin

4.1.3.1. Apresentação do sujeito

Geraldo Alckmin nasceu em Pindamonhangaba, interior de São Paulo, em novembro de 1952. Aos 19 anos, em 1972 ingressou na Faculdade de Medicina da Universidade de Taubaté, e elegeu-se vereador pela sua cidade natal, vinculado ao MDB, começando sua longa trajetória na política.

Com 24 anos, em 1976, se elegeu prefeito de Pindamonhangaba. Durante este mandato, concluiu o curso de medicina e se especializou em anestesiologia. Em 1982 se elegeu deputado estadual em São Paulo, quatro anos depois, tornou-se deputado federal constituinte. Durante a primeira passagem no congresso nacional, ajudou na fundação do PSDB junto a outros egressos do PMDB, e em 1990 reelegeu-se ao deputado federal pela primeira vez representando a sigla tucana (EBIOGRAFIA, 2021; BRASIL, 2021).

No dia 1 de janeiro de 1995, Geraldo Alckmin assumiu o cargo de Vice-Governador de São Paulo, no governo encabeçado por Mario Covas. Após se reeleger em 1998 para um novo mandato na vice-governança do estado, Alckmin concorreu à prefeitura de São Paulo em 2000, porém, ficou em terceiro lugar, atrás da eleita Marta Suplicy (PT), e de Paulo Maluf (PPB).

Mario Covas veio a falecer em março de 2001, e com isso, Geraldo Alckmin acabou assumindo o governo estadual de São Paulo. No ano seguinte, concorreu às eleições para continuar no cargo, e se reelegeu para o mandato de 2003-2006. No final de sua passagem como governador, Alckmin renunciara para concorrer à Presidência da República. O tucano chegou no segundo turno, mas perdeu para Lula (PT) por 60,83% contra 39,17% (EBIOGRAFIA, 2021).

Em 2008 concorreu novamente à prefeitura municipal de São Paulo, ficando novamente em terceiro lugar, atrás de Gilberto Kassab (DEM), e Marta Suplicy (PT). Em 2009, assumiu a Secretaria Estadual de Desenvolvimento no governo de José Serra, em São Paulo. E em 2010 elegeu-se novamente governador.

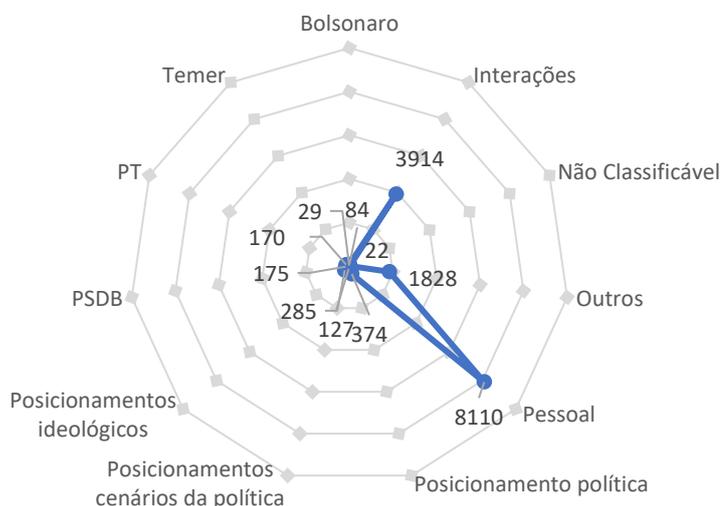
Em 2014 Alckmin se elegeu para o seu quarto mandato como governador de São Paulo. Neste período, como veremos na análise dos nós e subnós, destinou todas as suas atividades ao seu mandato, não sendo um político ativo na disputa política nacional. Com a perda de capital político de Aécio Neves, Alckmin se tornou o nome mais forte do PSDB para a disputa pelo Palácio do Planalto. No final de 2017 se tornou presidente nacional do partido tucano. Em abril de 2018, renunciou ao cargo de governador para dedicar-se à campanha para Presidência da República. Sua candidatura não decolou, ficando apenas em quarto lugar com cerca de 5% dos votos válidos.

Feita esta apresentação de Alckmin, veremos então como foram seus pronunciamentos no *Twitter* entre as eleições 2014 e 2018.

4.1.3.2. Principais nós e subnós em Alckmin

Começaremos observando como foram as codificações dos principais nós e subnós na conta de Geraldo Alckmin.

Gráfico 12- Principais nós Twitter Alckmin – 2014 até 2018 (n)



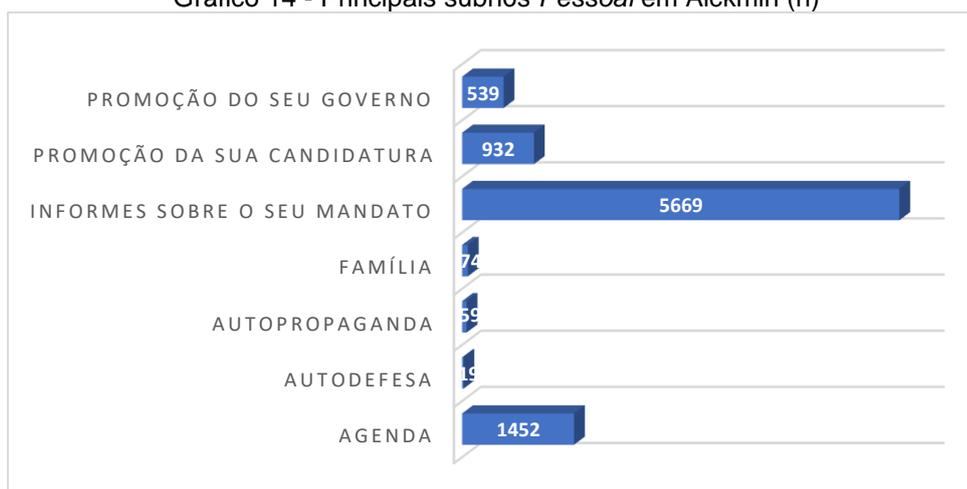
Fonte: Elaboração própria

O Gráfico 12 mostra que dos 13942 tuítes que Alckmin realizou entre as eleições 2014 de 2018, 8110 estão codificadas no nó *Pessoal*, 3914 em *Interações*, 1828 em *Outros*, 374 em *Posicionamento política*, 285 em *Posicionamentos ideológicos*, 175 em *PSDB*, 170 em *PT*, 127 em

Entre os políticos selecionados, Geraldo Alckmin foi de longe aquele que mais utilizou sua rede social entre as eleições 2014 e 2018. Porém, como mostra a dispersão de nós e subnós nos gráficos 15 e 16, o ex-governador de São Paulo não foi ativo na disputa política partidária ao longo destes anos. Sua conta pessoal no *Twitter* foi utilizada como uma espécie de veículo de comunicação do seu governo, prestando contas e aproximando-se da população através de interações. Alckmin apareceu de fato para o debate político nacional apenas no final de 2017 quando estava prestes a se lançar pré-candidato à Presidência da República. Apesar do alto índice de codificações, não abordaremos os nós *Interações* e *Outros* dada a sua baixa relevância para a pesquisa, optamos por investigar *Pessoal*, pela sua relevância nas eleições de 2018, e *Posicionamento Política* e *Ideológico*, a fim de identificar as posições políticas do último presidenciável tucano.

4.1.3.3. *Pessoal*

Gráfico 14 - Principais subnós *Pessoal* em Alckmin (n)



Fonte: Elaboração própria

Como já dito, grande parte da atuação de Alckmin no *Twitter* foi para comunicar o que estava sendo feito no seu governo no estado de São Paulo. *Informes sobre o seu mandato* (5669) foi, por boa margem, o subnó com o maior número de codificações, seguido por *Agenda* (1452). Ao final de cada dia, Geraldo realizava uma série de tuítes contando o que foi trabalhado dentro do seu governo, quais obras estavam sendo entregues, quais eventos seriam organizados pelo governo do estado, que melhorias seriam feitas nos serviços essenciais para a população, para onde iria viajar e com quem iria se reunir.

O nó secundário dentro de *Pessoal* que se destaca para a presente pesquisa é *Promoção da sua candidatura* (932), que se refere a sua campanha

para Presidência da República em 2018. A primeira vez que Geraldo manifestou seu interesse em concorrer ao Palácio do Planalto foi no dia 23/08/2017, em um evento de perguntas na sede do *Twitter*. Dia 24/10/2017, Alckmin começou a promover sua possível candidatura para as prévias do PSDB que aconteceriam em dezembro daquele ano. Até a convenção do partido, Alckmin realizava tuítes neste subnó de maneira esporádica, deliberando ideias, e promovendo seu governo em São Paulo. Estes tuítes eram sempre acompanhados pela *hashtag* #PreparadoParaOBrasil, slogan que depois virara uma marca de sua campanha. Na convenção do PSDB, Alckmin foi eleito nas internas como novo presidente nacional da sigla, com 470 votos, e pré-candidato à Presidência da República. A partir disto, a frequência dos tuítes em *Promoção da sua candidatura* aumentou consideravelmente, ocupando praticamente todos os tuítes que realizava.

Em sua campanha pelo *Twitter*, Alckmin se apresentou como um político experiente, honesto, ético, democrático, e o homem certo para tirar o país da crise que o Brasil estava ultrapassando. Divulgou sua agenda de campanha. Abordou propostas para as áreas da saúde, segurança, educação, saneamento, e geração de emprego. Defendeu quatro reformas que via como necessárias para a retomada do crescimento do país: 1) a política, defendendo o fim do voto obrigatório, a redução do número de partidos e o voto distrital; 2) a previdenciária, a fim de estabelecer um regime único de previdência; 3) a tributária, com o intuito de simplificar e reduzir impostos; 4) e a de Estado, com o objetivo de reduzir o tamanho do Estado através de concessões e privatizações.

Houveram diversos sentidos discursivos que se articularam e que deram sustentação ao nó *Promoção de sua candidatura*, destacamos: *Promoção de seu governo*, com 219 recorrências; *Posicionamento ideológico Direita*, com 90; *Oposição ao PT*, com 58; *Políticas segurança*, com 30; *Oposição ao Jair Bolsonaro*, com 28; *Contra a radicalidade*, com 24; *Defesa da reforma política*, com 16; *Defesa da reforma tributária*, com 15; e *Promoção PSDB*, com 15.

Como era de se esperar, Alckmin utilizou os feitos dos seus oito anos consecutivos como governador de São Paulo para promover sua campanha para presidente. Um dos elementos que Alckmin mais destacou do seu governo foi a segurança pública, a qual o ex-governador se orgulha por ter conseguido reduzir o índice de mortalidades no estado. Segue um exemplo abaixo:

Em SP, morriam 13 mil pessoas por ano, um número assustador. No ano passado, foram 3,5 mil. Sei que ainda é preciso fazer muito mais para que as pessoas se sintam seguras. Defendo liderança do Gov. Federal no combate ao crime organizado. Ninguém mais aguenta a violência no país. 23/02/2018

Sentidos a direita do espectro ideológico também foram recorrentes. Além de *Defesa da reforma previdenciária*, *Defesa da redução do Estado*, *Defesa de privatizações* e *Defesa da redução de impostos* manifestadas dentro das quatro reformas necessárias, foram mobilizados os seguintes sentidos discursivos de direita: *Defesa do agronegócio*, com 9 recorrências; *Defesa do empreendedorismo*, com 7; *Defesa da abertura de mercado*, com 4; *Oposição ao Maduro*, com 3; *Defesa do porte de armas*, com 3; *Contra sindicatos*, com 1; *Defesa da reforma trabalhista*, com 1. Seguem alguns exemplos de tuítes.

O Agronegócio disputa o mercado internacional com todos os países, especialmente os Estados Unidos. Enfrenta todo tipo de protecionismo. Ainda assim, abastece completamente o mercado nacional #equipeGA. 28/06/2018.

No #DebateBand, Geraldo Alckmin fala de um grande desafio, não só no Brasil como no mundo inteiro: "Acabamos com a excrescência do imposto sindical, e a mudança da reforma trabalhista é necessária". #EquipePSDB #GeraldoNaBand. 10/08/2018.

A questão do crédito agrícola é muito importante. É preciso dar mais previsibilidade, para que o produtor trabalhe com maior tranquilidade. Segurança jurídica e segurança pública são também pontos-chave. Defendo que o porte de armas seja facilitado em propriedades rurais. 28/08/2018.

Farei uma reforma de Estado, porque esse Estado não cabe no PIB. Em SP, vendi avião e helicóptero, privatizei, fechei fundações, devolvi prédios. Não aumentei um imposto e São Paulo fez R\$ 5,3 bilhões de superávit em plena crise econômica. #GeraldoNoPânico #Geraldo45. 25/09/2018.

As candidaturas de Jair Bolsonaro (PSL) e Fernando Haddad (PT) se apresentaram como pontos antagônicos dentro da campanha de Alckmin. Haddad representava para Alckmin o retorno do PT no poder, e para o tucano isso não podia acontecer devido aos seus governos irresponsáveis que mergulharam o Brasil na maior crise da história, fazendo com que as reformas propostas fossem necessárias. Bolsonaro era visto por Alckmin como um candidato oportunista, despreparado, e da discriminação. Uma ameaça para o Brasil, e um passaporte para a volta do PT no poder, pois não acreditava que o

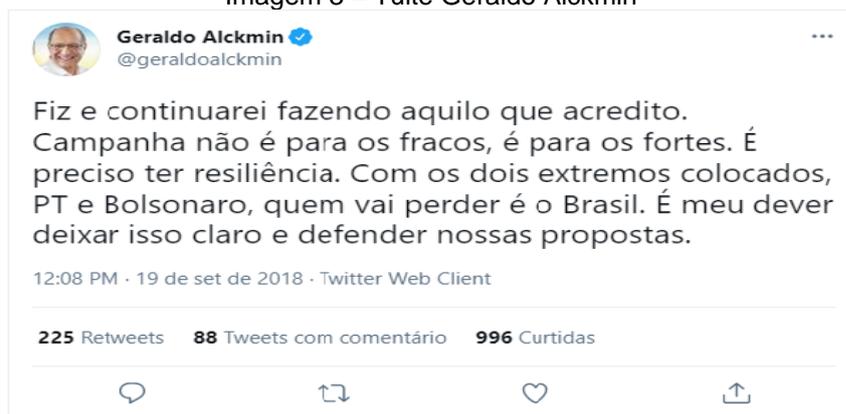
candidato do PSL derrotaria Fernando Haddad no segundo turno. Abaixo um exemplo de oposição a cada candidatura.

A irresponsabilidade dos governos do PT levou o Brasil à pior crise de sua história. Temos que governar com cuidado, respeitando o dinheiro público e pensando não apenas no presente, mas também no futuro. 10/04/2018.

O Bolsonaro é um passaporte para a volta do PT. Ele não ganha de ninguém no 2º turno. PT vai poupar o Bolsonaro, eles só batem em mim, porque tudo que eles querem é um 2º turno contra o Bolsonaro. Ele é fraco. #SabatinaEstadaoFaap. 06/09/3028.

Alckmin buscou se promover enquadrando estas duas candidaturas como extremistas e radicais. E ele como um político qualificado, honesto, e experiente seria a melhor opção para conduzir e unir o Brasil ao enfrentamento das necessidades futuras. O candidato tucano, tentou se colocar, em meio às outras alternativas, como o candidato que lutava contra a intolerância e o ódio.

Imagem 3 – Tuite Geraldo Alckmin

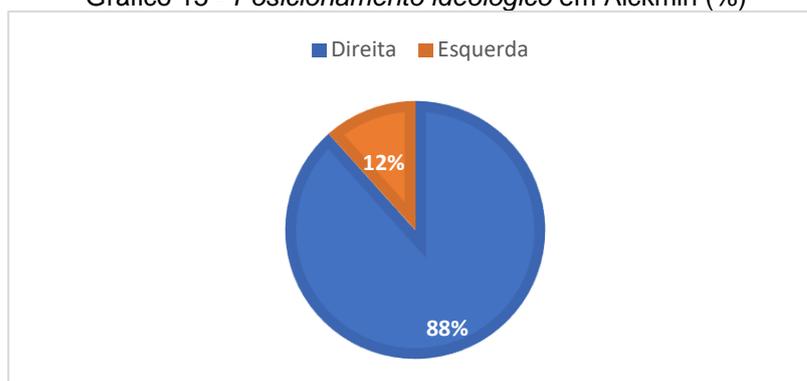


Fonte: Twitter Geraldo Alckmin.

4.1.3.4. Posicionamentos Ideológicos e Política.

Entraremos agora em *Posicionamentos Ideológicos e Políticos*, que, embora não tenham sido os nós com maior recorrência, acreditamos ser importantes para compreender o discurso de Alckmin entre os períodos eleições 2014 e 2018, visto que a disputa política partidária só se tornou algo relevante durante o pleito de 2018.

Gráfico 15 - *Posicionamento ideológico em Alckmin (%)*



Fonte: elaboração própria. N = 285

O gráfico 15 mostra que dos 285 tuitos em *Posicionamentos Ideológicos*, 88% estão à *Direita* e 12% à *Esquerda*. Alckmin possui uma leve inclinação a esquerda com a relação às codificações dos outros sujeitos, porém, seus pronunciamentos também estão maioritariamente a direita. Veremos quais os principais sentidos discursivos mobilizados neste espectro.

Gráfico 16 – Principais subnós *Posicionamento ideológico Direita em Alckmin (n)*



Fonte: Elaboração própria.

Primeiramente, destacaremos sentidos que estão relacionados ao tamanho do Estado. Assim como outros sujeitos tucanos, Geraldo Alckmin também defendeu uma série de medidas que buscasse a diminuição do aparato estatal. *Defesa de PPP's* (62) foi o sentido mais recorrente dentro deste nó, aparecendo em ações do governo estadual comandado por Geraldo, e em propostas da sua candidatura em 2018. *Defesa da redução do Estado* (39) foi bastante manifestado durante a campanha presidencial, visto que no programa de Alckmin constava uma reforma que diminuisse a máquina pública. Ainda

dentro do tema Estado, também apareceram *Defesa da redução de impostos* (17), *Defesa de privatizações* (13) e *Defesa da abertura de mercado* (5).

A PPP do Centro é uma grande conquista para a população e um importante passo para o desenvolvimento urbano, econômico e social. 02/09/2015.

Obrigado. Este é um trabalho contínuo. O gasto público é como unha: é preciso cortar toda semana. Abraços!. 24/11/2016.

Farei uma reforma de Estado, porque esse Estado não cabe no PIB. Em SP, vendi avião e helicóptero, privatizei, fechei fundações, devolvi prédios. Não aumentei um imposto e São Paulo fez R\$ 5,3 bilhões de superávit em plena crise econômica. #GeraldoNoPânico #Geraldo45. 25/09/18.

Defesa empreendedorismo (36) e *Defesa do agronegócio* (35) foram dois sentidos importantes que marcaram presença tanto no governo estadual, quanto nas propostas de Alckmin para presidência da república em 2018. O primeiro diz respeito às ações e pronunciamentos que visavam estimular o setor do empreendedorismo. Para o tucano, políticas que valorizassem o esforço e o mérito individual são fundamentais para o desenvolvimento da economia e para geração de empregos. O segundo é referente à defesa e a promoção do agronegócio brasileiro que Alckmin realizou. Tanto no seu governo, quanto na campanha eleitoral, Geraldo colocou o agronegócio como um dos principais motores da economia brasileira, e por causa disso políticas para este setor deveriam ser prioridade.

É preciso valorizar o empreendedorismo, o esforço pessoal, o mérito e o trabalho. 29/04/2015.

O agronegócio é um dos principais pilares da economia brasileira, é importante fortalecê-lo para o desenvolvimento e geração de empregos. 19/09/2015.

Por último dentro da *Direita*, destacaremos *Oposição ao Maduro* (23). Neste sentido discursivo Alckmin criticou a maneira com que Nicolás Maduro governava a Venezuela, rompendo com princípios democráticos, atacando a liberdade de imprensa, a oposição, e mergulhando o país em uma crise social. Dos 23 tuítes classificados neste subnó, apenas três se articularam com *PT*, sendo todos durante a campanha de 2018. Alckmin não utilizou o governo venezuelano como elemento para criticar o governo de Dilma como demais membros tucanos fizeram. A articulação Venezuela-PT no *Twitter* de Geraldo foi durante o antagonismo eleitoral em 2018, quando alegou-se que a candidatura petista era um caminho para o populismo, como o governo de Maduro.

Por ser o tucano com maior porcentagens de tuítes a esquerda do espectro ideológico, destacaremos aqui os sentidos mais recorrentes neste espectro, são eles: *Políticas ambientais* (13), *Defesa dos direitos LGBT's* (8) e *Defesa das cotas* (7).

Visto os posicionamentos ideológicos, iremos agora para o *Posicionamento Política*.

Gráfico 17 - Principais subnós *Posicionamento Política* em Alckmin (n)



Fonte: elaboração própria.

Ao analisarmos o Gráfico 17, podemos observar que *Políticas segurança pública* foi o sentido discursivo de maior destaque dentro dos seus posicionamentos, com 109 referências. Políticas na área de segurança foram protagonistas no governo de Geraldo Alckmin frente ao estado de São Paulo, e o tucano utilizou os resultados positivos do seu governo nesta área para promover a sua campanha em 2018. Na área da segurança pública, Alckmin defendeu medidas punitivistas, o aumento do encarceramento, a redução da maioria penal, e aumento de pena para infratores. Outras medidas estruturais também foram defendidas, como fortalecimento das polícias nas fronteiras, e a federalização da segurança pública, com trabalho integrado entre união, estados e municípios.

Os tuítes em *Defesa da democracia* (54), segundo sentido mais recorrente em *Posicionamento política*, carregaram vários elementos diferentes, que de certa forma, passaram a esvaziar este sentido. Alckmin utilizou o termo para

comemorar e resgatar símbolos históricos da política brasileira, realizar oposição ao governo de Maduro, defender as cotas, defender as manifestações contra Dilma, defender o setor judiciário, e defender a polícia militar.

Assim como outros membros do PSDB, Geraldo Alckmin também se pronunciou em defesa de medidas que mudassem as regras do sistema eleitoral brasileiro e do sistema partidário brasileiro. O subnó que mais se destaca dentro desta temática é *Defesa da reforma política* (38), onde Alckmin defendeu uma reforma que diminuísse o número de partidos políticos no Brasil, pois, segundo o tucano, o atual número de partidos não condiz com o número de ideologias existentes. O sentido *Defesa da cláusula de desempenho* (7) aparece atrelado à esta situação. Além desta diminuição de siglas no mapa partidário do Brasil, Alckmin também defendeu o voto distrital, o voto facultativo e o parlamentarismo.

Por último em *Posicionamento Política*, destacaremos dois sentidos discursivos que convergem com a defesa de minorias políticas, *Defesa das Mulheres* (48) e *Contra o racismo* (18). Os tuítes em *Defesa das Mulheres* estão relacionados a medidas e ações de Alckmin como governador que buscaram combater o câncer de mama, a desigualdade entre gêneros no mercado de trabalho, e a violência doméstica. Na sua campanha em 2018 Geraldo também buscou enfatizar a participação feminina na política. As postagens em *Contra o racismo* aconteceram durante campanhas do governo estadual de São Paulo que buscavam combater o racismo e a desigualdade racial. Alckmin utilizou eventos esportivos, em especial no futebol, para promover estas ações. Houveram também tuítes de celebração ao dia da consciência negra.

4.1.3.5. Considerações gerais sobre a conta

Dos quatro políticos analisados nesta pesquisa, Geraldo Alckmin é de longe o que mais usou o *Twitter* neste período entre eleições 2014 e 2018. Através de seus pronunciamentos, foi possível observar dois momentos distintos na conta do ex-governador de São Paulo. O primeiro é do final das eleições de 2014 até outubro de 2017 quando Alckmin começou a promover a sua então possível candidatura à Presidência da República em 2018. O segundo é Alckmin enquanto pré-candidato e candidato ao cargo do poder executivo nacional, de outubro de 2017 até outubro de 2018.

No primeiro momento, suas postagens eram basicamente destinadas a dar informes sobre o que acontecia no seu mandato no governo do estado de São Paulo, divulgar sua agenda de governador, e responder mensagens de quem interagira na rede social. Os tuitos geralmente foram feitos pela parte da noite, a fim de explicar os acontecimentos do dia. A partir de outubro de 2017 começa o segundo momento, quando Alckmin anuncia que seria pré-candidato à Presidência da República. Daí em diante, sua atuação no *Twitter* mudou drasticamente, com o conteúdo das postagens passando a ser bastante variado. Alckmin começou a se posicionar muito mais sobre assuntos políticos, divulgando vídeos de suas entrevistas, e *cards* com ideias para o país. Os tuitos da sua conta passaram a ser acompanhados sempre pela hashtag #PREPARADOPARAORASIL, mesmo aqueles que não versavam sobre a sua campanha para a presidência. Como já visto, o ex-governador de São Paulo se colocou como um candidato honesto, experiente, competente, e que uniria o Brasil. Nos conflitos com outras candidaturas, Alckmin inicialmente teve uma postura amena, realizava críticas a outros candidatos, principalmente ao PT, mas quase nunca de forma mais agressiva. Quando a disputa eleitoral começou a caminhar para sua fase final, e quando as pesquisas de opinião pública começaram a indicar que a candidatura tucana não iria ao segundo turno, Alckmin passou a radicalizar seu discurso na campanha. Aumentou o tom com relação aos outros candidatos, principalmente contra Jair Bolsonaro e Fernando Haddad, rotulados pelo tucano como candidatos extremistas que fariam mal ao Brasil. Após o insucesso no primeiro turno, Alckmin tuitou apenas três vezes para agradecer aos seus eleitores e indicar que não tomaria lado no segundo turno.

É interessante observar que o discurso de Alckmin durante estes quatro anos foi bastante diferente de demais membros do PSDB, no que diz respeito às disputas políticas nacionais que estavam sendo colocadas. Isso fica bastante evidente ao observarmos como se deram as codificações nos nós *PT* e *Temer*.

Com relação ao *PT*, vimos na seção de nós e subnós que foram apenas 170 recorrências em 13942 tuitos na conta de Geraldo. Dentro deste nós, foram 132 codificações em *Oposição ao PT*, 23 em *Oposição ao governo de Dilma*, 20 em *Antipetismo*, 17 em *Defesa do impeachment de Dilma*, 1 em *Abertura ao PT* e 1 em *Cumprimentos ao PT*. A grande maioria destes tuitos aconteceram durante a campanha de Alckmin para a Presidência da República. Em *Oposição*

ao PT, apenas 2 foram antes de começar a campanha eleitoral. Os tuítes em *Oposição ao governo de Dilma* foram de maneira esporádicas e realizados apenas para convocar ou elogiar as manifestações contra o Governo Federal que aconteceram em 2015 e 2016. Os classificados em *Defesa do impeachment de Dilma* foram feitos apenas quando o processo estava prestes a se concretizar, através de alegações de que a petista não tinha mais condições de seguir. Antes disso, Alckmin praticamente se ausentou do debate no *Twitter* sobre a necessidade de Dilma ser afastada ou não. Na campanha de Alckmin para as eleições de 2018, o antagonismo ao PT apareceu de maneira bastante clara, não à toa os 20 tuítes em *Antipetismo* foram realizados nesse período. O tucano enquadrou o PT durante as eleições como um partido corrupto, incompetente, irresponsável e radical, com críticas a forma com que os petistas governaram o país, deixando o Brasil em uma crise econômica e social.

No período eleitoral, destacamos a articulação de *Oposição ao PT* com alguns nós que nos dão a dimensão de entender como se constituiu o discurso contra o PT, são eles: *Promoção da sua candidatura* em 58 vezes, *Oposição ao Jair Bolsonaro* em 51 vezes, *Contra a radicalidade* em 11 vezes, *Afastamento PMDB-Temer* em 10 vezes, e 8 em *Ataque ao concorrente eleitoral*. Como visto na seção 4.1.3.3, Alckmin sustentou a promoção da sua candidatura se colocando como um homem experiente, honesto e que uniria o Brasil para além do antagonismo nas chapas de Haddad e Bolsonaro, que, segundo o tucano, eram radicalistas. Temer e outros candidatos à Presidência da República em 2018, como Ciro Gomes (PDT), Guilherme Boulos (PSOL), Marina Silva (REDE) e Henrique Meirelles (MDB) se relacionaram com *Oposição ao PT* no subnó *Afastamento PMDB-Temer* e *Ataque ao concorrente eleitoral*. Segundo Alckmin, estes nomes eram adoradores do PT, pois, em algum momento da vida política, já estiveram próximos de Lula. Portanto, Alckmin era o único candidato que realmente livraria o Brasil de mais uma experiência petista no Governo Federal.

Sobre os tuítes de Alckmin referentes ao ex-presidente Michel Temer, foram postagens tímidas, com apenas 29 recorrências dentro das 13942 publicações. Dentro do nó foram 13 codificações em *Afastamento PMDB-Temer*, 7 em *Defesa do Governo Temer*, 6 em *Promoção Governo Temer*, e 4 em *Aproximação PMDB-Temer*. Alckmin não se dispôs a ficar apoiando publicamente o governo pemedebista, apenas defendia as reformas trabalhista

e previdenciária que Michel Temer tinha apresentado, no mais, a relação positiva com o governo pós *impeachment* apareceu apenas por meio de tuítes em agenda e informes. A partir da pré-candidatura de Alckmin, o tucano começou a tentar afastar o PSDB do governo de Michel Temer, e isso foi manifestado nos 13 tuítes em *Afastamento PMDB-Temer*, em que Alckmin alegava que o governo do PMDB só existiu porque eles estavam na chapa do PT.

É difícil identificar um grande ponto nodal dentro dos posicionamentos de Alckmin no *Twitter*, visto que durante três anos Geraldo utilizou seu perfil para prestar contas do seu governo no estado de São Paulo, e interagir com a população, sem grande envolvimento em disputas políticas nacionais como outros membros do partido. A partir da campanha das eleições 2018 que se percebe uma construção discursiva dentro dos pronunciamentos de Alckmin na rede social. Esta construção discursiva se deu primeiramente a partir de um antagonismo ao PT, se estendendo à candidatura de Jair Bolsonaro. Alckmin caracterizou as chapas de PT e PSL como radicais, extremistas, e sem competência para conduzir o Brasil aos desafios que precisavam ser enfrentados. Antagonicamente a isto, Alckmin buscou construir sua identidade política através da articulação de elementos como experiência, honestidade, democracia e eficiência, se colocando como o único político capaz de enfrentar os radicalismos de PT e Bolsonaro.

4.1.4. João Doria

4.1.4.1. Apresentação do sujeito

João Doria Júnior nasceu no dia 16 de dezembro de 1957, na cidade de São Paulo. Seu pai, João Agripino da Costa Doria, era publicitário e deputado federal, foi cassado e obrigado a se exilar em Paris depois do Ato Institucional nº.1 (1964). Após alguns anos João Doria Júnior voltou ao Brasil com sua mãe e seus irmãos. Começou a trabalhar em uma fábrica da família aos 13 anos, e depois conseguiu um estágio em uma agência de propaganda. Formou-se em comunicação social aos 21 anos, e logo em seguida assumiu cargos de chefia na extinta TV TUPI, Bandeirantes, Fundação Armando Alvares Penteado, e na agência de propaganda MPM (EXAME).

Em 1992, João Doria Júnior fundou o Grupo Doria, um grupo de comunicação e marketing composto por empresas e programas de TV que atuam em diversas áreas, são elas: Doria Eventos, Doria Editora, Programa de TV Show Business, Face a Face, Campos do Jordão Convention Center e LIDE

– Grupo de Líderes Empresariais. Este último trata-se de um grande grupo de empresários e dirigentes, que reúnem mais de 1600 empresas, representando cerca de metade do PIB privado do país (EXAME, 2018).

Na vida pública, João Doria foi membro do Conselho Deliberativo do Fundo Social de Solidariedade do Estado de São Paulo (conselho que costuma ser presidido pela esposa do governador de São Paulo, o qual os integrantes são nomeados pelo governo para um cargo que presta serviços públicos não remunerados para a população). Secretário municipal do turismo, de 1983 até 1986, na gestão de Mario Covas. E presidente da Embratur e do Conselho Nacional do Turismo (EXAME, 2018).

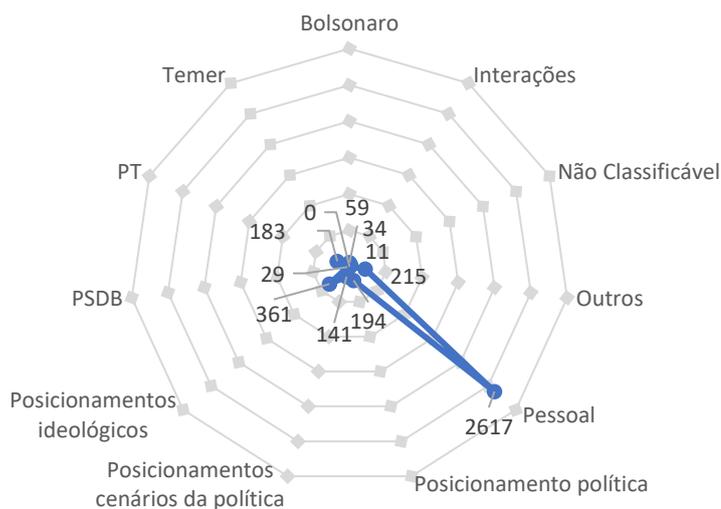
Embora filiado ao PSDB em 2001, Doria nunca tinha se envolvido na disputa política eleitoral até 2016, ano em que concorreu a prefeito em São Paulo. Em 2015, deixou os programas de TV que participava para concorrer às prévias para a disputa eleitoral na capital paulista, contando com o apoio de Geraldo Alckmin (EXAME, 2018). Nas eleições municipais, João Doria foi o primeiro prefeito na história de São Paulo a ser eleito no primeiro turno, com 52,29% dos votos, desde 1992 (EXAME, 2018).

Doria assumiu a prefeitura em janeiro de 2017 e ficou pouco mais de um ano no comando do município, renunciando em março de 2018 para concorrer à sucessão de Geraldo Alckmin no governo estadual. No dia 18 de março, sua pré-candidatura foi confirmada ao vencer as eleições nas prévias do PSDB com 80% dos votos. O candidato tucano foi eleito no segundo turno com 51% dos votos, contra o ex-vice governador Marcio França (PSB). Nestas eleições, Doria foi o único membro do PSDB desta pesquisa que fez campanha publicamente para um dos candidatos à Presidência da República no segundo turno, apoiando Jair Bolsonaro, do PSL.

Visto esta breve biografia do sujeito desta subseção, veremos como se deu o resultado do processo de codificação na sua conta do *Twitter*.

4.1.4.2. Principais nós e subnós.

Gráfico 18 – Principais nós Twitter Doria – 2014 até 2018 (n)

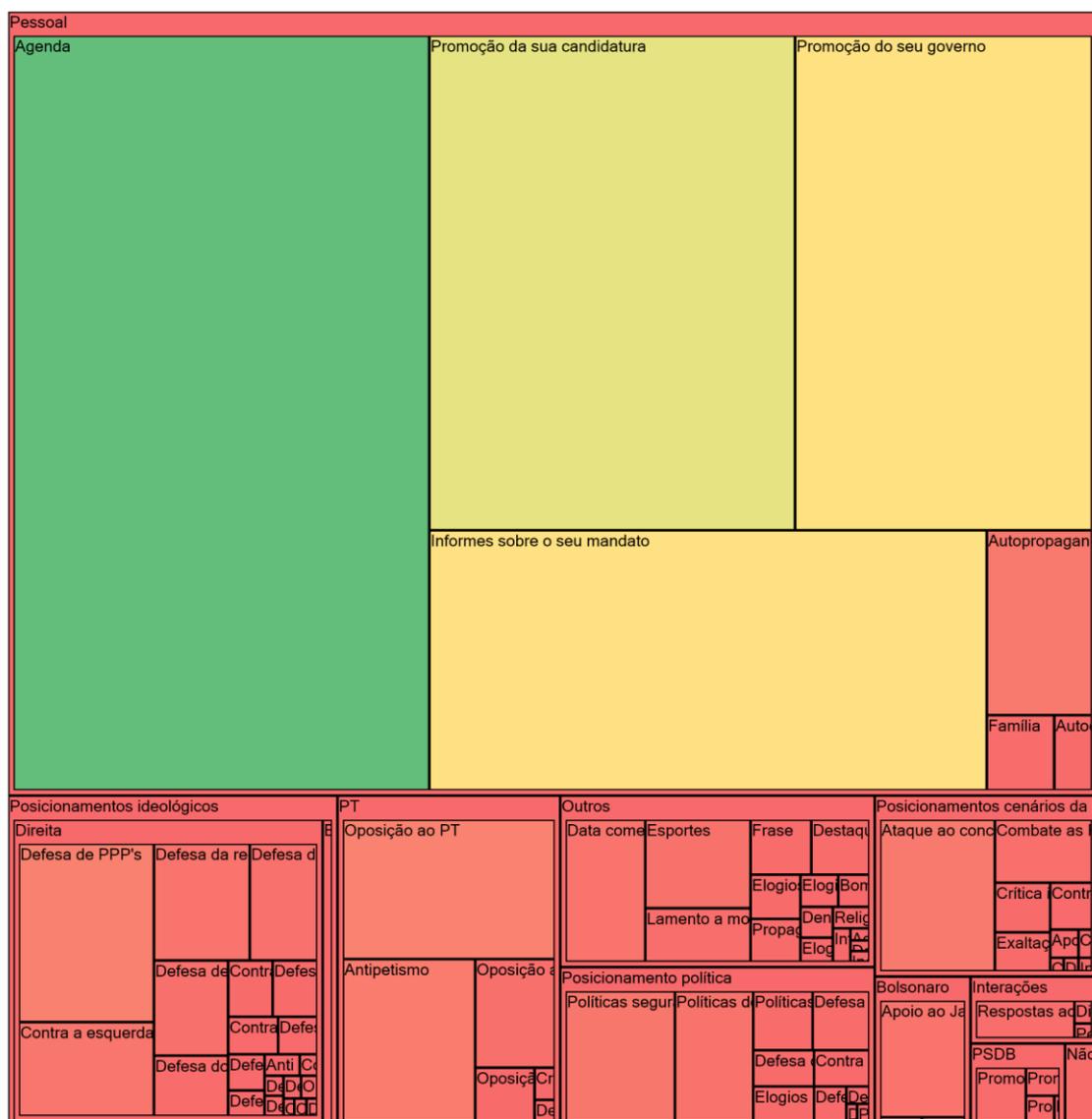


Fonte: Elaboração própria.

O Gráfico 18 mostra que dos 3047 tuítes na conta de João Doria entre as eleições 2014 e 2018, 2617 foram codificados em *Pessoal*, 361 em *Posicionamentos ideológicos*, 215 em *Outros*, 194 em *Posicionamento política*, 183 em *PT*, 141 em *Posicionamentos cenários da política*, 59 em *Bolsonaro*, 34 em *Interações*, 29 em *PSDB*, 11 em *Não Classificável*, e 0 em *Temer*. Podemos observar que o perfil de Doria foi bastante focado na sua pessoa, principalmente nas suas campanhas e na sua gestão frente à capital paulista, como veremos a seguir.

Gráfico 19 – Principais subnós Twitter Doria – 2014 até 2018

Nós comparados por número de referências de codificação



Fonte: elaboração própria.

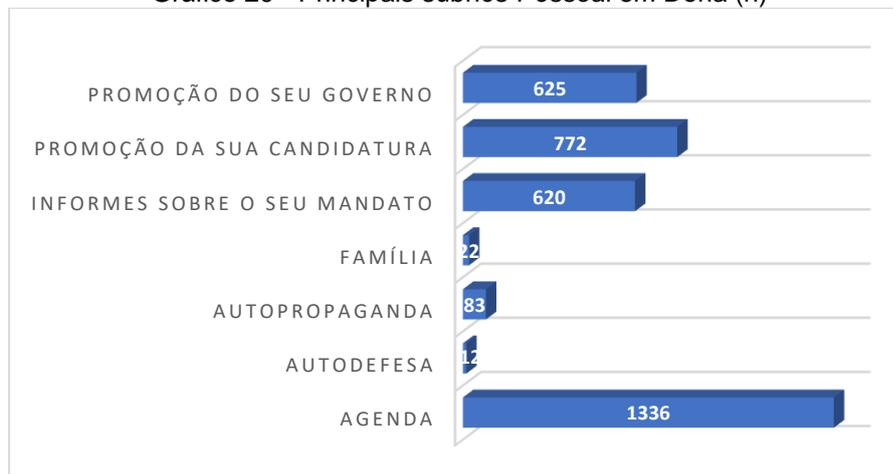
O Gráfico 19 indica que os subnós com maior número de recorrências na conta do *Twitter* de João Doria foram: *Agenda*, com 1336 codificações; *Promoção da sua candidatura*, com 772; *Promoção do seu governo*, com 625; *Informes sobre o seu governo*, com 620; *Oposição ao PT*, com 138; *Defesa de PPP's*, com 127; *Antipetismo*, com 101; *Ataque ao concorrente eleitoral*, com 89; *Autopropaganda*, com 83; e *Política segurança pública*, com 73.

Os gráficos 20 e 21 mostram que a conta de João Doria no *Twitter* foi bastante focada na sua própria figura através dos nós secundários em *Pessoal*. O governador de São Paulo mostrou muita habilidade na sua comunicação dentro da plataforma, utilizando bastante os recursos de vídeos e imagens para passar a mensagem que gostaria. Além das postagens em *Pessoal*, que serão

importantes para observar o discurso das suas campanhas e do seu governo, destacaremos outros dois nós que foram importantes para compreender a sua identidade, *Posicionamentos ideológicos* e *Oposição ao PT*. Nas subseções seguintes analisaremos estas temáticas com mais detalhes, começando por *Pessoal*.

4.1.4.3. *Pessoal*

Gráfico 20 - Principais subnós *Pessoal* em Doria (n)



Fonte: Elaboração própria.

Agenda foi o nó secundário mais recorrente na conta inteira de Doria, sendo um tipo de tuíte que esteve presente durante toda a trajetória do tucano nestes quatro anos. Estes tuítes eram sempre acompanhados por imagens e vídeos, explicando onde se encontrava e o que estava fazendo naquele determinado lugar. Primeiramente, ainda quando exercia a vida de empresário e apresentador de TV, divulgava a sua rotina, seus eventos no LIDE, os fóruns que participava, e alguns bastidores dos seus programas na televisão. Depois, quando começou a fazer campanha para sua candidatura para prefeitura de São Paulo, divulgava seu dia a dia, suas reuniões, passeatas, comícios e suas interações com a população. Durante seu mandato na prefeitura, Doria também divulgou sua agenda diariamente, mostrando as reuniões da prefeitura, as suas ações diárias como prefeito – especialmente a Operação Cidade Linda-, e as viagens que realizava. E por último, durante a sua campanha para o governo estadual, repetiu a mesma sistemática da sua campanha para prefeito, mostrando suas reuniões, passeatas, comícios, e interações com a população. Seguem alguns exemplos abaixo.

Ja de volta a Sao Paulo.Encontro mundial do LIDE em Montevideo foi um sucesso. 18/01/2015.

Caminhando e conquistando apoios pelas ruas e centros comerciais do Brás e Pari, Zona Centro-Leste de SP. #acelerasp. 02/06/2016.

Bom dia, pessoal. Iniciamos antes das 7h da manhã mais uma Operação Cidade Linda. Vamos resgatar o senso de urgência com a zeladoria de SP. 09/09/2017

Gratificante receber o carinho da população nas ruas. Obrigado Capão Redondo! Juntos vamos defender São Paulo. #AceleraSP #DoriaGovernador #Vote45 #JoãoDoria45 #JoãoTrabalhador. 27/10/2018

Dos 772 tuítes dentro de *Promoção da sua candidatura*, foram 210 na campanha para prefeitura, em 2016, e 562 na campanha para governador do estado, em 2018. Suas campanhas foram bastante propagandistas com relação a sua pessoa, se apresentando como gestor e não como político, carregando os slogans #AceleraSP e #JoãoTrabalhador. Enfatizou o fato de ser um empresário de sucesso na iniciativa privada e que estava entrando na vida pública para ajudar a população através das suas virtudes e disposição. Por causa disso, sua administração seria eficiente e transparente, com a maximização dos serviços essenciais, como a saúde, educação, segurança e transporte. Abaixo dois exemplos de tuítes, um de cada campanha.

Não sou político, sou gestor. SP precisa é de uma adm eficiente e inteligente. #GazetaEstadao #AceleraSP #Vote45. 18/09/2016.

Comecei a trabalhar aos 13 anos de idade para ajudar minha mãe. Batalhei muito para conquistar um bom patrimônio. Por isso, não dependo da política para viver. Doei todos os meus salários como Prefeito e assim farei no Governo do Estado de SP. Hoje sou um servidor da população. 30/08/2018.

Promoção da sua candidatura se articulou com diversos outros nós secundários, destacamos os mais relevantes: *Posicionamento Ideológico Direita*, com 169 recorrências; *Promoção do seu governo*, com 66 recorrências, *Políticas segurança*, com 64 codificações; *Oposição ao PT*, com 50 codificações; *Políticas saúde*, em 47 ocasiões; *Apoio Bolsonaro*, com 42 recorrências; e *Ataque ao concorrente eleitoral*, 35 vezes.

Os sentidos ideológicos de *Direita* foram cruciais para a constituição das candidaturas de Dória, sendo base para grande parte de suas propostas. Os sentidos mais articulados foram:

a) *Contra a esquerda*, em 32 vezes. Nestes tuítes, Doria fixou fortemente um antagonismo em relação a políticos, partidos e pensamentos à esquerda do espectro ideológico. Para ele, “esquerdistas” utilizam a política para inchar a

máquina pública e criar cabides de emprego. Estes sentidos foram mobilizados para enfatizar que suas gestões seriam eficientes e sérias. Todos os tuítes em anti esquerda foram nas eleições de 2018, com uma grande intensificação no segundo turno, quando Dória se alinhou a Jair Bolsonaro, para utilizar seu antagonismo à esquerda como elemento para fazer oposição ao seu adversário no segundo turno nas eleições para o governo do estado de São Paulo.

b) *Defesa de PPP's*, com 28 articulações. Neste nó secundário, João Doria defendeu as parcerias público-privadas como modelo de gestão, destacando a importância da iniciativa privada nos serviços à população.

c) *Defesa da redução do Estado*, articulado 25 vezes. Nestes tuítes, Doria defendeu uma ampla redução do tamanho do aparato estatal para tornar as suas gestões mais eficientes. Para o tucano, o Estado deveria apenas exercer as funções de segurança, saúde, educação e transporte. O restante deveria ser encaminhado à iniciativa privada. Na campanha de 2018, Doria destacou a sua atuação na prefeitura sobre este tema.

d) *Defesa do agronegócio*, articulado em 20 vezes. Nestes tuítes, Doria buscou se aproximar dos setores agro industriais, através de falas, propostas, e presenças em eventos importantes.

e) *Defesa do empreendedorismo*, articulado em 14 ocasiões. Nestes tuítes, Doria apresentou propostas para estimular o empreendedorismo, acabando com a burocracia e aumentando a autonomia do indivíduo de poder criar novos empregos.

Diferente dos partidos de esquerda que adoram inchar a máquina e criar cabide de empregos para os companheiros, defendemos mais eficiência na gestão. Vamos concessionar aeroportos para o setor privado e economizar recursos públicos para investir no que é essencial à população! 29/09/2018

Seu governo na prefeitura de São Paulo também foi um ponto forte na campanha de Doria para o governo do estado. Destacou algumas ações que teve no município, e que iria estender para a esfera estadual. Enfatizou também a disposição que teve para trabalhar, aumentando a rotina de trabalho e multando aqueles servidores que não cumprissem com os horários estabelecidos. Destacou também os feitos na saúde, segurança, e a Operação Cidade Linda – iniciativa da prefeitura em revitalizar, em parceria com a população, praças, calçadas e ruas da capital paulista.

Políticas de segurança e saúde apareceram com frequência nas propostas apresentadas por Dória. Nas políticas de segurança, Doria adotou um discurso conservador, destacando a necessidade de um aumento do policiamento ostensivo para colocar mais “bandidos” na cadeia. Na campanha para o governo em 2018, adotou o slogan “polícia na rua e bandido na cadeia”. Sobre as políticas de saúde, Doria destacou que seria uma das principais prioridades dos seus governos. A maioria destes tuítes foi na campanha de 2018, onde Doria destacou as suas ações nas prefeituras, com os programas Dr. Saúde e Corujão da Saúde.

Os sentidos *Oposição ao PT, Apoio Bolsonaro e Ataque ao concorrente eleitoral* se relacionaram na mobilização junto a *Promoção de sua candidatura*. No primeiro turno Doria já se manifestava contra o PT, especialmente na hora de realizar críticas à gestão de Fernando Haddad na prefeitura de São Paulo. Porém, a partir do começo da campanha do segundo turno, Doria declarou apoio ao Jair Bolsonaro para a Presidência da República, e fixou fortemente o antagonismo no PT e na esquerda. Articulou o bolsonarismo, o antipetismo e o anti esquerdismo para antagonizar a candidatura de seu adversário no governo do estado, Marcio França, do PSB. Segundo a chapa do tucano, o Brasil precisava varrer a esquerda e o PT do país, e para isso Bolsonaro e Doria deveriam vencer as eleições nos seus respectivos âmbitos. A todo momento João Doria fazia correlações entre PT, esquerda e Marcio França, para tentar deslegitimar seu adversário. E através deste discurso antagônico, João Doria se constituiu como o político de São Paulo anti esquerdista e antipetista e pró-Brasil.

Vamos lutar contra o PT e a esquerda do Márcio França em SP. Serei um guerreiro para proteger SP e o Brasil! #PTnuncaMais #Bolsodoria. 08/10/2018.

O mandato de Doria frente a prefeitura de São Paulo ocupou uma grande parcela dos tuítes de sua conta como indica o número de codificações em *Promoção do seu governo e Informes sobre o seu governo*. Dória realizou uma espécie de *reality show* da prefeitura no *Twitter*, mantendo uma comunicação bastante intensa. No dia a dia, Doria já amanhecia postando que estava indo trabalhar, e a cada atividade que realizava registrava vídeos e imagens no seu perfil. Todas as viagens, reuniões e atividades que o prefeito fazia eram registradas em sua conta, sempre com o intuito de informar a população, e

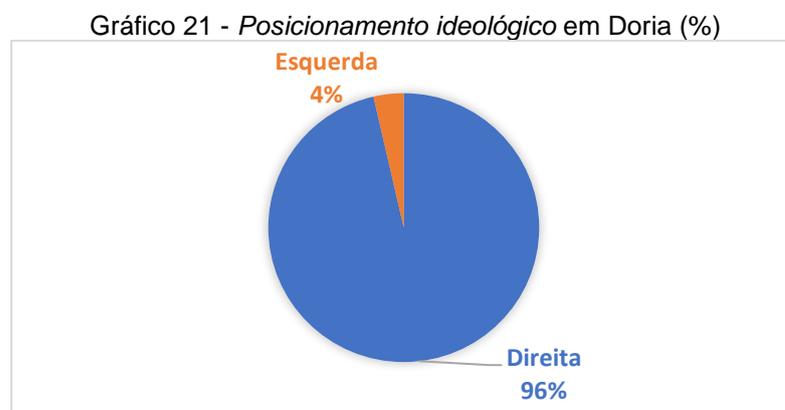
promover o esforço e o trabalho que estava realizando. A *hashtag* característica das suas campanhas, #AceleraSP, esteve sempre presente nestes tuítes.

Pessoal, acabo de sair da Operação Tapa-Buraco. Montamos uma força-tarefa para melhorar as ruas de SP. #AceleraSP. 26/08/2017.

Dos subnós articulados com *Promoção do seu governo* e *Informes sobre o seu governo*, destacaremos *Defesa de PPP's*, mobilizado 64 vezes, e *Oposição a um governo do PT*, mobilizado e 21 ocasiões. João Doria constantemente destacava as parcerias públicos privadas realizadas em seu governo, nos mais diversos âmbitos. Obras de monumentos públicos, praças, prédios e estradas com ajuda de empresas privadas eram feitas semanalmente. Para ele, estas parcerias garantiam eficiência e tecnologia, aumentando a qualidade dos serviços ofertados a população. Os tuítes em *Oposição a um governo do PT* dizem respeito à gestão de Fernando Haddad (PT) na prefeitura de São Paulo, que foi a que o governo Doria sucedeu. Segundo o tucano, Haddad deixou a prefeitura em uma situação muito complicada, endividada e com os serviços públicos em péssimas condições.

4.1.4.4. **Posicionamentos ideológicos**

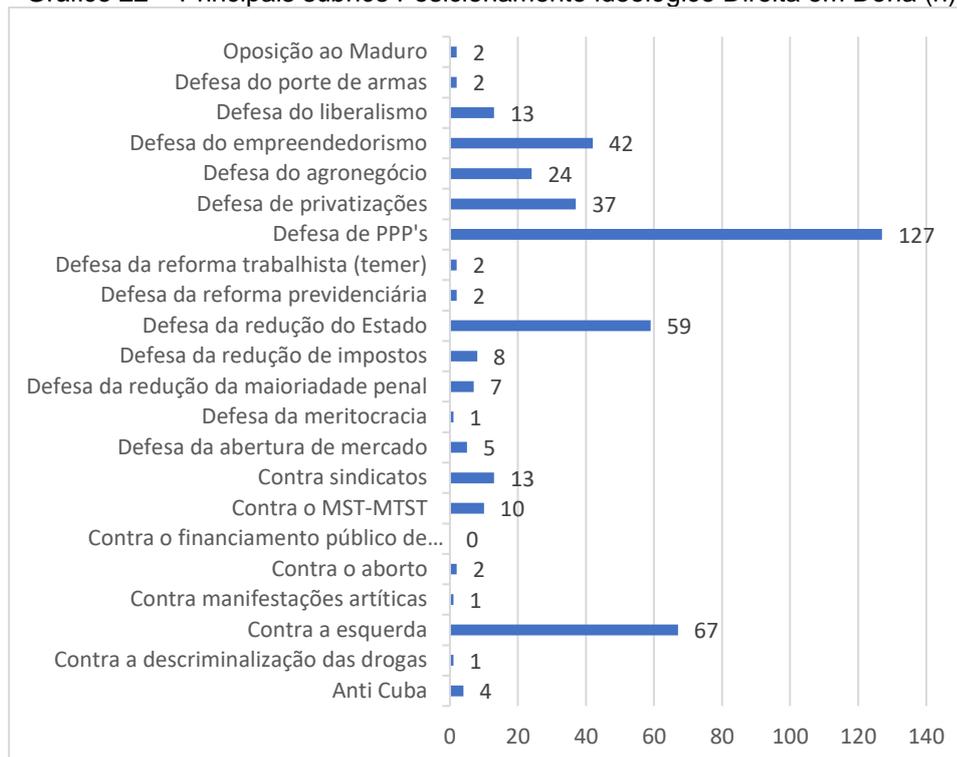
Veremos agora como foram os posicionamentos ideológicos dentro da conta de João Doria.



Fonte: Elaboração própria. N=361

Dentro dos 361 tuítes em *Posicionamento ideológico* na conta de Doria, 96% estão inseridos a *Direita* do espectro ideológico, e apenas 4% a *Esquerda*. Dada a grande diferença de um espectro para o outro, daremos maior destaque aos tuítes de *Direita*.

Gráfico 22 – Principais subnós Posicionamento ideológico Direita em Doria (n)



Fonte: Elaboração própria.

Vemos nestas codificações uma predominância de sentidos referentes ao tamanho do Estado, e de sentidos que marcam o antagonismo a elementos dentro da *Esquerda* do espectro ideológico.

Observamos que o Doria construiu um discurso liberal muito forte em torno do Estado mínimo. Isto se evidencia no alto número de codificações em *Defesa de PPP's*, *Defesa da redução do Estado* e *Defesa de privatizações*. Desde que surgiu para a disputa política, no final de 2015, o tucano defendeu constantemente a redução da máquina pública, principalmente através de parcerias público privadas e privatizações de empresas estatais. Como já dito quando analisamos o subnó *Promoção da sua candidatura*, João Doria declarava em sua campanha que o Estado deveria servir apenas para ofertar saúde, segurança e educação, com restante sendo destinado ao setor privado, garantindo a eficiência dos serviços ofertados e poupando dinheiro do Estado com coisas não tão importantes.

Sou um liberal, acredito num Estado menor, focado nas prioridades para a população. #AceleraSP #DoriaGovernador #Vote45 #JoãoDoria45. 21/09/2018.

Os tuítes em *Contra esquerda*, segundo mais recorrente dentro dos posicionamentos de *Direita*, também tiveram parte de sua sustentação através do antagonismo contra o tamanho do Estado. Doria alegava que um Estado

maior era coisa de partidos esquerdistas, socialistas, que usam a máquina pública como cabide de emprego. A grande maioria destas codificações neste subnó foi a partir do segundo turno das eleições 2018, quando Doria enfrentou Marcio França (PSB) na disputa pelo governo do Estado. Novamente, como já foi dito quando mostramos a campanha de 2018, Doria se colocou como um político anti-esquerda, a fim de antagonizar com o seu adversário na disputa do governo do estado de São Paulo. Ainda dentro dos sentidos de direita, houveram outros subnós que atacam diretamente aspectos da Esquerda, e exaltam a identidade anti-esquerdista de João Doria, são eles: como *Anti Cuba*, *Contra MST-MTST*, *Oposição ao Maduro* e *Contra sindicatos*.

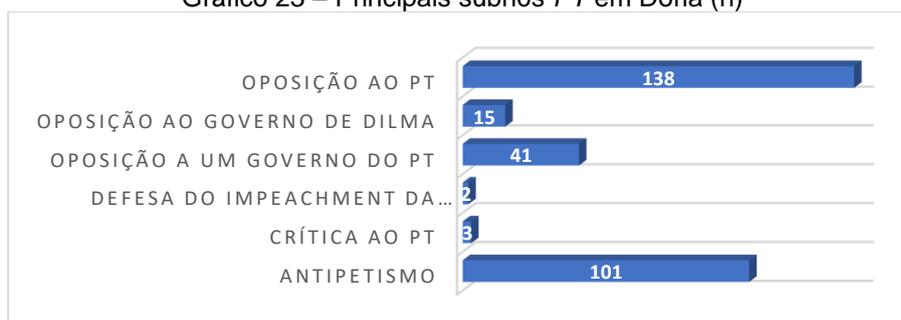
Neste 2º turno, a população irá escolher o candidato que melhor representa seus ideais. O Márcio França é de esquerda e recebe o apoio até de radicais como o MST. Vamos defender São Paulo dessa turma! #DebateGlobo #AceleraSP #DefendaSP #DoriaGovernador #Vote45 #JoãoDoria45

Em nossa gestão, digo e repito: os policiais serão valorizados, melhor remunerados e terão todas as condições necessárias para desempenhar um bom trabalho. É polícia nas ruas e bandidos na cadeia! #AceleraSP #DefendaSP #DoriaGovernador #Vote45 #JoãoDoria45 #JoãoTrabalhador. 25/10/2018

Quando assumimos a Prefeitura, havia uma fila de 485 mil exames de imagem na capital. Com uma medida inovadora, zeramos a fila em 83 dias. Ainda há muito por fazer para melhorar a saúde pública no Estado, e o Corujão da Saúde pode e deve ser levado para outras cidades. #AceleraSP. 20/08/2018

4.1.4.5. PT

Gráfico 23 – Principais subnós PT em Doria (n)



Fonte: Elaboração própria.

Embora não tenha sido o nó com o maior número de recorrências, os pronunciamentos de Dória sobre o Partido dos Trabalhadores sempre foram muito contundentes, e de forma antagônica. Já nas suas primeiras manifestações referente ao partido, antes de ser pré-candidato à prefeitura de São Paulo, Doria se pronunciava de forma opositorista ao governo de Dilma e ao Lula. Quando ganhou maior notoriedade política a partir de sua eleição, Doria

começou a atacar o ex-presidente Lula, chamando-o de mentiroso, corrupto, ladrão, cara de pau, alguém que não trabalha, que deveria ser preso e quem destruiu o país. Enquanto prefeito de São Paulo, Doria realizava diversos vídeos durante seu dia a dia, mostrando suas atividades na prefeitura. Em alguns destes vídeos, o tucano exaltava seu trabalho na prefeitura a fim de comparar com, segundo ele, as mazelas que Lula e PT fizeram ao país. Abaixo, dois tuítes desta fixação de antagonismo em torno de Lula, e uma capa da revista Isto É, compartilhada por ele, que exemplifica como ele começou a se constituir enquanto sujeito político antagônico ao PT e a Lula.

Mais que anti-Lula, sou a favor do Brasil! #AceleraBR #JoãoTrabalhador #VivaBR. 05/08/2017

Lula, sua hora chegou! Viva a justiça! #LulaNaCadeia. 05/04/2018

Imagem 4 – Doria anti-lula



Fonte: *Twitter* João Doria

Houve uma intensificação destes pronunciamentos antipeetistas e oposicionistas ao PT no segundo turno das eleições 2018. Doria começou a construir sua imagem junto a de Bolsonaro a fim de antagonizar ao PT e ao seu adversário Marcio França, e isso se manifesta nas correlações que *Oposição ao PT* e *Antipeetismo* tiveram com *Promoção da sua candidatura*, *Apoio Jair Bolsonaro* e *Ataque ao concorrente eleitoral*. Não nos estenderemos neste assunto pois já relatamos estas articulações na análise do subnó *Promoção da sua candidatura*, na subseção 4.1.4.3. Deixaremos apenas duas imagens compartilhadas pela conta de Doria, que ilustram estas articulações estes antagonismos que o tucano buscou fixar.

Imagem 5 – Esquerda x Bolsodoria



Fonte: *Twitter* de João Doria.

Imagem 6 – França/PT x Doria Anti-Petista



Fonte: *Twitter* de João Doria

4.1.4.6. Considerações gerais sobre a conta

Ao analisarmos a conta de João Doria no *Twitter*, foi possível observar que o perfil na rede social passou por três momentos distintos entre as eleições de 2014 e 2018. O primeiro momento: a) referente ao período das eleições de 2014 até outubro de 2015, João Doria utilizou a rede social de maneira mais simples, postando o seu dia a dia como empresário, os eventos que organizava e participava, assuntos relacionados aos seus programas na televisão, e registros de alguns de seus momentos de laser. O segundo momento: b) a trajetória de Doria na prefeitura de São Paulo, da sua campanha nas eleições até o final do seu mandato. Neste período, o sujeito em questão adotou uma postura bastante midiática em cima da sua imagem na rede social. Buscou construir sua identidade através de uma figura de sucesso no ramo empresarial, e que estava entrando na vida pública não para ser político, mas para ser gestor e ajudar as pessoas através das suas virtudes. Também se caracterizou como um grande

defensor do Estado mínimo, dada a sua proximidade com o setor privado. No seu mandato fez amplo destaque às privatizações, PPP's e enxugamento da máquina pública. Doria também se colocou como um político antagônico à Lula, alguém honesto, que não rouba, que ama o Brasil e que trabalha forte para conquistar os seus objetivos. O último momento c) sua campanha para governador nas eleições 2018, que seguiu a mesma lógica midiática das eleições 2016, só que de maneira mais antagônica ao tamanho do Estado, a esquerda e ao PT. Promoveu o seu governo na capital paulista, destacando o êxito em reduzir o tamanho do Estado através de privatizações e concessões. A segurança pública foi uma pauta importante na campanha de Doria, carregando sempre um teor de medo, de que era necessário policiamento ostensivo para combater os bandidos e coloca-los na cadeia. No segundo turno, Doria se alinhou ao Bolsonaro – criando o slogan *Bolsodoria* – para fixar seu antagonismo no PT e na esquerda. Através disto, realizou duros ataques durante o segundo turno ao seu adversário, Marcio França, atrelando a imagem dele à de Lula, do PT, e de outros símbolos da esquerda.

Estes três momentos descritos na conta de Doria coincidem parcialmente com os três momentos estabelecidos em nossa hipótese. Com exceção do período governo Dilma, o qual ainda Doria não estava presente diretamente na disputa política, os momentos tem como um dos antagonismos importantes para a constituição de sua identidade o Partido dos Trabalhadores.

João Doria acabou não destacando seu partido, foram apenas 29 tuítes no nó *PSDB*, sendo 19 em *Promoção de um político partido*, 7 em *Promoção PSDB*, 5 em *Promoção da candidatura do partido para presidente*, e 1 em *Informes sobre o partido*²⁴. Mara Gabrili, Geraldo Alckmin, Franco Montoro e Mario Covas foram os políticos tucanos mais lembrados por Doria. Os tuítes que Doria promoveu o partido trataram dos eventos que a sigla realizava, como convenções nacionais e estaduais. E o terceiro nó secundário mais frequente, foram os tuítes que Doria promoveu a candidatura de Alckmin para a Presidência da República.

Embora tenha defendido o *impeachment* de Dilma, o nó *Temer* não acumulou nenhum tuite sequer, mostrando que o ex-prefeito e atual governador

²⁴ Lembrando que cada tuite pode ser codificado em mais de um subnó, por tanto o número de recorrências em cada nó secundário não coincide com o total de codificações dentro do nó principal.

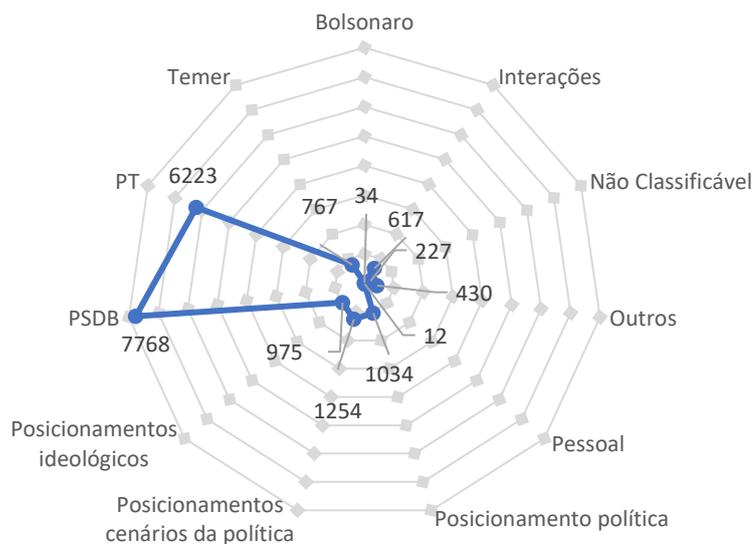
de São Paulo não obteve vínculos políticos com ex-presidente pemedebista em seu *Twitter*. A única vez que Michel Temer apareceu no perfil de Doria foi quando o tucano divulgou um evento em que o ainda vice-presidente da Dilma participava. Sobre Jair Bolsonaro, presidente eleito em 2018, Doria foi o único sujeito do PSDB desta pesquisa que o apoiou publicamente no enfrentamento contra Fernando Haddad. Embora o nó *Bolsonaro* não tenham sido os mais recorrentes, os tuites que apareceram foram importantes para construir a identidade política de Doria no segundo turno das eleições de 2018, como um político antipetista, anti-esquerdista, conservador, de direita e defensor do Estado mínimo.

Portanto, concluímos que o discurso de Doria no Twitter entre eleições 2014 e 2018 foi construído a partir de um ponto nodal que se constituiu no antagonismo ao PT/esquerda. Doria viu no PT a representação da esquerda, que defende um Estado maior, corrupto, atrasado, ineficiente e defensor de bandidos. Em vista desta relação antagônica, Doria construiu sua identidade política como um sujeito moderno, não-político, gestor, fundamentado em sentidos discursivos de direita, como o liberalismo econômico – redução da máquina pública e ampla liberdade de mercado - e o conservadorismo punitivista – criminalização de movimentos sociais e defesa do encarceramento em massa.

4.1.5. O *Twitter* do PSDB

Das contas aqui analisadas, a do PSDB é a com o maior número de tuítes durante o período de investigação, com 17423 postagens. As postagens dentro do *Twitter* tucano apresentaram diversas características, variando entre mensagens de texto tradicionais, imagens com apontamentos sobre a política brasileira, charges críticas, matérias do site do partido, vídeos de campanhas nacionais, divulgação de notícias sobre o país, entre outras coisas. Nos gráficos abaixo veremos como se deu a dispersão do nós e subnós dentro do perfil tucano.

Gráfico 24 – Principais nós *Twitter* PSDB – 2014 até 2018 (n)

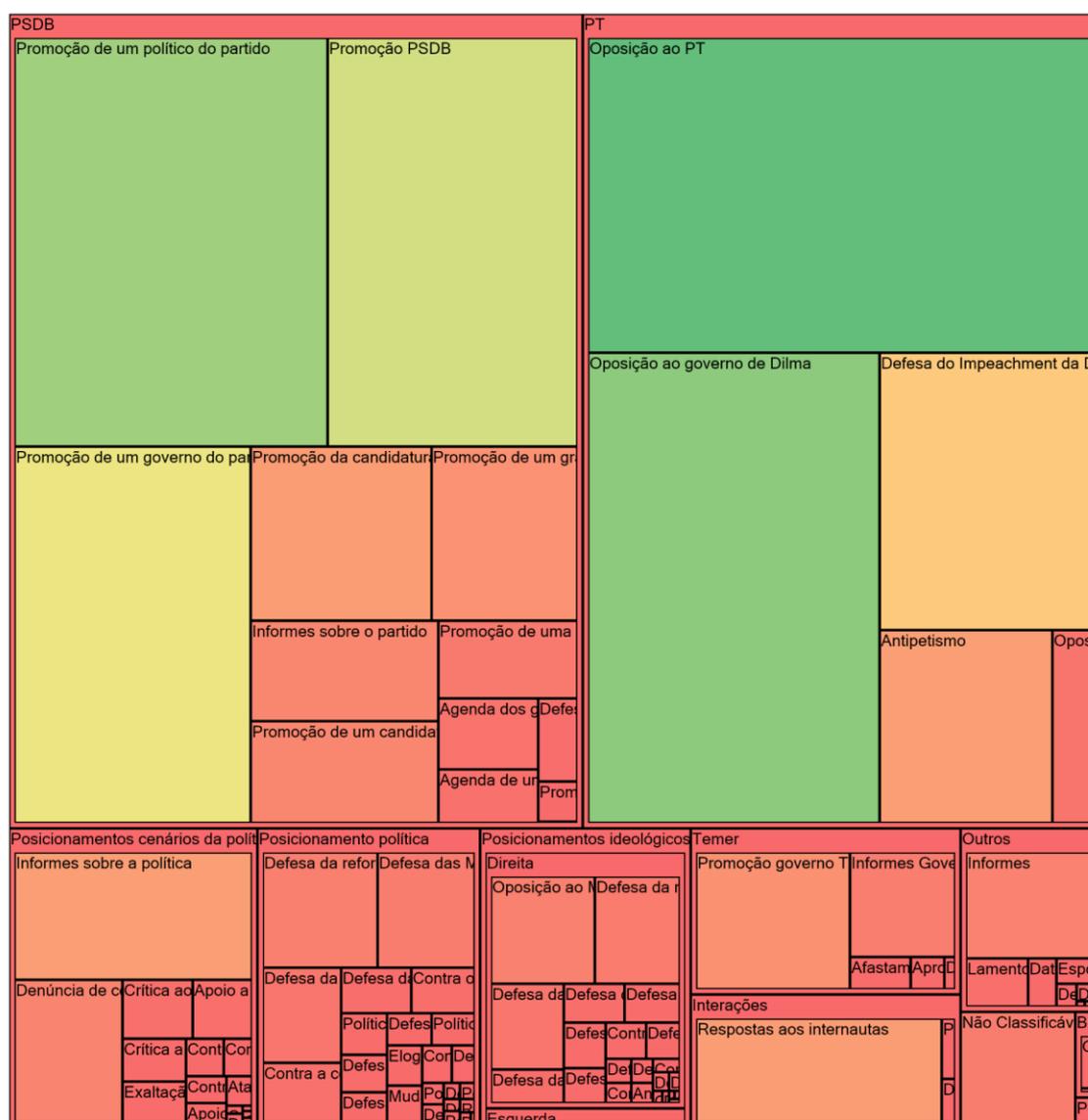


Fonte: Elaboração própria.

O Gráfico 24 mostra que dos 17423 tuítes dentro da conta do PSDB, 7768 estão presentes no nó *PSDB*, 6223 em *PT*, 1254 em *Posicionamentos cenários da política*, 1034 em *Posicionamento política*, 975 em *Posicionamentos ideológicos*, 767 em *Temer*, 617 em *Interações*, 430 em *Outros*, 227 em *Não Classificável*, 34 em *Bolsonaro*, e 12 em *Pessoal*.

Gráfico 25 - Principais subnós Twitter PSDB – 2014 até 2018

Nós comparados por número de referências de codificação



Fonte: Elaboração própria.

O Gráfico 25 mostra o mapa em árvore dos nós secundários na conta do PSDB. Os 10 principais sentidos foram: *Oposição ao PT*, com 2875 codificações; *Oposição ao governo de Dilma*, com 2484; *Promoção de um político do partido*, com 2312; *Promoção PSDB*, com 1849; *Promoção de um governo do partido*, com 1611; *Defesa do impeachment de Dilma*, com 1073; *Antipetismo*, com 599; *Informes sobre a política*, com 599; e *Respostas aos internautas*, com 584.

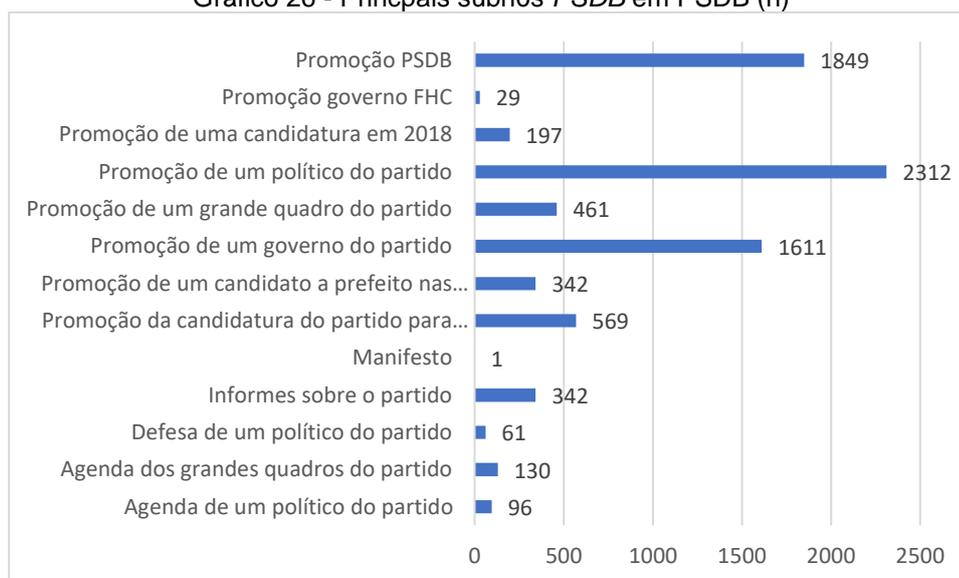
Como podemos ver, cerca de 80% dos tuítes referem-se a assuntos relacionados à própria sigla, ou a sentidos antagônicos ao Partido dos Trabalhadores. Não houve nenhum subnó entre os 10 mais recorrentes que versasse sobre outra temática. Tais fatos nos indicam de que o discurso construído no perfil tucano foi a partir deste dualismo entre PT e PSDB que

constituiu o cenário político das eleições brasileiras até 2018. Além dos dois nós referentes a estes partidos, nas subseções seguintes também discorreremos sobre outros tópicos que tiveram relevância dentro da conta do PSDB, e que são importantes para averiguar a identidade discursiva da sigla no período de estudo. Portanto, começaremos analisando os nós *PSDB*, *PT* e *Temer* – três nós centrais para a disputa política nacional no período de estudo – e logo em seguida os posicionamentos – *Posicionamento cenários da política*, *Posicionamento política*, e *Posicionamentos ideológicos*-, a fim compreender as principais pautas deliberadas pelo partido.

4.1.5.1. PSDB

O primeiro nó trabalhado será o mais recorrente dentro do perfil tucano, que diz respeito sobre os sentidos que envolvem o próprio partido. No gráfico abaixo, a disposição dos nós secundários dentro de *PSDB* na conta oficial da sigla.

Gráfico 26 - Principais subnós *PSDB* em PSDB (n)



Fonte: Elaboração própria.

Detalharemos aqui os sentidos que consideramos mais relevantes para análise, começando por *Promoção PSDB*, segundo subnó mais recorrente, que busca promover a própria agremiação. Os tuítes codificados neste nó secundário são referentes a eventos, campanhas de filiação, convenções, ações locais, governos, políticos, propagandas em âmbito nacional, e toda e qualquer postagem que destacassem as ações do PSDB. Uma grande parcela destes tuítes foram os 567 codificados juntamente com *Respostas aos internautas*, quando o veículo tucano respondeu cada conta que interagiu com o tuíte do

evento de campanha de filiação, que tinha como slogan a *hashtag* #OposiçãoAFavorDoBrasil, em agosto de 2015.

Ao longo destes anos exaltou-se o fato de o PSDB ser uma sigla que pregava união e de interesses favoráveis ao melhor do Brasil. As principais características que o perfil tucano destacou sobre si foi ser um partido sério, eficaz, transparente, ético e preparado para assumir todos os compromissos. Houveram dois *slogans* que se mostraram presentes nos tuítes destes quatro anos, #OposiçãoAFavorDoBrasil, durante o período de oposição ao governo Dilma, e #SempreAFavorDoBrasil, durante o alinhamento com o governo Temer. Como o primeiro slogan indica, o papel do PSDB como a principal força de oposição até 2016 foi bastante mobilizado. Os tuítes que compartilhavam as convenções nacionais, os eventos de filiação e os programas nacionais do partido sempre carregavam esta *hashtag*. E para exaltar este exercício de oposição, o partido destacou o lema “Oposição não é dizer não a tudo. É lutar para defender um país”.

Crie seu avatar e faça parte da #OposicaoAFavorDoBrasil. Acesse: <http://oposicaoafavordobrasil.com.br>. 03/07/2015.

Nestes tuítes em *Promoção PSDB* também foi possível perceber um grande otimismo com o futuro da sigla após o resultado das eleições municipais em 2016, pois havia sido, nas palavras de Aécio Neves, a “mais extraordinária vitória de toda a sua história”. Os tucanos atribuíram este triunfo ao excelente papel de oposição ao governo de Dilma que o partido exerceu, e também ao resgate das bandeiras históricas do partido²⁵. Esta vitória foi classificada como uma Onda Azul e uma vitória do Brasil, pois além de terem vencido em 23,7% dos municípios brasileiros, o PT sofrera uma grande derrota principalmente no enfrentamento com candidatos peessedebistas.

Não houveram muitas articulações com *Promoção PSDB*, além dos 567 em *Respostas aos internautas* citados anteriormente. Foram 153 em *PT*, com destaque aos subnós *Oposição ao PT* (77) e *Oposição ao governo Dilma* (53), em tuítes que o partido buscou se promover exaltando o antagonismo ao PT e ao governo Dilma; 60 em *Posicionamento política*, encabeçado por *Defesa das mulheres* (11), *Contra corrupção* (10), *Defesa da reforma tributária* (8) e *Defesa do parlamentarismo* (8); e por último, destacamos 25 dentro de *Posicionamentos*

²⁵ Estas bandeiras históricas não foram evidenciadas nos tuítes.

Ideológicos Direita, com relação apenas 1 em *Posicionamentos ideológicos Esquerda*.

#PSDB soma mais de 83 mil novas filiações em 2015, e PT obtém menos de 50 mil #MudaBrasil. 13/01/2016

Aécio Neves foi uma figura política centralizadora nos tuítes da conta do PSDB. Embora outros políticos do alto escalão do partido também tenha sido exaltados, o destaque dado ao ex-governador e ex-senador de Minas Gerais foi diferente dos demais. Em imagens e vídeos de promoção do partido, o mineiro era sempre o político de maior destaque. Os informes sobre as medidas que a sigla tomava eram sempre dados por Aécio. Suas falas comentando o cenário político brasileiro eram destacadas com frequência. O partido apostava alto na sua imagem para realizar oposição à Dilma. Os seus feitos na política tinham sempre um tratamento diferente dos demais²⁶, e a todo instante o perfil tucano divulgava pesquisas alegando que ele venceria uma eventual eleição contra Lula ou outro político do PT. A partir do segundo semestre de 2017, com a perda de capital político que o mineiro tivera devido aos casos de corrupção envolvendo a JBS, esta exaltação em torno da imagem de Aécio parou.

Porém, Aécio não foi o único político que a conta oficial do PSDB promoveu, basta observarmos o subnó *Promoção de um político do partido* como o mais recorrente dentro do nó *PSDB*, e *Promoção de um governo do partido* como o terceiro mais frequente. Estas postagens são referentes a tuítes que enfatizavam a atuação de parlamentares (nacionais e regionais) – através de projetos de leis, votações, ações coletivas, ou conquistas – ou de governos, estaduais ou municipais. Sobre os políticos exaltados, percebemos que alguns tiveram uma relevância maior, dentro de contextos específicos, por exemplo: Antônio Anastasia (MG), enquanto era relator do processo de *impeachment* de Dilma, Bruno Araújo (PE), enquanto ocupava o Ministério das Cidades no governo de Michel Temer, José Serra (SP) e Aloysio Nunes (SP), enquanto ocupavam o Ministério das Relações Exteriores. A partir do segundo semestre de 2017, houve uma intensificação no *Twitter* do PSDB de postagens que enalteciam os membros e governos do partido, coincidência ou não, logo após Aécio Neves se afastar da presidência nacional do PSDB. O governo estadual

²⁶ Os tuítes que destacavam os feitos e as falas de Aécio Neves foram codificados em *Promoção de um grande quadro do partido*.

de Alckmin, que antes não era tão exaltado, também passou a ser muito mais lembrado pelo veículo tucano.

Dos 569 tuítes em *Promoção da candidatura do partido para presidente*, foram 16 referentes à candidatura de Aécio, em 2014, e 553 em alusão à campanha de Alckmin, em 2018. Focaremos aqui no presidencial de 2018, o qual os tuítes começaram em março de 2018. A chapa de Alckmin foi autoavaliada como "centro democrático" dentro da disputa eleitoral. O candidato que estava indo contra os radicalismos da extrema-direita, de Bolsonaro, e da extrema-esquerda, do PT. O perfil tucano exaltava que não era hora para aventureiros, e por isso Alckmin era o único capaz de unir o país e retomar o rumo do crescimento, pois era o mais preparado, experiente e ético. Diferente do perfil de Geraldo, a conta do PSDB não realizou tantos ataques a outros candidatos, buscou sempre destacar a imagem e os governos de Alckmin, a campanha, os comícios, e as propostas. Quando discursos antagônicos foram realizados, o foco era o PT, com Bolsonaro se tornando um alvo apenas na reta final das eleições. Em relação ao PT, o perfil tucano compartilhava falas de Geraldo alegando que o PT era populista e tinha destruído o país através dos governos de Lula e Dilma, e por isso não podia voltar a governar. Também houveram denúncias de que era um partido corrupto, que lançava candidato na porta da cadeia. Interessante destacar que o PT também serviu de amuleto para deslegitimar o governo Temer, pois, segundo os tucanos, foi o PT quem escolheu Temer por duas vezes. Ataques neste sentido também foram realizados a outros presidentes, como Meirelles, Ciro, Marina e Boulos, que, como já visto anteriormente na análise de Alckmin e que vai de encontro na análise do PSDB, eram todos adoradores do PT por em algum momento na política estarem alinhados aos petistas. Os ataques ao Bolsonaro foram chamando o candidato de despreparado, desequilibrado, incompetente, corporativista e radical. Aconteceram mais ou menos na mesma medida que os ataques ao PT a partir do momento em que o candidato do PSL se mostrou forte na concorrência eleitoral. Geraldo foi colocado no limbo entre os dois adversários.

Depois do desastre do PT e do Temer, nosso país parou de crescer. Com @geraldoalckmin, teremos reformas, a volta da confiança, redução de impostos no setor produtivo e a retomada da nossa economia! #Geraldo45 #DebateSBT. 29/09/2018.

O @geraldoalckmin é o preferido dos brasileiros nas simulações das pesquisas para o segundo turno. Já o Bolsonaro só ganha do PT com seu candidato reserva, pois o titular está preso. Fique atento aos que

tentam desqualificar o processo eleitoral e desvirtuar o debate de ideias. 22/08/2018.

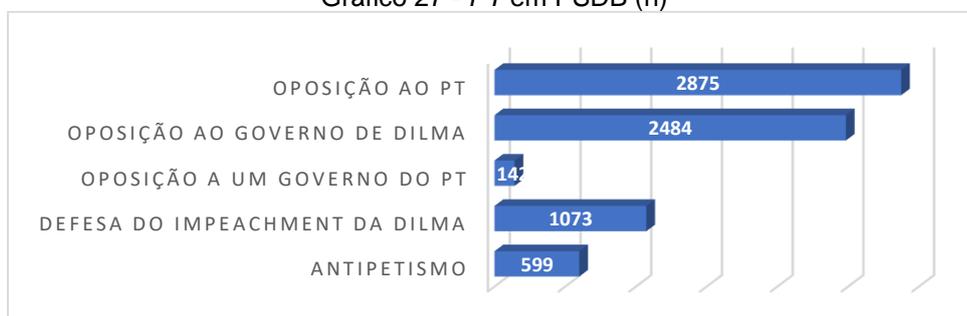
Com @geraldaoalckmin você pode escolher um futuro sem ódio, sem intolerância e sem incompetência. Por isso dizemos: #BrasilSIM! #DebateNaGlobo #Geraldo45 #PartiuSegundoTurno. 05/10/2018.

Os principais nós que se articularam com *Promoção da candidatura do partido para presidente*, além de *PT* e *Bolsonaro* citados no parágrafo anterior, foram: *Posicionamento política*, em 43 oportunidades, onde o principal destaque, com 18 codificações, foi o *sentido Defesa da reforma política*, em tuítes que o perfil tucano compartilhou Alckmin defendendo uma reforma política que diminuísse o número de partidos e aumentasse a representação política; *Posicionamento ideológicos Direita*, em 39 oportunidades, onde o principal destaque foi a *Defesa da redução do Estado*, com 18 codificações, em tuítes compartilhando Alckmin defendendo uma reforma gerencial de Estado a fim de cortar ministérios e diminuir o tamanho da máquina pública; e *Posicionamento cenários da política*, codificado em 20 ocasiões, tendo seu principal destaque o subnó *Contra a radicalidade*, onde o perfil do PSDB tentou colocar a candidatura de Alckmin como a chapa que iria contra os radicalismos que estavam dominando o cenário político brasileiro.

4.1.5.2. PT

Veremos agora como foi a codificação e as características dos tuítes dentro do nó sobre o Partido dos Trabalhadores, o segundo com a maior recorrência dentro do perfil do PSDB. Abaixo o gráfico que ilustra os principais sentidos discursivos mobilizados sobre o partido petista.

Gráfico 27 - PT em PSDB (n)



Fonte: Elaboração própria.

Podemos perceber que assim como nas contas dos sujeitos do partido, todos os tuítes dentro de *PT* carregam características antagônicas ao Partido dos Trabalhadores. Os sentidos *Oposição ao PT* e *Oposição ao governo de Dilma* além de terem sido os mais relevantes dentro do nó *PT*, também foram os de

maior destaque ao considerarmos todos os subnós mobilizados pelo perfil tucano, como vimos no Gráfico 27. Isto evidencia a grande importância que o PT teve na construção do discurso político do PSDB durante o período investigado.

Logo após o resultado do pleito de 2014 a conta do PSDB indicou que faria uma oposição vigorosa ao governo de Dilma. No dia 31/10/2014, o perfil divulgou uma nota alegando que estavam pedindo uma auditoria nas urnas sobre a contagem dos votos. Tal ato mostrou que os tucanos não aceitaram o resultado do jogo eleitoral democrático, questionando o sistema eleitoral brasileiro. Neste período pós eleições 2014, até o momento que Dilma sofrera o *impeachment*, o sentido *Oposição ao governo de Dilma* ocupou a grande maioria dos tuítes da conta. Os tucanos alegaram que a vitória de Dilma não havia sido legítima pois, segundo eles, Dilma e o PT cometeram um estelionato eleitoral, através de acusações que Dilma teria mentido sobre a situação do país e do Governo Federal para ganhar votos, e utilizado a máquina pública para fazer campanha e terrorismo com a população mais pobre através de afirmações falsas sobre Aécio Neves acabar com o Bolsa Família. O PSDB acusava o PT por fazer um vale tudo em troca de um projeto de poder. Por um tempo o partido se manteve esperançoso com a possibilidade de encontrar irregularidades na campanha de Dilma para que fosse possível viabilizar o processo de cassação da chapa. Em alguns momentos a conta tucana chegou até a pedir um terceiro turno.

URGENTE: PSDB pede cassação do registro de candidatura de Dilma Rousseff. 18/12/2014

Por que os brasileiros que desconfiam da lisura da campanha que deu mais um mandato a Dilma Rousseff devem calar-se? 19/12/2014

O PSDB utilizou de vários elementos negativos para construir seu discurso antagônico ao governo de Dilma, são eles: os casos de corrupção na Petrobrás, corrupção na distribuição de cargos dentro do governo, aumento do desemprego no país, aumento da inflação, alta dos juros, baixo poder de compra da população, falta de transparência, incapacidade e irresponsabilidade na administração da máquina pública. O governo também foi chamado de mentiroso, corrupto e populista. A todo instante o perfil tucano divulgava notícias negativas sobre a situação do Brasil, com o intuito de escancarar os erros do Governo Federal.

“A mãe do petrolão”, análise do ITV. 23/02/2015

Mais uma conquista de Dilma: Dólar passa dos 3 reais nas casas de câmbio. 18/12/2014

Dilma subiu os juros e a conta de luz para os brasileiros e agora quer que brasileiros paguem a conta. 09/03/2015

Os principais sentidos discursivos articulados com *Oposição ao governo Dilma* foram: *Denúncia de corrupção na Petrobrás*, 109 vezes, em tuítes que compartilhava-se notícias de escândalos de corrupção na estatal petrolífera que de alguma forma atingiam a imagem da Dilma e do PT; *Crítica ao cenário de eleições*, 56 vezes, em tuítes que se referiam ao estelionato eleitoral já relatado anteriormente; *Promoção PSDB*, 53 vezes, quando criticou-se o governo Dilma exaltado ações, políticos e governos do próprio partido; *Oposição ao Maduro*, 33 vezes, em tuítes que o perfil tucano criticou a omissão e a conivência de Dilma com a violação de direitos humanos praticada pelo governo venezuelano de Nicolás Maduro; *Defesa da democracia*, 21 vezes, em tuítes que a conta do PSDB denunciava ações antidemocráticas do governo petistas; e *Contra a corrupção*, 20 vezes, em tuítes que os peessedebistas mobilizavam o significativo corrupção diretamente ao governo Dilma.

Na sua conta do *Twitter*, o partido demorou para tomar uma posição clara sobre o *impeachment*. Conforme já verificado, inicialmente os peessedebistas queriam encontrar irregularidades na chapa de Dilma-Temer para que assim houvessem novas eleições, pois os tucanos estavam otimistas que Aécio Neves venceria. Outra opção era que a própria Dilma renunciasse, pois na visão dos tucanos, ela não tinha mais governabilidade. Em algumas situações o perfil divulgava algumas falas de membros do partido que defendiam o *impeachment*, porém, havia cautela na hora de tomar uma posição final sobre o assunto. No momento em que alguns mecanismos jurídicos foram encontrados, a conta oficial do PSDB começou a defender o *impeachment* de maneira aberta. Estes tuítes foram codificados em *Defesa impeachment Dilma*, que também teve um número alto dentro do perfil tucano, sendo o sexto sentido discursivo mais recorrente dentro da conta.

O PSDB mobilizou o *impeachment* na rede social através das convocações para as manifestações que aconteceram pelo Brasil enquanto o processo se estendia²⁷. Os elementos que embasaram este discurso pelo

²⁷ O processo de *impeachment* teve início em dezembro de 2015, e foi encerrado, com Dilma deposta, em agosto de 2016.

impeachment foram os mesmos dos encontrados no nó de *Oposição ao governo Dilma*, com pronunciamentos sobre a presidenta não tinha mais condições de governar dada a sua ineficiência e seu partido corrupto, e sua saída precisava ser imediata para o país retomar o rumo do crescimento. Os tucanos ainda elencaram uma série de problemas do Poder Executivo para sustentar as suas justificativas pela necessidade do *impeachment*, são elas: decretos ilegais, realizados por Dilma, com o objetivo de ampliar os gastos do orçamento; pedaladas fiscais, manobra que consistia no atraso de repasses e subsídios para instituições financeiras públicas e privadas que financiariam despesas do governo; abuso de poder político e econômico, referente à campanha de Dilma nas eleições em 2014; corrupção na Petrobrás, referente a omissão de Dilma sobre os incidentes envolvendo a estatal petrolífera; caso Pasadena, com relação a compra da refinaria de Pasadena, nos Estados Unidos, que gerou um enorme custo ao Estado brasileiro; caixa dois na campanha eleitoral de Dilma em 2014 e 2018; Petrobrás investigada no TCU; e prisão de Delcídio Amaral, líder do governo.

A defesa da democracia, defesa da constituição, e a corrupção também foram sentidos discursivos importantes para a consolidação desse discurso pró-*impeachment*. Os atos relatados pela conta do PSDB, que foram descritos no parágrafo anterior, evidenciavam que o PT cometera diversos casos de corrupção para conseguir se manter no poder. Os tucanos alegavam que o país precisava dar um recado de que a lei é para todos, e por isso o *impeachment* era necessário para defender a democracia e a constituição brasileira.

Descubra as oito #RazõesParaImpeachment de Dilma Rousseff e vote na nossa enquete 17/12/2016

Para autores do pedido de impeachment, Dilma violou a democracia e enganou brasileiros. 31/03/2016

PSDB é sim pelo Brasil, sim pelo impeachment! #ImpeachmentJá. 10/08/2016

Os tuites codificados em *Oposição ao PT* foram constantes no período investigado, sendo realizadas durante o governo Dilma, durante o governo Temer, e nas eleições 2018. Enquanto Dilma estava ocupando o Palácio do Planalto, fazia-se duras críticas ao partido petista, e buscou constantemente envolver a imagem Partido dos Trabalhadores em casos de corrupção, especialmente a do ex-presidente Lula. Como podemos ver no tuite abaixo, foi

comum o perfil compartilhar denúncias de corrupção e repasses de propina tentando ligar a pessoa envolvida com o presidente eleito em 2002 e 2006.

A pedido do lobista Fernando Baiano, Bumlai intermediou palestra do amigo Lula em Angola #OperaçãoLavaJato. 29/12/2015

Quando Temer assumiu o Governo Federal, a todo instante buscavam destacar a herança maldita deixada pelo PT. Alegava-se que o país só iria conseguir sair da crise depois de muito tempo, e para isso devia-se confiar no novo governo. Quando a economia dava sinal de melhoras, o perfil do PSDB destacava novamente estas heranças malditas do governo Dilma, e como o *impeachment* foi importante para retomar o crescimento do país. As notícias dos casos de corrupção envolvendo o PT também continuaram a ser constantemente compartilhadas com o objetivo de desestabilizar a imagem dos petistas. Um ponto importante dentro de *Oposição ao PT* durante este período pós-queda de Dilma foi nas eleições em 2016, onde o perfil tucano destacou as derrotas que o PT teve nos pleitos municipais.

Para tucano, sucateamento na Embrapa é mais uma “herança maldita” das gestões petistas. 26/10/2016.

PF conclui que apelido “Amigo” em planilha de propina da Odebrecht é referência a Lula. 25/10/2016.

Resultado das eleições no 2º turno vai sacramentar a ‘derrocada generalizada’ do PT, diz @geraldoalckmin_. 27/10/2016

Como já foi relatado ao analisarmos outros sentidos que se referem a campanha presidencial de 2018, não nos estenderemos em como foi a *Oposição ao PT* durante o período eleitoral, pois a construção desde discurso antagônico dentro do perfil do PSDB é semelhante com o que foi apresentado no *Twitter* de Alckmin, presidenciável peessedebista. A campanha tucana primeiramente tinha PT e Lula como principais antagonistas, reforçando o discurso de que seria um desastre para o país caso os petistas voltassem ao governo federal, dado o histórico de corrupção e irresponsabilidade do partido no comando da Presidência da República. Com o passar da campanha, o perfil tucano aumentou o tom e rotulou o candidato do PT de extremista e radical.

O PT e seus aliados quebraram o Brasil, e é por isso que surgiu a PEC do Teto. Com @geraldoalckmin, educação básica, saúde e segurança pública serão prioridades. Assista! #GeraldoNaRedeTV #DebateRedeTV 18/09/2018

"Nós já tivemos a experiência do PT e o resultado: 13 milhões de desempregados, criminalidade nas alturas e empresas fechadas."
#DebateNaGlobo #Geraldo45. 05/10/2018

"Atenção como os radicais são parecidos: - Plano real - o PT votou contra o Plano Real; o Bolsonaro, também. - Quebra do monopólio das telecomunicações - o PT votou contra o Plano Real; o Bolsonaro, também. - Quebra do monopólio do petróleo também."
#OVotoNaRecord #Geraldo45. 01/10/2018

Os sentidos discursivos mobilizados com *Oposição ao PT* se assemelham com os que foram articulados em *Oposição ao governo de Dilma*, porém destacamos três que não tiveram tanto destaque anteriormente. *Promoção governo Temer* (37), em tuítes que exaltavam a retomada da economia pós *impeachment*. *Exaltação Sergio Moro* (30), em tuítes que a conta tucana exaltava a figura do juiz da Operação Lava-Jato com o intuito de antagonizar com o Partido dos Trabalhadores. E *Apoio a Operação Lava-Jato* (20), em tuítes que se defendia a operação de combate a corrupção a fim de diminuir a imagem do PT.

Em *Antipetismo* codificou-se as publicações com tons pejorativos ao PT, principalmente em tuítes exaltados chamando o partido de corrupto, populista ou outros insultos. Postagens que visavam debochar de algum integrante do partido também foram classificados neste sentido. Dentro deste *subnó*, foi muito comum o uso de charges para realizar oposição ao PT, ao governo Dilma, e para ridicularizar membros importantes do partido, a exemplo das duas imagens abaixo.

Imagem 7 – Tchau, querida.



Fonte: Twitter PSDB.

Imagem 8 – Pacotão do Impeachment



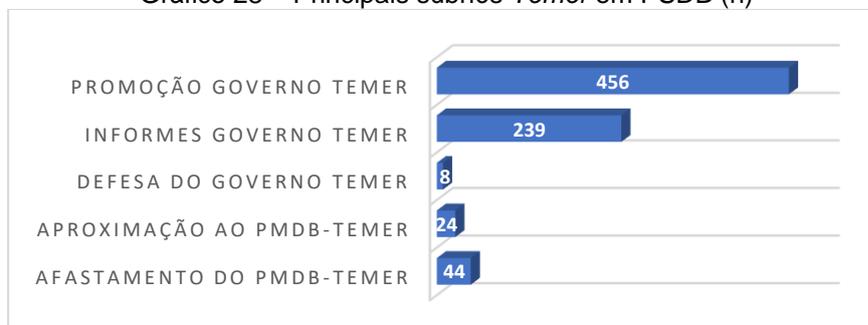
Fonte: Twitter PSDB.

Para não passar batido, destacaremos brevemente *Oposição a um governo do PT*, subnó de menor recorrência dentro do nó sobre o PT, com 146 codificações. Como o nome já indica, os tuítes classificados neste sentido discursivo dizem respeito a postagens que visam combater algum governo de estado ou município comandado pelo PT. O governo mais criticado pela conta tucana foi o de Fernando Pimentel, no estado de Minas Gerais.

4.1.5.3. *Temer*

Entraremos agora na análise do nó *Temer*, que representa os tuítes relacionados ao Governo Federal formado após a saída de Dilma, em 2016.

Gráfico 28 – Principais subnós *Temer* em PSDB (n)



Fonte: Elaboração própria.

O Gráfico 28 mostra que perfil tucano esteve bem relacionado com governo do PMDB, visto que os sentidos positivos com relação ao Temer foram predominantes. Porém, a partir do momento que o PSDB lançou Alckmin como pré-candidato à Presidência da República, os peessedebistas buscaram se desvincular dos emedebistas.

Primeiramente abordaremos as 24 codificações no subnó *Aproximação PMDB-Temer*, que dizem respeito ao período enquanto Dilma era presidenta. Como vimos, o PSDB fez campanha forte pelo *impeachment*, mas no seu *Twitter* acabou se mostrando um pouco neutro na hora de avaliar Michel Temer como

possível Presidente da República. Os tucanos sinalizavam uma abertura em manifestações onde o partido mostrou estar disposto a ajudar o Brasil através de suas contribuições que tinham para o país. Com o processo de *impeachment* rumando para sua conclusão, o PSDB apresentou uma série de propostas ao Temer para apoiá-lo no seu governo, são elas: a) combate a corrupção; b) reforma política; c) renovação das práticas políticas e profissionalização do Estado; d) manutenção e qualificação dos programas sociais; e) revisão dos subsídios fiscais para fomentar o crescimento, responsabilidade fiscal; f) combate rigoroso a inflação; g) simplificar o sistema tributário h) reformas para a produtividade; i) maior abertura e integração do Brasil com o mundo; j) sustentabilidade em prática; k) reformulação das políticas de segurança pública; l) educação para a cidadania; m) mais saúde para salvar vidas; n) nação solidária: mais autonomia para estados e municípios.

PSDB entrega a Michel Temer carta com 15 pontos que deverão nortear o apoio da legenda a um possível novo governo. 04/05/2016

.@AecioNeves sobre o novo governo: "Vamos não só torcer para que ele dê certo, vamos ajudar a que dê certo." 19/05/2016

Como já se sabe, o PSDB incorporou o governo Temer através dos seguintes políticos: Alexandre Moraes, no Ministério da Justiça; Luislinda Valois, no Ministério dos Direitos Humanos; Bruno Araújo, no Ministério das Cidades; José Serra e depois Aloysio Nunes, no Ministério das Relações Exteriores e Antônio Imbassahy, na Secretaria de Governo da Presidência da República. Por causa deste apoio, *Promoção Governo Temer* e *Informes Governo Temer* tiveram um número alto de codificações. Em 2016 em 2017 os tucanos buscaram exaltar o governo do PMDB, divulgando informações de que a economia estava se recuperando depois da “herança maldita” do PT, e promovendo ações que o governo realizara, principalmente a partir de seus membros nos ministérios. Isto se manifesta ao observarmos que *Oposição ao PT (37)* e *Promoção de um político do partido (27)* foram os principais sentidos discursivos articulados com *Promoção Governo Temer*.

Deputados avaliam que melhora nos índices econômicos sinaliza retomada do crescimento. 14/02/2017.

Após Dilma, inflação atinge menor índice no país desde 1994. 07/04/2017.

Mesmo apesar das fortes pressões após as denúncias de corrupção envolvendo Temer e a JBS, em 2017, o PSDB se manteve firme no apoio ao governo do PMDB. Para os tucanos não era hora de promover mais uma crise política, pois o país estava começando a se recuperar do estrago que o PT tinha deixado, visto que a economia começara a dar sinais de melhora. As reformas – política, trabalhista e previdenciária – também não poderiam estagnar, e o novo governo estava sendo fundamental para elas irem adiante. Os tuítes que continham estes sentidos foram codificados em *Defesa do Governo Temer*.

A partir do momento em que o partido anunciou a pré-candidatura de Geraldo Alckmin para a Presidência da República, a conta tucana começou a se desvincular do governo de Michel Temer e do PMDB, e estes tuítes foram codificados no subnó *Afastamento PMDB-Temer*. Em novembro de 2017 o perfil compartilhou uma fala de Fernando Henrique Cardoso com os seguintes dizeres: “ou o PSDB desembarca do governo, em dezembro, ou se embaralha com o PMDB”, porém, não houve nenhuma transição dentro do *Twitter* do PSDB entre o momento de apoio e de afastamento ao Temer. O partido não comunicou a saída da coalizão de governo. Estas manifestações referentes ao afastamento dos tucanos com os peemedebistas aconteceram quando a conta do PSDB compartilhou uma série de entrevistas do Alckmin, já como pré-candidato à Presidência da República, onde o candidato vinculava Temer ao PT, na tentativa de se defender de críticas que diziam que o seu possível governo seria uma continuidade do governo de Michel Temer, dada a proximidade dos peessedebistas com os peemedebistas no início do governo chefiado pelo PMDB. Durante toda a campanha eleitoral, o perfil do PSDB enfatizou que o governo de Temer só aconteceu por causa do PT, que havia lhe escolhido duas vezes para ocupar a vice-presidência.

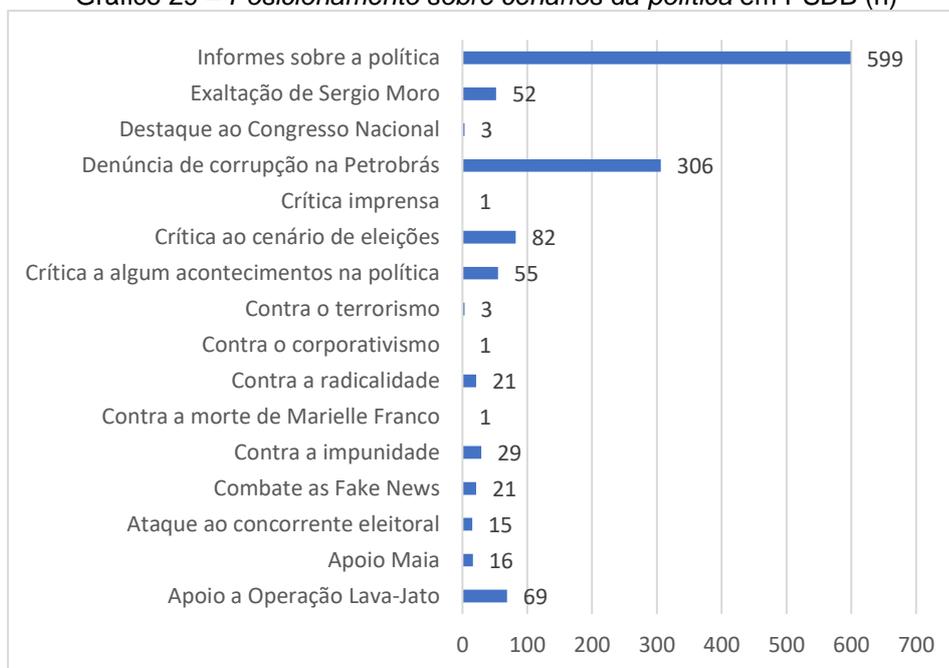
Eu não escolhi o Temer. Quem escolheu o Temer foi o PT. Se dependesse de mim ele não estaria eleito. | #AlckminNaJovemPan
<http://jp.com.br/aovivo.19/06/2018>

Uma parte dos tuítes em *Afastamento PMDB-Temer* também diz respeito à tuítes antagônicos ao ex-presidente da Câmara dos Deputados Eduardo Cunha. Apesar de terem articulado o processo de impeachment juntos, o perfil tucano nunca mostrou proximidade com ex-deputado peemedebista, e quando se pronunciou sobre afastamento de Cunha da Câmara dos Deputados o PSDB sempre se mostrou a favor.

4.1.5.4. Posicionamento cenários da política

Descreveremos agora os tuítes codificados dentro do nós *Posicionamento cenários da política*, que versa sobre os acontecimentos políticos durante o período de estudo.

Gráfico 29 – Posicionamento sobre cenários da política em PSDB (n)



Fonte: Elaboração própria.

Nos parágrafos a seguir não comentaremos sobre o subnó mais recorrente, pois tratam-se de tuítes protocolares com informações sobre acontecimentos dentro da política. Dos sentidos discursivos codificados dentro de *Posicionamento cenários da Política*, destacaremos aqueles que envolvem o tema da corrupção, e que serviram como elemento para discursos antagônicos ao PT. *Denúncia de corrupção na Petrobrás*, como vimos, foi o segundo nó secundário com o maior número de codificações. Grande parte destes tuítes se referiram a compartilhamentos de notícias com relação aos escândalos de corrupção da Petrobrás, no intuito de desestabilizar o governo de Dilma Rousseff. *Exaltação de Sergio Moro* e *Apoio a Operação Lava-Jato* também foram sentidos importantes na construção do discurso contra o PT. O perfil tucano exaltou a Operação Lava Jato e o papel do juiz federal Sergio Moro no combate a corrupção no país. Em alguns tuítes, a conta do PSDB buscou construir um dualismo entre Lula e Sergio Moro/Lava-Jato. Os tucanos ainda acusaram o PT de tentar descredibilizar a operação para tentar salvar seus

políticos aliados, principalmente o ex-presidente Lula. Em *Contra a impunidade*, codificou-se tuítes que o perfil tucano criticava a não punição de quem cometeu crimes. As postagens aqui inseridas estiveram diretamente relacionadas ao PT, pois referiam-se a defesa do *impeachment*, defesa da prisão em segunda instância de Lula, e contra o foro privilegiado de membros do PT.

E mais uma vez Lula quer fugir das mãos de Moro. Por que tanto medo? 28/07/2016

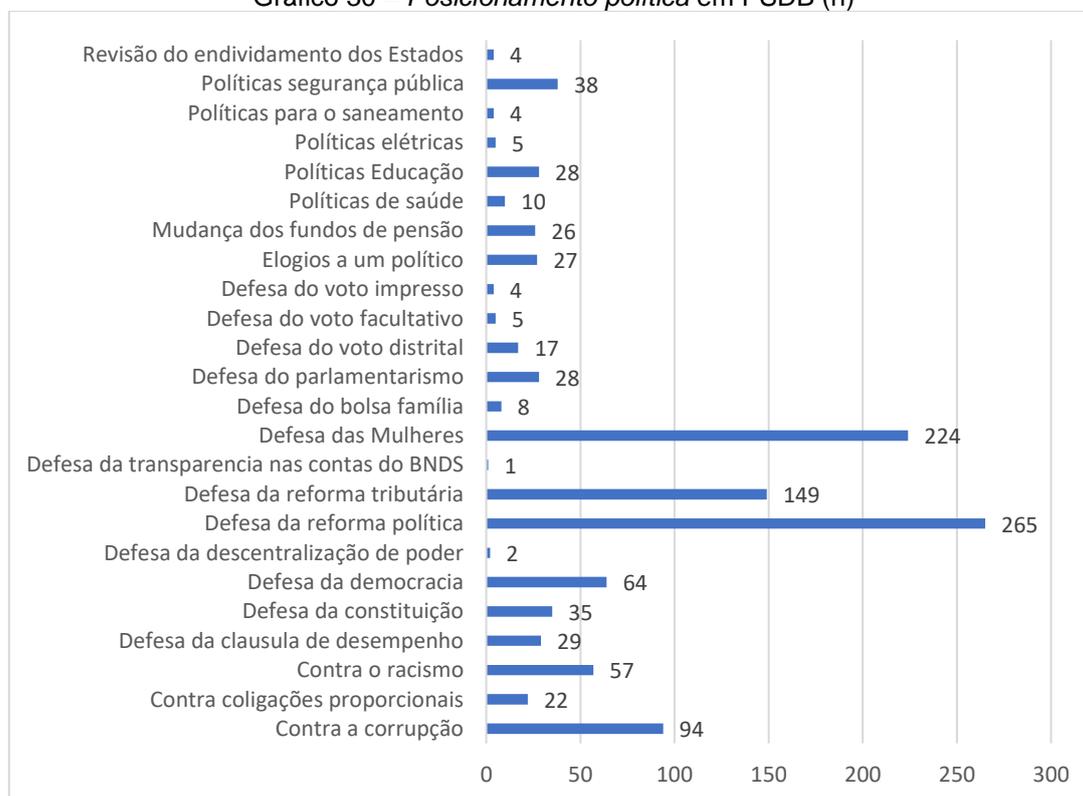
Desacreditado em seu próprio país, Lula tenta desmoralizar a Operação Lava Jato no exterior. 18/11/2016

Por último *Crítica ao cenário de eleições*, terceiro subnó mais recorrente dentro de *Posicionamento cenários da política*. Como já mencionamos em outras oportunidades, os tuítes neste sentido discursivo dizem respeito, aos pronunciamentos acusando PT e Dilma Rousseff de terem cometido estelionato eleitoral em nas eleições para Presidente da República em 2014, onde os tucanos acusaram os petistas de utilizar a máquina pública para mentir, omitir informações e investir na campanha da ex-presidenta.

4.1.5.5. Posicionamentos política

Agora, veremos como foram os pronunciamentos dentro de *Posicionamento política*.

Gráfico 30 – Posicionamento política em PSDB (n)



Fonte: Elaboração própria.

Assim como nas contas analisadas dos sujeitos do partido, percebeu-se uma grande incidência de tuítes em *Posicionamentos Política* sobre pautas que envolvem mudanças estruturais no sistema político brasileiro. *Defesa da reforma política* apareceu em primeiro nas codificações deste nó. O partido defendeu constantemente uma reforma política que ampliasse a representação política. Uma parte destes tuítes referem-se a PEC 36/2016, que estabeleceu a cláusula de desempenho e o fim de coligações proporcionais. Na campanha de Alckmin durante as eleições de 2018 também se defendeu uma reforma política que diminuísse o número de partidos, com o argumento de que não existem 30 ideologias diferentes para abarcar mais de 30 partidos políticos diferentes. Outros pedidos de mudanças estruturais no sistema político também apareceram, ainda que timidamente, nos tuítes em *Posicionamento política*, são eles: *Defesa do parlamentarismo*, resgatando um princípio histórico do PSDB; *Defesa do voto facultativo*, como parte da reforma política proposta por Alckmin nas eleições de 2018; *Defesa do voto impresso*, em tuítes que o partido se mostrou favorável ao voto impresso, ou que colocasse dúvidas no sistema de urna eletrônica; e *Defesa do voto distrital* defendido pelo perfil tucano e demais membros do partido, por ser um sistema que traria maior representatividade à democracia, aumentando o vínculo com eleitores.

Aproximação do cidadão dos seus representantes faz parte da reforma política apresentada por @geraldoalckmin. Voto distrital misto, cláusula de desempenho e proibição de coligações proporcionais são algumas de suas propostas. 14/08/2018

Defesa das mulheres foi o segundo sentido mais recorrente dentro de *Posicionamento Política*. Nestes tuítes codificaram-se os tuítes que exaltavam o núcleo do PSDB mulher, datas comemorativas relacionadas a questões afirmativas, e pronunciamentos/ações que combatessem a desigualdade e a violência de gênero.

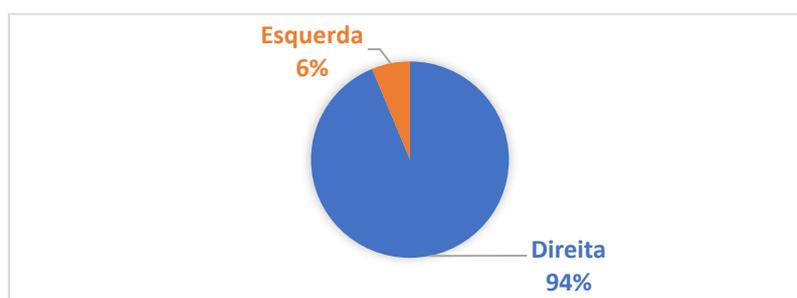
Por último, destacaremos *Defesa da reforma tributária*, terceiro sentido com maior número de codificações. Estas postagens tratam-se dos pronunciamentos pedindo mudança no sistema de tributação brasileiro. A principal proposta do PSDB foi a simplificação do sistema tributário, amplamente defendida na campanha de Alckmin para as eleições de 2018²⁸.

²⁸ No momento em que criamos a categoria *Defesa da reforma tributária* os tuítes que observamos não indicaram qual o cunho ideológico da reforma defendida pelo partido, e por causa disto, este subnó está inserido em *Posicionamento político*.

4.1.5.6. *Posicionamentos ideológicos*

Iremos agora para análise da codificação dentro do nó *Posicionamentos ideológicos*. Este nó é de suma importância para pesquisa, pois, como vimos no capítulo 2, desde a criação do partido o debate em torno da ideologia sempre levantou questionamentos em estudos sobre o PSDB. Identificar em qual lado do espectro ideológico que o partido esteve durante as disputas políticas entre 2014 e 2018 é um exercício importante para compreender a identidade do partido e sua atuação na política.

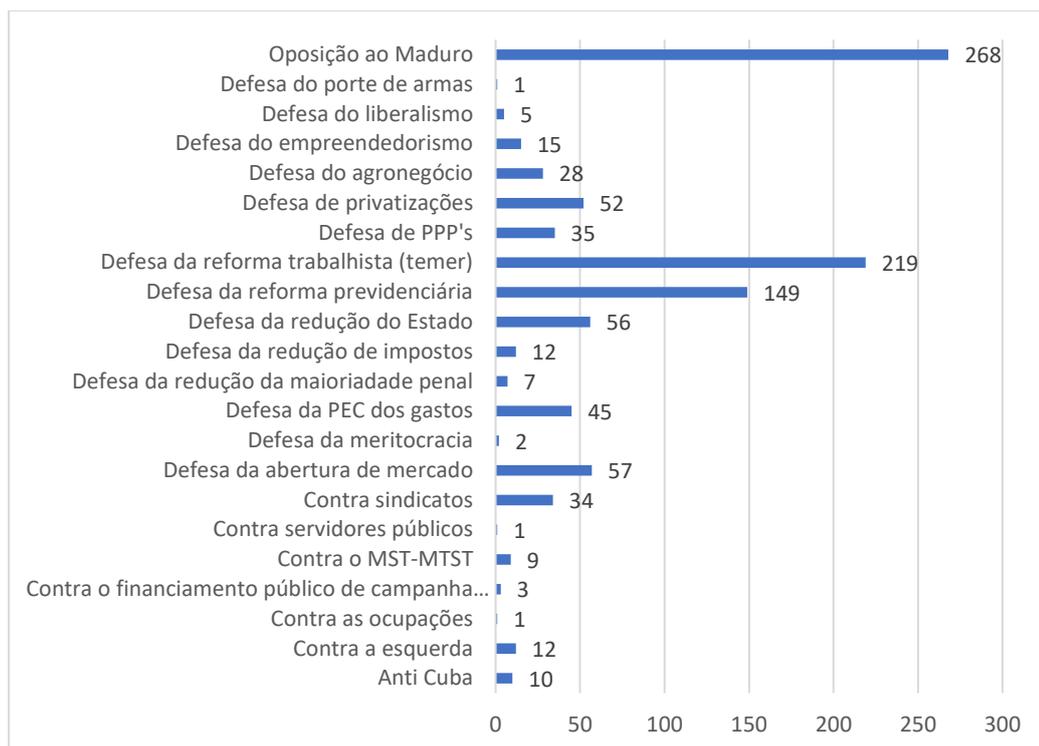
Gráfico 31 - *Posicionamento ideológico em PSDB (%)*



Fonte: Elaboração própria.

O Gráfico 31 mostra que dos *Posicionamentos Ideológicos* na conta do PSDB, 94% foram à *Direita* e apenas 6% à *Esquerda*. Tais dados nos mostram uma grande tendência do PSDB com a direita. A seguir, analisaremos quais os principais sentidos discursivos que constituíram estes pronunciamentos que foram majoritários.

Gráfico 32 – Principais subnós *Posicionamento ideológico Direita em PSDB (n)*



Fonte: Elaboração própria.

Começaremos abordando o sentido mais recorrente, *Oposição ao Maduro*. Como vimos nas análises dos sujeitos do partido, o governo de Nicolás Maduro na Venezuela foi um grande ponto agônico em comum dentro do PSDB. As manifestações do *Twitter* oficial da sigla seguiram na mesma linha que de seus membros, com afirmações de que Maduro violava os direitos humanos e não respeitava a democracia. O perfil tucano se destinou a compartilhar notícias que enfatizavam a crise no país vizinho, e pedia punições do Mercosul ao governo do país vizinho. Este sentido discursivo também foi articulado com *Oposição ao governo de Dilma* e *Oposição ao PT*, pois, segundo os tucanos, Dilma e o PT são aliados de Maduro e foram omissos com o autoritarismo do governo venezuelano.

“É vergonhoso Dilma se omitir sobre presos políticos na Venezuela”, diz @AecioNeves. 19/06/2015

Pautas apoiando o governo Temer também foram importantes dentro dos pronunciamentos de direita, especialmente *Defesa da reforma trabalhista* e *Defesa da reforma previdenciária*, segundo e terceiro subnó com maior recorrência. Os tucanos alegaram que a modernização da legislação trabalhista seria um grande passo para a retomada do crescimento econômico, pois geraria muitos empregos no país. Em alguns tuites, o perfil também tentou combater a

ideia de que a reforma retirava direitos dos trabalhadores, desmistificando, segundo os tucanos, as mentiras do PT e dos sindicatos. A reforma da previdência, também seria fundamental para o crescimento econômico do Brasil, pois aliviaria o rombo financeiro da previdência social e diminuiria os privilégios existentes. Foi constante o *Twitter* do PSDB compartilhar falas de políticos tucanos, economistas e empresários defendendo a necessidade destas reformas. Ainda nestas pautas envolvendo o governo Temer, destacaremos também o subnó *Defesa da PEC do Teto de gastos* com referência a PEC/245, ou PEC/55, que colocou limites no investimento do Governo Federal, durante 20 anos, com o objetivo de evitar que a despesa cresça mais que a inflação. A PEC foi apoiada pelos tucanos sob os argumentos de que garantiria responsabilidade nas contas públicas e daria margem futura para o crescimento.

Pioneirismo: PSDB sai na frente ao qualificar debate sobre reformas prioritárias do ano legislativo. 15/02/2017.

MAIS LIBERDADE PARA O TRABALHADOR! Veja depoimento do deputado @rogeriosmarinho sobre proposta de modernização das leis trabalhistas. 16/05/2017.

O importante da Reforma da Previdência é fazer justiça social, o fim dos privilégios, defende @geraldaoalckmin. 26/02/18

Por último destacaremos aqueles sentidos discursivos de direita que tratam sobre o tamanho e o papel do Estado, manifestados nos subnós *Defesa da abertura de mercado* (57), *Defesa da redução do Estado* (56), *Defesa de privatizações* (52), *Defesa de PPP's* (35) e *Defesa de redução de impostos* (12), *Defesa do liberalismo* (5) e *Contra o financiamento público de campanha eleitoral* (3). Todos estes nós secundários servem a lógica do Estado mínimo, ou convergem com o liberalismo econômico que defende a redução da máquina pública. Como vimos, a abertura da economia brasileira ao mercado internacional foi a principal bandeira do partido neste tema. Os principais elementos deste sentido foram as críticas ao governo Dilma por ter a economia muito fechada para o mercado internacional, o apoio ao governo Temer por mudar este cenário, e a retirada da obrigatoriedade Petrobrás na exploração do pré-sal, permitindo a entrada de investidores estrangeiros. As demais medidas sobre a diminuição do Estado foram manifestadas pelo partido durante todo o período de estudo, defendendo principalmente concessões de estatais, cortes

no número de ministérios, privatizações e demais medidas de enxugamento da máquina pública.

Em nome da bancada do PSDB, o líder tucano @NilsonLeitao (MT) protocolou emenda ao projeto que corta em 20% os custos da máquina pública, segundo o deputado "há muita gordura e até privilégios que podem ser cortados". 02/07/2018

"Vamos privatizar, enxugar e diminuir o tamanho do estado brasileiro." #DebateNaGlobo #Geraldo45. 05/10/2018

4.2. Os aspectos do discurso tucano

Visto como se deu o processo de codificação e quais foram os principais sentidos discursivos dentro das cinco contas selecionadas para pesquisa, é preciso agora definir quais as conclusões que podemos tirar sobre o que foi visto. Para isto, elencaremos nesta seção as principais nuances do discurso do PSDB para articularmos os cinco perfis em questão. Esta subseção está dividida em duas partes, a primeira referente a clara tendência antipetista do partido, e a segunda sobre outros elementos que foram importantes para a composição do discurso peessedebista.

4.2.1. A hegemonia do antipetismo

Existem algumas correntes dentro da Ciência Política que consideram o sentimento antipetista uma variável importante para a vitória de Jair Bolsonaro nas eleições para Presidência da República, em 2018²⁹. Não é errado afirmar que, dentro da disputa partidária, o PSDB foi um dos principais motores desta aversão ao PT, dado o fato de ter sido o principal antagonista dos petistas nas disputas presidenciais. A partir da derrota no pleito de 2014, o PSDB radicalizou esse sentimento, e a análise aqui realizada, em cima de cinco contas no *Twitter* de sujeitos de suma importância dentro do partido no contexto escolhido, nos indica este fator.

Embora uns tenham sido mais firmes que os demais, a oposição ao Partido dos Trabalhadores foi hegemônica dentro dos perfis analisados. Sentidos discursivos antagônicos ao PT estiveram presentes entre os principais subnós das cinco contas, a exceção de Alckmin, que, mesmo não estando entre os mais recorrentes, teve em *Oposição ao PT* um significante importante para a

²⁹ Para um debate mais aprofundado do tema indica-se: Amaral (2020); Fuks, Ribeiro e Borba (2020); Nicolau (2020).

eleições (187), *Promoção PSDB* (157), *Defesa da democracia* (131), *Contra a corrupção* (121), *Ataque ao concorrente eleitoral* (108), *Oposição ao Maduro* (92), *Contra a esquerda* (87), *Defesa da constituição* (72), *Oposição Bolsonaro* (59), *Apoio Bolsonaro*³³ (59), *Apoio a Operação Lava-Jato* (65) e *Exaltação Sergio Moro* (53).

Importante destacar que estes dados estão influenciados pelo número de tuitos que cada perfil realizou, portanto, é natural que as recorrências aqui apresentadas estejam diretamente conectadas à conta do PSDB, perfil com o maior número de tuitos dentro da nossa pesquisa. Ainda assim, tal fator não inviabiliza a presente análise, pois, como os gráficos 27 e 28 mostram, os sentidos discursivos contrários ao PT foram centrais para a constituição do discurso tucano dentro do perfil oficial da sigla. Além do mais, os sujeitos aqui analisados estiveram em uma cadeia de equivalência quanto aos elementos que constituíram o antagonismo ao PT.

Para além desta análise quantitativa, é preciso relacionar estes dados com as três hipóteses específicas deste trabalho, as quais duas se confirmaram, e outra apenas de forma parcial. Como cada hipótese retrata um contexto específico entre os processos eleitorais de 2014 e 2018, optamos por abordá-las em três subcapítulos diferentes respeitando esses contextos.

4.2.1.1. O pós-derrota em 2014 e a incansável oposição à Dilma

O primeiro momento especulado é do final das eleições de 2014 até o *impeachment* de Dilma Rousseff. Pressupomos que durante este período, o discurso das lideranças tucanas estaria fixado no antagonismo ao governo eleito em 2014. Esta hipótese veio a se confirmar, e para isso, foram relevantes os pronunciamentos da conta do PSDB, e dos perfis de Aécio Neves e de José Serra, que neste contexto possuíam uma relevância maior para as aspirações do partido – Aécio era o presidente nacional do PSDB e o político de maior notoriedade na oposição ao governo Dilma, e José Serra tinha recém sido eleito senador, e participou ativamente da articulação com o PMDB para a realização do *impeachment*.

Logo após o resultado das eleições presidenciais de 2014, a qual Dilma venceu por uma diferença de pouco mais de 2%, o PSDB começou uma

³³ Todos os tuitos deste sentido discursivo estiveram presentes apenas na conta de João Doria

incansável oposição ao governo de Dilma Rousseff, que perdurou até o *impeachment* se concretizar, em agosto de 2016. Já nos dias seguintes do resultado, o partido indicou que faria uma oposição rigorosa, a fim de representar os mais de 51 milhões de eleitores da chapa de Aécio Neves.

Houve uma série de elementos que sustentaram esse movimento de oposição ao PT e a defesa pelo *impeachment*. No *Twitter* de Aécio Neves e do partido, postagens acusando o PT de ter cometido estelionato eleitoral também foram constantes, acusando os petistas de terem utilizado benefícios da máquina pública para potencializar a sua campanha. O perfil oficial da sigla inclusive esteve na expectativa de que se encontrassem irregularidades na chapa petista que permitissem a sua cassação.

Um segundo elemento importante foi a corrupção, a qual os tucanos trabalharam em fixar este significado no significante PT, que, neste período, estava representado no governo Dilma. Quase que diariamente, o perfil do PSDB compartilhava notícias que indicavam denúncias de corrupção sobre a Petrobrás. Estas postagens carregavam o intuito de deslegitimar e criticar a gestão do governo federal sobre a estatal. A conta tucana ainda divulgava falas de seus congressistas se opondo à maneira com que Dilma lidara com toda essa situação. Aécio e Serra também se manifestaram sobre o tema, principalmente para criticar a forma com que a presidente fora conivente com as denúncias ocorridas. Ainda dentro do tema da corrupção, também houve um grande destaque para a Operação Lava-Jato e o juiz federal Sergio Moro, em que, Aécio Neves e o *Twitter* tucano criaram um dualismo entre esta operação da Polícia Federal e o Partido dos Trabalhadores.

O último ponto que aqui elencamos é a avaliação de incompetência e incapacidade que os peessedebistas realizavam sobre o governo Dilma. Os tucanos se apoiavam na corrupção já citada, nas taxas de desemprego, inflação, irresponsabilidade fiscal, condução da política externa – especialmente a conivência com o governo de Nicolás Maduro -, e na maneira de Dilma conduzir diversas situações, para retificar o ponto abordado e pedir o fim do governo eleito em 2014.

Os quatro sujeitos aqui investigados estiveram em equivalência no antagonismo ao PT durante este primeiro momento, mesmo não estando em completa sintonia quanto a intensidade dos discursos antagônicos. Aécio e Serra

foram os mais contundentes, destinando boa parte de seus tuítes ao exercício de oposição. Alckmin se manifestou de forma esporádica, e não muito enfática, mas quando o fez, ressaltou o antagonismo ao governo Dilma. Não consideramos a atuação de Doria como relevante neste contexto, pois ainda não tinha se lançado politicamente, mas assim como nos pronunciamentos dos outros tucanos, também foi possível observar pronunciamentos antagônicos ao governo de Dilma Rousseff.

4.2.1.2. O governo Temer: reformas e a “herança maldita”

No segundo momento especulado em nossa hipótese, referente ao Governo Temer e o PSDB como base de apoio, presumimos que o partido exaltaria a própria sigla e promovesse o novo governo através da fixação do antagonismo ao governo Dilma/PT. A hipótese se confirmou, veremos nos parágrafos seguintes.

Primeiramente cabe destacar os motivos para os tucanos integrarem o novo governo. Ressaltou-se que o partido tinha um compromisso com o país, e que não podiam virar as costas para o Brasil devido à crise que o PT deixou. Os tucanos apresentaram uma série de propostas para os peemedebistas (elencadas na subseção 4.1.5.3) e conforme Temer foi acatando algumas delas o PSDB ingressou na coalizão de governo.

Durante este novo mandato, os tucanos promoviam as ações adotadas por Temer, e compartilharam com frequência notícias positivas sobre a situação econômica e social do país, lembrando sempre da “herança maldita” deixada pelo PT. Por causa desta herança, muito se destacou a necessidade de avançar em uma agenda de reformas, em especial a trabalhista, previdenciária e política. Quando as denúncias da JBS estouraram, os membros do partido tucano foram claros quanto a posição que deveria ser tomada. Não podiam sair do governo pois o país estava tendo sinais de melhoras, e a agenda de reformas não poderia estagnar, ressaltando novamente a situação que o PT deixou o país.

Quanto a relação que cada sujeito político teve com o mandato do PMDB, observamos que os perfis de Aécio Neves, José Serra, e PSDB foram os que mais exaltaram o novo governo. Geraldo Alckmin não chegou de fato a promover, mas manifestou apoio. Dória se omitiu, mas reverenciou o fato da Dilma e o PT terem deixado o governo federal, e destacou a necessidade da

agenda de reformas. Os quatro sujeitos da pesquisa estiveram em equivalência quanto o discurso adotado, a intensidade de cada um variou conforme o envolvimento nas disputas políticas nacionais. Doria e Alckmin estavam concentrados na sua realidade local, enquanto Aécio e Serra estiveram presentes na articulação do *impeachment* e na sustentação do governo Temer.

Ainda dentro deste contexto temporal, mas não necessariamente ligado ao governo Temer, cabe destacar o discurso do PSDB identificado pós eleições municipais de 2016. A leitura feita a partir dos pronunciamentos no Twitter oficial da sigla, e o no perfil de Aécio Neves a época presidente do PSDB, era de que o partido tinha conquistado uma das maiores vitórias da sua história, dado o desempenho eleitoral no pleito municipal de 2016. O antagonismo ao PT também foi mobilizado neste cenário, porque na visão dos tucanos a expressiva vitória do PSDB também havia sido uma derrota para os petistas, pois o triunfo foi alcançado devido à rigorosa oposição ao governo Dilma. Também foi neste momento que a figura política de João Doria surgiu como um nome relevante dentro do partido, vencendo no primeiro turno as eleições em São Paulo, e se portando como um político antagonista ao Lula.

4.2.1.3. Eleições 2018

A terceira hipótese específica é referente às eleições 2018, este período começou quando os tucanos anunciaram a pré-campanha de Alckmin ainda em março do mesmo ano. Projetamos que o discurso do PSDB seria de garantir a democracia no Brasil, a partir de um antagonismo ao Partido dos Trabalhadores. A hipótese se confirmou parcialmente, pois, além do antagonismo ao PT, surgiu um novo sujeito político que também foi um ponto antagônico do discurso tucano. E, além desta nova fronteira antagônica, o mesmo sujeito foi o motivo da principal relação de diferença entre os políticos investigados. Neste contexto, foram relevantes os pronunciamentos de Alckmin, por ser o candidato à Presidência da República pelo PSDB, e de João Doria, candidato eleito ao governo do estado de São Paulo, além do veículo oficial da sigla. Aécio Neves se omitiu do momento eleitoral, e José Serra não teve grande relevância neste cenário.

Começando pelo início da campanha de Geraldo Alckmin, ainda como pré-candidato, foi possível identificar um antagonismo ao PT – principalmente ao Lula, que até então era o candidato do partido petista-, e uma tentativa de afastar o PSDB do governo Temer dada a sua baixa popularidade. Em alguns

pronunciamentos Alckmin alegara que fora PT quem havia escolhido Temer - e não o PSDB - pois foi vice de Dilma em duas ocasiões. Em vista disso a candidatura peessedebista tentou construir um discurso de que seria uma candidatura de centro, que articulava união, experiência, e competência para tentar passar por cima dos problemas herdados por PT e Temer.

Conforme as candidaturas foram oficializadas, e a campanha eleitoral se aproximando das eleições, a candidatura de Alckmin se viu em confronto com um novo antagonismo, o candidato Jair Bolsonaro, do PSL, devido ao fato do crescimento do mesmo nas pesquisas eleitorais. A campanha de Alckmin passou a articular as candidaturas de Haddad (PT) e Bolsonaro (PSL) em torno da representação dos radicalismos, onde o primeiro representava a extrema-esquerda, e o segundo a extrema-direita. A partir disto, a chapa peessedebista buscou se constituir como a responsável por garantir democracia no Brasil, e por lutar contra os radicais populistas da política brasileira. Contra a corrupção e a incompetência do PT, e contra o corporativismo e o autoritarismo de Jair Bolsonaro.

Como já se sabe, o PSDB fracassou nas eleições para Presidência da República de 2018, ficando apenas em quarto lugar, com menos de 5% dos votos válidos. A partir do que observamos em nossa pesquisa, é importante avaliar algumas possíveis justificativas para esse resultado tão inexpressivo para um partido que desde 1994 esteve entre as duas chapas mais votadas, que durante os quatro anos entre as eleições presidenciais se colocou como o principal opositor ao partido eleito em 2014, e que compôs a base do novo governo iniciado em 2016.

Vimos que entre os pleitos de 2014 e 2018 o PSDB alimentou a imagem de principal antagonista do Partido dos Trabalhadores dentro da política nacional, principalmente através da mobilização de sentidos como corrupção e incompetência. Porém, mesmo com este antipetismo sendo um fator preponderante para o resultado do pleito eleitoral, o PSDB não conseguiu construí-lo com eficiência devido a sobreposição do candidato Jair Bolsonaro, do PSL. O candidato vitorioso tomou para si a imagem que PSDB trabalhou por tanto tempo, conseguindo se construir como o candidato que estava indo contra o PT e contra a corrupção. Neste sentido, podemos concluir que o PSDB dentro das eleições 2018 ficou sem uma de suas principais identidades em eleições.

Um segundo apontamento a se fazer é sobre a falta de um sujeito hegemônico dentro do partido no momento eleitoral. Após a derrota nas eleições de 2014, o PSDB continuou apostando em Aécio Neves como o principal sujeito político do partido como maior nome da oposição ao PT. Com a perda de capital político do mineiro devido aos casos de corrupção envolvendo a empresa JBS, a sigla ficou sem uma grande referência para liderar a sua imagem nacionalmente, não à toa a partir de agosto de 2017 os sentidos em *Promoção de um político do partido* cresceram exponencialmente na conta oficial do PSDB, pulverizando a divulgação dos feitos de seus membros. Para as eleições 2018 o partido acabou apostando em Geraldo Alckmin, escolha que acabou não se mostrando acertada, visto que ao longo do período entre eleições Geraldo pouco participou das ações na política nacional, e na oposição ao PT, pois seu maior foco esteve no seu governo em São Paulo.

O último ponto que tocamos aqui referente as possíveis justificativas para o desempenho tão baixo nas eleições 2018 é o alinhamento com o governo Temer que o partido teve. Embora Geraldo Alckmin tenha tentado se desvencilhar do governo emedebista durante a campanha eleitoral, nos anos de 2016 e 2017 o PSDB esteve ativamente ligado ao PMDB através da articulação pelo processo de *impeachment*, e na composição da base de governo. Mesmo após as fortes denúncias contra Temer envolvendo a JBS, os tucanos ressaltaram seu apoio e alegaram que não era hora de criar uma nova crise política pois o país já estava se recuperando devido a nova agenda. Tal apoio pode ter sido determinante para o pouco apelo do PSDB com a população, visto que o governo de Michel Temer atingiu a maior rejeição da história de um presidente brasileiro (VEJA, 2018).

No segundo turno os tucanos se omitiram da disputa política nacional, com exceção de João Doria que disputava contra Marcio França o cargo de governador de São Paulo. Alckmin e Serra apenas indicaram que não apoiariam nenhuma das chapas, e os perfis de PSDB e Aécio não realizaram uma postagem sequer. João Doria, na contramão destes políticos selecionados, articulou a sua campanha para o governo de São Paulo com a candidatura de Jair Bolsonaro, através da fixação do antagonismo no PT/esquerda, radicalizando o discurso de uma maneira que nenhum outro tinha feito

anteriormente. Esta decisão de apoiar Jair Bolsonaro foi a principal relação de diferença entre os tucanos selecionados para esta pesquisa.

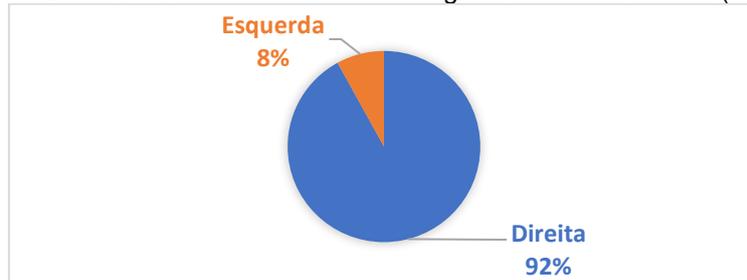
4.2.2. Outros posicionamentos

Para além do antagonismo ao PT, é importante elencar aqui outros posicionamentos identificados nos perfis investigados que possuem componentes importantes na construção da identidade do partido durante o período de analisado. Dividimos esta seção em duas partes, a primeira para abordar o comportamento ideológico, e a segunda para analisar os pedidos de mudança no sistema político brasileiro.

4.2.2.1. Posicionamentos ideológicos: um discurso à direita

Como podemos ver no gráfico abaixo, ao analisarmos em conjunto os quatro sujeitos e a conta do partido, podemos observar que a posição ideológica das lideranças do partido longo do período entre eleições 2014 e 2018, com base nos tuítes analisados, foi marcadamente de direita.

Gráfico 34 – Posicionamentos ideológicos das cinco contas (%)



Fonte: Elaboração própria. N = 2104

Ainda que nesta pesquisa parte-se do pressuposto que as agremiações políticas são heterogêneas quanto a sua posição dentro do espectro ideológico, não é equivocado afirmar que o PSDB foi um partido de direita neste período investigado, vide que os quatro sujeitos e a conta oficial do PSDB estabeleceram uma relação de equivalência hegemônica sobre sentidos discursivos de direita, visto que os cinco perfis analisados obtiveram uma taxa de pronunciamentos a direita superior a 85% dentro do nó *Posicionamentos Ideológicos* – Doria 96%, Aécio 95%, PSDB 94%, Alckmin 88% e Serra 87%-. Estes dados possuem uma importância ímpar para a compreensão do partido, pois, como vimos no capítulo 1, a ideologia dos peessedebistas sempre levantou dúvidas, e o espectro ideológico é sempre um elemento importante para compreender as suas ações dentro das disputas colocadas no campo político. Veremos então, quais foram os elementos que constituíram esse discurso de direita do partido.

Assim como no período em que o partido esteve no comando da Presidência da República, sobre a figura de Fernando Henrique Cardoso, as pautas de direita defendidas pelo PSDB seguem a lógica do ideário neoliberal que visa a redução do tamanho do Estado e uma maior autonomia do setor privado, visto que houveram sete sentidos discursivos diretamente ligados a esta corrente, são eles: *Defesa da redução do estado* (168), *Defesa de privatizações* (113), *Defesa de PPP's* (233), *Defesa da abertura de mercado* (97), *Defesa da redução de imposto* (42), *Defesa do liberalismo* (19), e *Contra o financiamento público de campanha eleitoral* (7).

O pensamento de que é necessário reduzir o tamanho da máquina pública, foi predominante dentro do PSDB entre os anos de 2014 e 2018. Para os tucanos, uma menor interferência do Estado na economia seria benéfica para o país e para a população, pois reduziria custos, burocracia, aumentaria a eficiência do Estado nos serviços básicos e ampliaria a oferta de emprego dada a maior competitividade de mercado. As principais ações defendidas foram cortes ministeriais, privatização de empresas estatais, e parcerias público-privadas. O Estado inchado, e a crise econômica herdada pelo governo Dilma foram motivos que fizeram com que os peessedebistas argumentassem em favor destas pautas. Era necessário conter gastos, e diminuir despesas sem importância para recuperar o país economicamente. Cabe destacar que a redução ministerial e a abertura de mercado para o capital estrangeiro foram requisições do partido para ingressar no governo Temer.

Os sujeitos investigados estiveram em uma relação de equivalência quanto a maioria destas pautas citadas, porém, é interessante observar que os principais pronunciamentos vieram das figuras de Geraldo Alckmin e João Doria, principalmente a partir das campanhas eleitorais para Presidência da República e para governo do estado de São Paulo, em 2018. Um dos pilares do projeto de Alckmin era uma reforma de Estado que diminuísse o número de ministérios, cortasse gastos, diminuísse impostos, e oferecesse maior iniciativa ao setor privado afim de atrair mais investimentos para gerar empregos. João Doria foi mais efusivo na defesa de pautas liberais. Já durante o seu mandato frente a prefeitura de São Paulo Doria mostrou uma grande tendência com ao liberalismo econômico, reduzindo o tamanho do estado, realizando muitas privatizações e parcerias privadas. Na sua campanha isso foi ressaltado, com Doria afirmando

que o papel do Estado é apenas garantir saúde, segurança, educação e transporte, com o resto sendo destinado ao setor privado.

Houveram três subnós com destaque dentro dos sentidos de direita que fazem alusão a agenda de governo de Michel Temer, são eles *Defesa da reforma trabalhista* (232), *Defesa da reforma da previdência* (205), e *Defesa da PEC do teto de gastos* (58). Para os tucanos, as reformas eram cruciais para a retomada do crescimento e emprego no Brasil. Defendia-se que a “modernização” da legislação trabalhista daria mais liberdade e autonomia ao trabalhador, e aumentaria a competitividade de mercado gerando uma maior oferta de emprego. A reforma da previdência era defendida a fim de tirar o peso do Estado ineficiente, e corrigir injustiças na sociedade. A promoção e defesa do governo Temer sempre vinham com as justificativas de como as reformas eram cruciais para o crescimento país. Em momentos de crise, como as denúncias de corrupção envolvendo membros do governo e a empresa JBS, defendia-se que não se desviasse o foco das reformas, que era o que realmente interessava naquele período. A *Defesa da PEC do teto de gastos* não foi um sentido hegemônico dentro dos perfis analisados, sendo defendida apenas por Aécio e o perfil oficial da sigla³⁴. A justificativa dada para aprovação desta proposta era de que ela traria mais responsabilidade para os cofres públicos, obrigando o governo a gastar menos do que arrecada. O antagonismo ao PT fora ressaltado neste sentido, pois considerava-se a PEC era necessária devido a maneira com que os governos do PT agiram com irresponsabilidade e incompetência frente ao Governo Federal.

Por último dentro de *Direita*, destacamos sentidos discursivos predominantemente antagônicos a simbolismos e elementos que constituem discursos de esquerda, como *Oposição ao Maduro* (383), *Contra a esquerda* (80), *Contra sindicatos* (54), *Contra MST-MTST* (19), e *Anti Cuba* (16).

A aversão ao governo venezuelano foi o subnó mais recorrente dentro dos sentidos de direita, sendo mobilizado por todos os perfis analisados. Os peessedebistas enquadraram o governo do país vizinho como autoritário e antidemocrático, e prestaram inúmeras solidariedades aos opositores locais. O sentido também foi utilizado por Serra e Aécio para antagonizar ao governo

³⁴Importante destacar que todos os parlamentares do PSDB votaram “sim” para aprovação da PEC.

de Dilma, devido a omissão da presidenta petista com relação a situação venezuelana. Dória e Alckmin mobilizaram para antagonizar à concorrentes eleitorais em 2018, principalmente a Fernando Haddad (PT) e Marcio França (PSB). No panorama geral das eleições em 2018, o significativo Venezuela e Maduro foi bastante radicalizado nas construções discursivas antagônicas ao Partido dos Trabalhadores, principalmente pelo candidato Jair Bolsonaro. Nosso trabalho mostrou que, embora este sentido tenha sido bastante mobilizado ao longo do período investigado, os tucanos não o fizeram de forma radical e marcadamente antagônica ao PT. A radicalização do antagonismo a Maduro aconteceu apenas durante a campanha de João Doria, no segundo turno das eleições para o governo de São Paulo, em um momento em que Doria buscou se articular com Bolsonaro para fortalecer a sua campanha.

Sobre os outros sentidos, João Doria foi o protagonista das codificações, principalmente a partir na sua campanha do segundo turno das eleições para o governo do estado de São Paulo, em 2018, onde o tucano buscou articular a figura de seu concorrente a elementos da esquerda, como MST, PT, comunismo, socialismo. Como já foi descrito na subseção sobre a sua conta, no segundo turno das eleições para o governo do estado de São Paulo Doria se construiu discursivamente como um político moderno que lutava contra a esquerda, o PT e as suas mazelas.

4.2.2.2. Posicionamentos referentes a mudanças no sistema político

Além destes posicionamentos ideológicos, também é importante destacar os pedidos de mudanças no sistema político eleitoral brasileiro, pautas importantes dentro dos pronunciamentos das contas de Alckmin, Serra, Aécio e PSDB.

Começando pela defesa de uma reforma política, subnó desta temática de maior recorrência com 372 codificações. Os tucanos defendiam a necessidade de uma reforma política que ampliasse a representatividade dos partidos políticos no Brasil, pois, segundo eles, o sistema vigente na época deformava a representação e não era condizente com os segmentos de pensamento existentes na sociedade. Além do mais, considerava-se o sistema eleitoral bagunçado.

Identificamos dois momentos importantes onde o partido e seus membros buscaram resolver estes problemas, são eles: o primeiro momento: a) a PEC 36,

protocolada por Aécio Neves e Ricardo Ferraço, que instituiu a cláusula de barreira de desempenho, e estabeleceu o fim de coligações em eleições proporcionais, pontos que também foram manifestados em subnós na nossa pesquisa, e tiveram respectivamente 80 e 54 codificações. A cláusula de barreira visou combater o problema da falta de representação partidária, estabelecendo um desempenho necessário em eleições para o partido continuar tendo os seus respectivos direitos³⁵. O fim das coligações em eleições proporcionais buscou acabar com as legendas de aluguel e parlamentares eleitos com baixa votação. O segundo momento: b) A reforma política defendida nas eleições 2018. Durante a campanha para presidência, Alckmin e PSDB defenderam a necessidade de uma reforma política, que seria feita caso a chapa tucana fosse eleita. Esta reforma implicaria em uma série de fatores, como redução de ministérios, fim do voto obrigatório, implementação do voto distrital misto, e medidas que visassem diminuir o número de partidos políticos. Estas pautas foram defendidas porque assim que postas na prática o Governo Federal teria melhor governabilidade, reduziria os custos do Estado e das campanhas eleitorais, e a sociedade seria melhor representada.

O subnó sobre voto distrital foi recorrente dentro destas contas citadas, contabilizando 68 codificações. O principal defensor foi José Serra, que protocolou um projeto de lei que instituiu o voto distrital para as Câmaras Municipais. Essa pauta foi defendida sobre os argumentos de que os custos de campanha seriam reduzidos e o eleitor teria uma maior proximidade com os seus representantes. Uma efetivação do sistema democrático

A defesa do sistema parlamentarista, um dos principais motivos para os egressos do PMDB terem fundado o PSDB, também foi um sentido discursivo presente em 37 tuitos analisados. O perfil oficial da sigla destacou que este posicionamento é uma bandeira histórica do partido desde o manifesto de sua criação, em 1988. Acredita-se que esse sistema de governo é o ideal devido a estabilidade que ele oferece, pois as democracias mais sólidas do mundo o adotam. Os tucanos construíram esse discurso antagonizando com o atual sistema presidencialista do Brasil, alegando que o mesmo estava falido e não oferecia mecanismos para superar a crise que vivera. Alckmin durante sua

³⁵ Acesso ao fundo partidário e tempo na televisão

campanha para presidente classificou o presidencialismo como um sistema de embate de personalidades.

Por último sobre mudanças no sistema político, destacaremos *Defesa do voto facultativo*, a *Defesa do voto impresso*, e *Contra a reeleição*. O primeiro sentido foi pronunciado 17 vezes, por Alckmin, Doria e a conta oficial da sigla. Os tucanos acreditam que o voto é um direito, mas que não cabe ao Estado obrigar o cidadão a votar. A defesa do voto impresso apareceu em 6 tuites, dois de Aécio e dois do perfil do partido. Através deste sentido destacou-se que o sistema em urnas é vulnerável e que o voto impresso seria um complemento para aperfeiçoar o sistema eleitoral. *Contra a reeleição* apareceu em 5 tuites da conta de Aécio, em pronunciamentos que o mineiro se mostrou favorável a apenas um mandato em cargos executivos.

Considerações finais

Esta dissertação teve como objetivo principal analisar discursivamente o PSDB entre os anos de 2014 e 2018, mais especificamente, entre as eleições que decretaram as vitórias de Dilma Rousseff (PT) e Jair Bolsonaro (PSL) respectivamente. Para isso, optamos por observar os pronunciamentos no *Twitter* dos quatro políticos de maior relevância para o partido no período investigado – Aécio Neves, Geraldo Alckmin, José Serra e João Doria – além do veículo oficial da sigla. Desde 1994 as eleições para Presidente da República no Brasil foram marcadas pelo antagonismo entre PT e PSDB, com estas duas legendas ficando sempre entre as duas chapas mais votadas. Mesmo formando a maior coligação e obtendo o maior tempo de televisão e rádio, a chapa tucana ficou apenas em quarto lugar na corrida presidencial de 2018, com menos de 5% dos votos válidos, quebrando a hegemonia do antagonismo entre PT e PSDB que marcara a história das eleições presidenciais no Brasil. Este fracasso dos tucanos foi a justificativa e o que motivou a realização da pesquisa.

Para nortear análise, utilizamos a teoria do discurso de Ernesto Laclau e Chantal Mouffe como marco teórico. Esta escolha se deu por acreditarmos que essa teoria oferece inúmeros mecanismos para investigar disputas políticas, com seus conceitos oferecendo uma ampla variedade de possibilidades metodológicas. Os conceitos centrais foram discurso – expressado a partir de um conjunto de falas e práticas que produzem significações dentro do social-, e antagonismo – a negação de uma determinada ordem discursiva, que também é parte fundamental na construção discursiva desta mesma ordem, pois o antagônico é um exterior constitutivo-. A partir desses pressupostos elaboramos uma metodologia particular que possibilitou um processo de categorização dos 37094 tuites que foram analisados. A pesquisa ainda contou com o auxílio do software *NVivo – QRS Internacional*.

Através de uma pesquisa exploratória realizada sobre 10% do total de tuites investigados, formulamos a hipótese de que o discurso tucano tinha um antagonismo centrado no Partido dos Trabalhadores. Para sustentar esta pressuposição, formulamos outras três hipóteses específicas e cada uma representa um momento distinto entre as eleições 2014 e 2018, são eles: a) governo Dilma; b) governo Temer; c) eleições 2018. Nesses três períodos o discurso tucano estaria centrado no antagonismo ao PT por diferentes sentidos,

seja pela queda do governo Dilma, seja pela promoção do próprio partido e da agenda do novo governo, seja para mobilizar o significante da democracia.

Para cumprirmos com o que foi projetado, estabelecemos cinco objetivos específicos, são eles: a) buscar quais os elementos que constituíram o discurso de cada uma das contas investigadas; b) quais os principais pontos nodais que deram sustentação aos discursos dos sujeitos; c) identificar os principais cortes antagônicos no discurso de cada um dos perfis; d) identificar quais as principais relações de equivalência entre os sujeitos do PSDB; por fim e) identificar quais as principais relações diferença entre os membros do PSDB.

Optamos por começar o texto com a apresentação do nosso objeto de pesquisa, portanto, o primeiro capítulo trata-se de uma apresentação do Partido da Social Democracia Brasileira. Abordamos a origem da agremiação no final da década de 1980, a qual fruto de uma cisão interna do PMDB envolvendo questões ideológicas e pragmático-eleitorais. Também debatemos sobre qual a posição do partido peessedebista dentro do espectro ideológico. Vimos que o PSDB, embora tenha surgido com um discurso mais à esquerda, adotou medidas à direita do espectro ideológico, principalmente ao assumir a Presidência da República, com Fernando Henrique Cardoso. Finalizamos o capítulo abordando a relação antagônica dos tucanos com o PT, elemento central para compreender as eleições brasileira desde o pleito de 1994.

No capítulo dois, debatemos a relação entre mídia e política com o objetivo de enfatizar a importância dos veículos comunicativos na política brasileira. Começamos o capítulo apresentando algumas das principais teorias que discutiram o impacto dos veículos midiáticos em decisões políticas. Em um segundo momento, trouxemos a discussão para o Brasil e vimos como as mídias, em especial a televisiva centrada na Rede Globo, influenciou as eleições brasileiras desde a redemocratização. Por fim, exploramos o advento da internet e a rede social *Twitter* (nosso meio de análise), fatores cada vez mais importantes dentro dos processos políticos e momentos eleitorais.

No terceiro capítulo fizemos o debate da teoria do discurso. Primeiramente apresentamos o pós-estruturalismo, corrente teórica que a teoria está filiada, e os principais pressupostos de Laclau e Mouffe. Em seguida indicamos os principais conceitos, são eles: discurso, relação de equivalência, articulação, identidade, antagonismo, hegemonia e significante vazio. A segunda

parte deste capítulo foi a apresentação do processo metodológico, o qual está diretamente ligado com o marco teórico. Abordamos as cinco contas que foram investigadas, como sistematizamos os 37094 tuites, quais as categorias criadas a partir da pesquisa exploratória, como foi operacionalizado o *software NVivo* e como analisamos os nossos dados.

O capítulo quatro é o mais importante desta dissertação, onde os objetivos e as hipóteses foram diretamente tratados. Nele descrevemos a análise sobre as cinco contas investigadas, e elencamos os principais sentidos discursivos mobilizados pelos sujeitos durante o período entre eleições 2014 e 2018. Descrevemos conta por conta, começando pela de José Serra, onde vimos que os principais elementos de seu discurso foram o antagonismo ao governo de Dilma Rousseff e posicionamentos ideológicos de direita – especialmente a defesa da abertura de mercado e oposição ao governo de Nicolás Maduro, na Venezuela. No perfil de Aécio Neves, foi possível observar uma reincidência muito grande de sentidos contrários ao governo de Dilma e ao PT, e uma promoção contínua do PSDB. A defesa de uma reforma política também foi elemento central no discurso de Aécio. Na conta de Alckmin, percebemos um político muito preocupado em estabelecer uma boa imagem do seu governo no estado de São Paulo, que teve o fim no início de 2018 para concorrer às eleições para Presidência da República. Na campanha eleitoral, Alckmin se constituiu como um político experiente, ético e democrático, utilizando quatro reformas como elementos constitutivos – política, tributária, de Estado e previdenciária. Seu antagonismo estava fixado primeiramente no PT, e com o passar da campanha continuou no PT, mas dividindo o posto com Bolsonaro, representando, na articulação de Alckmin, os radicalismos da política brasileira. João Doria foi a última conta apresentada entre os sujeitos. Vimos que o governador de São Paulo eleito em 2018 teve uma atuação bastante midiática na rede social, promovendo bastante as suas campanhas nas eleições de 2016 e 2018, e o seu mandato de prefeito na capital paulista. Os principais elementos que constituíram seu discurso foram sentidos de direita que visam redução do tamanho do Estado, e o antagonismo ao PT/esquerda.

Na análise sobre o perfil oficial do PSDB, decidimos abordar os principais sentidos conforme os seus tópicos. Vimos que partido tentou construir a imagem de que estava sempre disposto a ajudar o Brasil e os brasileiros com suas

contribuições na política, e isso foi construído através de um antagonismo ao PT, especialmente durante o governo Dilma. O apoio que os tucanos deram ao governo Temer também se deu nessas circunstâncias. Após o *impeachment*, o perfil da sigla buscou uma construção discursiva de que era necessária uma agenda de reformas para o país conseguir se recuperar dos problemas herdados pelo PT. Neste sentido, o governo Temer foi promovido, e o antagonismo ao PT continuou fixado. Sobre as eleições 2018, o a conta do partido constituiu a sua chapa para Presidência da República como a candidatura do centro democrático, fixando o antagonismo nos candidatos Fernando Haddad (PT) e Jair Bolsonaro (PSL), que foram classificados como extremistas.

Na segunda parte do capítulo quatro, buscamos articular a análise das cinco contas, e dialogar com as hipóteses especuladas. Vimos que elas se confirmaram, ainda que uma tenha sido apenas de maneira parcial. De fato, o discurso do PSDB teve no Partido dos Trabalhadores o seu principal corte antagônico. Vimos ainda que, este antagonismo foi sustentado através de sentidos como corrupção, ineficiência, crise, elementos da direita do espectro ideológico e a exaltação do próprio partido. Sobre as hipóteses específicas, vimos que o primeiro momento se confirmou. O discurso construído pelo PSDB foi de antagonismo ao governo de Dilma Rousseff, e isso foi perceptível ao analisar principalmente os perfis do PSDB, Aécio Neves e José Serra, contas de maior atividade quanto a disputa política nacional durante o governo Dilma. O segundo momento também se confirmou. O discurso tucano esteve destinado em promover o próprio partido e apoiar a agenda do governo Temer. O terceiro momento se confirmou parcialmente. O discurso do PSDB esteve centrado na sua própria campanha para presidente, enfatizando Geraldo Alckmin ser o candidato mais democrático, preparado e experiente. O PT esteve dentro do corte antagônico deste partido, porém, acabou dividindo espaço com a candidatura de Jair Bolsonaro – a exceção de João Doria, onde encontramos a principal relação de diferença entre os sujeitos – onde estas duas candidaturas representavam os radicalismos da política brasileira.

Além deste grande antagonismo ao PT, nesta segunda parte também buscamos elencar outros posicionamentos relevantes dentro da construção discursiva do PSDB, foram eles: a) posicionamentos de direita, os quais representaram 92% dos sentidos inseridos em algum espectro ideológico. Aqui

destacamos os sentidos que visam diminuir o tamanho e a influência do Estado, pautas presentes na agenda do governo de Michel Temer, e a oposição ao governo venezuelano de Nicolás Maduro. E b) posicionamentos referentes a mudanças estruturais na política, especialmente através da defesa de uma reforma política que ampliasse a representatividade dos partidos políticos brasileiros.

A presente pesquisa nos possibilitou averiguar a atuação do PSDB ao longo de quatro anos de importantes mudanças na política brasileira, que tiveram um impacto negativo para os tucanos. É importante ressaltar que não tínhamos como objetivo justificar o desempenho pífio do PSDB em 2018, embora tenhamos abordado alguns elementos que podem sim explicar em trabalhos posteriores os motivos do quarto lugar.

Cabe destacar por fim, as oportunidades de novos trabalhos que podem ser realizados a partir deste estudo, devido a vasta carga de dados e informações que foram aqui abordadas. Elencamos duas possibilidades, a primeira: a) um estudo abordando a forma com que o PSDB construiu o discurso antipetista, preparando o terreno para o surgimento e a eleição de Jair Bolsonaro. E b) um estudo específico sobre os posicionamentos ideológicos e políticos do partido, buscando compreender o papel dos tucanos dentro da direita brasileira. Esperamos, com essa dissertação, ter contribuído para um melhor entendimento do quadro político partidário do PSDB, neste período entre eleições 2014 e 2018.

REFERÊNCIAS

AECIONEVES. **Biografia**. Disponível em: <http://aecioneves.com.br/biografia/>
Acesso em mai. 2021.

AMARAL, Marcelo Santos; PINHO, José Antonio Gomes de. Eleições Parlamentares no Brasil: **O Uso do Twitter na Busca por Votos**. Rev. adm. contemp., Curitiba, v. 22, n. 4, p. 466-486, Aug. 2018.

AMARAL, Oswaldo. **A estrela não é mais vermelha: as mudanças no programa petista nos anos 90**. São Paulo: Garçon, 2003.

_____. **The victory of Jair Bolsonaro according to the Brazilian Electoral Study of 2018**. Brazilian Political Science Review, vol. 14, n. 1, p. 1-13, 2020.

ASSUMPÇÃO, Raiane. **Análise organizacional do Partido da Social-Democracia Brasileira no Estado de São Paulo (1988-2006): a estrutura relacional e o capital político**. 340f. Tese (Doutorado em Ciências Sociais) – Faculdade de Ciências e Letras, Universidade do Estado de São Paulo, São Paulo. 2008.

AVRITZER, Leonardo. **O PÊNDULO DA DEMOCRACIA NO BRASIL: Uma análise da crise 2013-2018**. Novos estud. CEBRAP, São Paulo, v. 37, n. 2, p. 273-289, Aug. 2018.

BARBETTA, Pedro Alberto. **Estatística aplicada às Ciências Sociais**. Florianópolis: Ed. da UFSC, 1999.

BARON, Letícia. **Tão próximos e tão distantes: a articulação discursiva dos movimentos pró-impeachment a partir da teoria do discurso de Ernesto Laclau**. 2018. 212 fl. Dissertação (Mestrado em Ciência Política, Instituto de Filosofia, Sociologia e Política, Universidade Federal de Pelotas, Pelotas, 2018

BIROLI, Flávia; MIGUEL, Luis Felipe. **Meios de Comunicação, Voto e Conflito Político no Brasil**. São Paulo. Revista Brasileira de Ciências Sociais, v. 28, n. 8, p. 77-95. 2013.

BRAGA, Maria do Socorro. **Organizações partidárias e seleção de candidatos no estado de São Paulo**. Revista Opinião Pública, Campinas, v.14, n.2, p. 454-485, nov. 2008.

BRAGA, Maria do Socorro; COSTA, Valeriano; FERNANDES, Jean. **Dinâmicas de funcionamento e controle do poder nos partidos políticos: os casos do**

PT e PSDB no Estado de São Paulo. Revista Brasileira de Ciências Sociais, São Paulo, v. 33 n. 96, p. 1-26, fev. 2018.

BRAGA, Sérgio; CARLOMAGNO, Márcio. **Eleições como de costume? Uma análise longitudinal das mudanças provocadas nas campanhas eleitorais brasileiras pelas tecnologias digitais (1998-2016).** Rev. Bras. Ciênc. Polít., Brasília, n. 26, p. 7-62, Aug. 2018.

BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. **Estatísticas Eleitorais.** Resultado eleições 2014. Disponível em: <<http://www.tse.jus.br/eleicoes/estatisticas/estatisticas-eleitorais>>. Acesso em: jun. 2019.

_____. Tribunal Superior Eleitoral. **Estatísticas Eleitorais.** Disponível em: <<http://www.tse.jus.br/eleicoes/estatisticas/estatisticas-eleitorais>>. Acesso em: fev. 2021.

_____. Câmara dos Deputados. **Biografia Geraldo Alckmin Filho.** Disponível em: <https://www.camara.leg.br/deputados/65480/biografia>. Acesso em: mai. 2021.

_____. Ministério das Comunicações. **Pesquisa mostra que 82,7% dos domicílios brasileiros têm acesso à internet.** Disponível em <https://www.gov.br/mcom/pt-br/noticias/2021/abril/pesquisa-mostra-que-82-7-dos-domicilios-brasileiros-tem-acesso-a-internet>. Acesso em ago. 2021.

BROWN, Wendy. ***Undoing the demos: neoliberalism's stealthy revolution.*** New York: Zone Books: 2015

CERVI, Emerson Urzzi. **CAMPANHAS ELEITORAIS EM REDES SOCIAIS: TRANSPARÊNCIA OU PORNOGRAFIA?** IN: CERVI, Emerson; MASSUCHIN, Michele; CARVALHO, Fernanda (Orgs.). Internet e Eleições no Brasil. Curitiba: CPOP (Grupo de Pesquisa em Comunicação Política e Opinião Pública) – E-book versão PDF. 2016

CERVI, Emerson Urzzi; MASSUCHIN, Michele Goulart. **O uso do twitter nas eleições de 2010: o microblog nas campanhas dos principais candidatos ao governo do paraná.** Contemporânea | Comunicação e Cultura, n. 9, v. 2, p. 319-334. 2011.

CIOCCARI, Deysi; PERSICHETTI, Simonetta. **A política e o espetáculo em Jair Bolsonaro, João Dória e Nelson Marchezan.** *Revista de la Asociación Argentina de Estudios de Cine y audiovisual.* n. 18, p. 54-84. 2018.

COIMBRA, Marcus. **A mídia teve algum papel durante o processo eleitoral de 2006.** In: LIMA, V. (Org.), *A Mídia nas Eleições de 2006*. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, p. 187- 210. 2007.

COLLETTI, Lucio. ***Marxism and the Dialectic.*** *New Left Review*. Reino Unido. 1976.

DOWNS, Anthony. **Uma teoria econômica da democracia.** São Paulo: Edusp, 1999

DUVERGER, Maurice. **Os Partidos Políticos.** Rio de Janeiro: Zahar, 1970.

EBIOGRAFIA. **Biografia Geraldo Alckmin.** Disponível em: https://www.ebiografia.com/geraldo_alckmin/. Acesso em: mai.2021.

ESPING-ANDERSEN, Gosta. **As três economias políticas do welfare state.** *Lua Nova*, São Paulo, n. 24, p. 85-116, Sept. 1991.

FAUSTO NETO, Antonio. **As vozes do impeachment.** In: MATOS, H. (Org) *Mídia, Eleições e Democracia*. São Paulo: Scritta, p. 159-189. 1994.

FLEISCHER, David. **Os Partidos Políticos.** IN: AVELAR, Lucia. *Sistema Político Brasileiro – Uma introdução*. 3ª ed. Editora UNESP. 2015

FONSECA, Flávia; VASCONCELOS, Laércia. **Práticas culturais em campanhas políticas online - uma análise da campanha presidencial brasileira de 2010 via twitter.** *Acta comport.* Guadalajara, v. 21, n. 3, p. 273-283, 2013.

FREITAS, Felipe Corral de. **O primeiro grande antagonismo entre PSDB e PT.** *Opin. Publica*, Campinas, v. 24, n. 3, p. 547-595, Dec. 2018.

_____. **Redimensionando o primeiro grande antagonismo entre PSDB e PT: A eleição de 1998 e a produção de novos sentidos.** *Agenda Política*, São Carlos, v. 7, n. 3, p. 166-207. 2019a

_____. **Antagonismo e propaganda eleitoral: os discursos de PSDB e PT na eleição de 2002.** *Revista de Ciências Sociais*, v. 50, n. 1, 475-524. mar./jun. 2019b

_____. **“Revisitando” algumas teses do passado: a eleição de 2006 e a disputa antagônica entre PT e PSDB.** Rev. Bras. Ciênc. Polít., Brasília, n. 32, p. 43-92, ago. 2020.

FUKS, Mario.; RIBEIRO, Ednaldo.; BORBA, Julian. ***From antipetismo to generalized antipartisanship: the impact of rejection of political parties on the 2018 vote for Bolsonaro.*** Brazilian Political Science Review, vol. 15, nº 1, nov. 2020

FURTADO, Olavo. **Trajetos e perspectiva-social-democratas: do modelo europeu para o PSDB e o PT no Brasil.** Dissertação (mestrado). Universidade Estadual de Campinas. Campinas. 1996.

G1. **PSDB pede ao TSE auditoria para verificar lisura das eleições.** Disponível em: <http://g1.globo.com/politica/noticia/2014/10/psdb-pede-ao-tse-auditoria-para-verificar-lisura-da-eleicao.html>. Acesso em: ago. 2021.

GARCÍA, Cristóbal. et al. ***What can Twitter tell us about social movements' network topology and centrality? Analysing the case of the 2011 – 2013 Chilean student movement.*** Inst. J. Organisational Design and Engineering, v. 3, n. 3/4, p. 317–337, 2014.

GIDDENS, A. ***The consequences of modernity.*** Stanford: Stanford University Press, 1990.

GOFFMAN, Erving. **Os quadros da experiência social: uma perspectiva de análise.** Petrópolis: Editora Vozes. 2012.

GONÇALVES, Larissa Russo. **Análise dos sentidos ideológicos presentes nas medidas provisórias editadas no primeiro governo Lula (2003-2006).** 2017. 113f. Dissertação (Mestrado em Ciência Política) – Programa de Pós-Graduação em Ciência Política, Instituto de Filosofia, Sociologia e Política, Universidade Federal de Pelotas, Pelotas, 2017.

GOMES, Rosana Alves. **O comportamento ideológico do Partido dos Trabalhadores na Câmara dos Deputados na 52ª Legislatura (2003-2007) no âmbito da Política Social.** 2016. 140f. Dissertação (Mestrado em Ciência Política) – Programa de Pós-Graduação em Ciência Política, Instituto de Filosofia, Sociologia e Política, Universidade Federal de Pelotas, Pelotas, 2016.

GOMES, Wilson et al. **"Politics 2.0": a campanha online de Barack Obama em 2008.** Rev. Sociol. Polít., Curitiba, v. 17, n. 34, p. 29-43, outubro. 2009

GONZÁLEZ-BAILÓN, Sandra. et al. ***The Dynamics of Protest Recruitment through an Online Network***. Scientific Reports, v. 1, p. 1–7, 2011.

GRAMSCI, Antonio. **Cadernos do cárcere**. Tradução de Carlos Nelson Coutinho com a colaboração de Luiz Sergio Henriques e Marco Aurélio Nogueira. Rio de Janeiro: Editora Civilização Brasileira, 2000a. v. 3. 2002.

GUIOT, André. **Um “moderno Príncipe” para a burguesia brasileira: o PSDB (1988 – 2002)**. 197f. Dissertação (Mestrado em História) – Faculdade de História, Universidade Federal Fluminense, Rio de Janeiro. 2006.

GUAZINA, Liziane. **O conceito de mídia na comunicação e na ciência política: desafios interdisciplinares**. Revista Debates, v. 1, n. 1, 2007

IASULATTIS, Sylvia. **Internet e Propaganda Política no Brasil: limites e possibilidades**. Estudos de Sociologia. v.12, n.23, p. 153-172. 2007.

IYENGAR, Shanto. ***Is anyone responsible? How television frames political issues***. Chicago: The University of Chicago Press, 1991.

JOATHAN, Ícaro. **Ataques online: uma análise das estratégias de campanha negativa antes e durante a campanha presidencial de 2014 no Facebook**. Revista Compólitica. n.7, v.1, p. 73- 106. 2017.

JOSÉSERRA. **Biografia**. Disponível em <http://www.joseserra.com.br/biografia/> Acesso em mai. 2021.

KATZ, Elihu; LAZARFELD, Paul. ***Personal influence: the part played by people in the flow of mass communications***. New York: Free Press, 1964.

KERBAUY, Maria Teresa Miceli; ASSUMPÇÃO, Raiane. ***Análisis organizacional del Partido de la Democracia Social Brasileña en el Estado de San Pablo*** (1988-2006). América Latina Hoy, Salamanca, v. 62, p. 79-101, abr./jun. 2012.

KINZO, Maria D’Alva Gil. **Radiografia do quadro partidário brasileiro**. 1.^a edição. São Paulo: Fundação Konrad-Adenauer-Stiftung, 1993.

KOTLER, Philip; KARTAJAYA, Hermawan; SETIAWAN, Iwan. **Marketing 4.0: do tradicional ao digital**. Rio de Janeiro: Sextante. 2017

LACLAU, Ernesto. La imposibilidad de la sociedad. In: LACLAU, Ernesto. **Nuevas reflexiones sobre la revolución de nuestro tempo**. Buenos Aires: Nueva Visión, 1993.

_____. **A razão populista**. São Paulo: Três Estrelas, 2013.

_____. **Emancipação e Diferença**. Rio de Janeiro: Eduerj, 2011

LACLAU, Ernesto; MOUFFE, Chantal. **Hegemonia e Estratégia Socialista: Por uma política democrática radical**. São Paulo, Intermeios, 1ª ed, 2015

LIMA, Venício A. de. **Revisitando sete teses sobre mídia e política no Brasil**. Comunicação & Sociedade, v. 30, n. 51, 2009.

LINHARES, Bianca de Freitas et al. **O comportamento ideológico do PMDB na Câmara dos Deputados em 2013**. Opin. Publica, Campinas, v. 26, n. 2, p. 180-216, ago. 2020.

LINHARES, Bianca de Freitas; MENDONÇA, Daniel de. **Transposição Didática do Pós-Estruturalismo a partir da prática de pesquisa: o uso da triangulação Teoria do Discurso de Laclau e Mouffe**. n: 12º Encontro da ABCP: 2020. João Pessoa. Anais da Associação Brasileira de Ciência Política. 2018.

LUZ, Michele Diana. **Em busca de um discurso social: A ideologia da política social do PSDB na Câmara dos Deputados na 52ª Legislatura (2003-2007)**. 2017. 144f. Dissertação (Mestrado em Ciência Política) – Programa de Pós-Graduação em Ciência Política, Instituto de Filosofia, Sociologia e Política, Universidade Federal de Pelotas, Pelotas, 2017.

MANIN, Bernard. **As Metamorfoses do Governo Representativo**. Revista Brasileira de Ciências Sociais, n. 29, 1995.

_____. **A democracia do público reconsiderada**. Novos Estudos – CEBRAP, n. 97, p. 115 -127. 2013.

MARQUES, Francisco Paulo Jamil Almeida. **Ciberpolítica: conceitos e experiências**. Salvador: EDUFBA. 2016.

MARQUES, Jales; FLEISCHER, David. **De facção a partido: o partido da social democracia brasileira (PSDB) (1987/1995)**. Brasília, Konrad/Adenauer/Stiftung. 1999.

McCOMBS, Maxwell; SHAW, Donald. **A função do agendamento dos media**. In: TRAQUINA, Nelson. O poder do jornalismo: análise e textos da teoria do agendamento. Coimbra: Minerva. 2000.

MENDES, Antonio; VENTURE, Gustavo. **Eleição Presidencial: o Plano Real na sucessão de Itamar Franco**. Opinião Pública, v. 2, n. 2, p.59-72. 1994.

MENDONÇA, Daniel. A noção de antagonismo na ciência política contemporânea: uma análise a partir da perspectiva da teoria do discurso. **Revista Sociologia Política**, vol. 11, no. 20, p.135-145, 2003.

_____. Antagonismo como identificação política. **Revista Brasileira de Ciência Política**, n.9, p. 205-228. 2012

_____. Como olhar “o político” a partir da teoria do discurso. **Revista Brasileira de Ciência Política**, Brasília, v.1., n.1, jan/jun, 2009, p. 153-169.

MENDONÇA, Daniel; RODRIGUES, Léo P. In: MENDONÇA, Daniel; RODRIGUES, Léo Peixoto (Orgs). **Pós-Estruturalismo e Teoria do Discurso: em torno de Ernesto Laclau**. Porto Alegre, EdiPUCRS2014

MENEGUELLO, Rachel. **PT: a formação de um partido (1979-1982)**. São Paulo: Paz e Terra, 1989.

MIGUEL, Luis Felipe. **Mídia e Eleições: a campanha de 1998 na Rede Globo**. Dados, vol. 42, nº 2, pp. 253-276. 1999.

_____. **Eleições, opinião pública e mídia: reflexões a partir das eleições brasileiras de 2002**. Política & Sociedade, v.2, n. 2, 2003.

_____. **Mídia e vínculo eleitoral: a literatura internacional e o caso brasileiro**. Opinião Pública. Campinas, v. 10, n. 1, p. 91-111. 2004.

MIGUEL, Luis Felipe; BIROLI, Flavia. **Comunicação e política: um campo de estudos e seus desdobramentos no Brasil**. In: MIGUEL, L.; BIROLI, F. (Org.). Mídia, representação e democracia. São Paulo: Hucitec, p. 7-24. 2010

MULLER, Wolfgang; STROM, Kaare. **Policy, office or votes? How political parties in Western Europe make hard decisions**. Nova York, Cambridge University Press. 1999

MELO, Paulo Victor Teixeira Pereira de. **O PMDB e a sua manutenção no centro do jogo político: de catch all a cartel**. 2013. 205f. Dissertação

(Mestrado em Ciência Política) – Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte. 2013.

Nicolau, Jairo. **O Brasil dobrou à direita: uma radiografia da eleição de Bolsonaro em 2018**. Rio de Janeiro: Zahar, 2020.

OLIVEIRA, Luiz Ademir de; MAIA, Paulo Eduardo Assis; MIRA, Gustavo Ferandes. **Disputa eleitoral de 2014: Da tela da televisão para as redes sociais**. Comunicação & Mercado/UNIGRAM, v. 04, n. 11, p. 29-42. Dourados. 2015.

PEREIRA, Natasha Bachini. **Sob o piado do Twitter: O novo tom das campanhas eleitorais com a difusão da internet no Brasil**. Dissertação (Mestrado em Ciências Sociais). Pontifícia Universidade Católica de São Paulo. São Paulo. 2013.

PINTO, Céli Regina Jardim. **A TRAJETÓRIA DISCURSIVA DAS MANIFESTAÇÕES DE RUA NO BRASIL (2013-2015)**. Lua Nova, São Paulo, n. 100, p. 119-153, Jan. 2017.

PORTO, Mário; GUAZINA, Liziane. **A política na TV: o horário eleitoral da eleição presidencial de 1994**. Revista Contracampo, v. 3, n. 3, p. 5-33. 1999.

POWER, Timothy. **Fernando Henrique e a ‘Terceira Via’: Blairismo à Brasileira?** In: TAVARES, José Antônio Giusti (org.). *O que esperar da Social-Democracia no Brasil?* Brasília: Instituto Teotônio Vilela, 2003.

PRZEWORKI, Adam. **Capitalism and social democracy**. New York, Cambridge University Press. 1985

PSDB. **História**. Disponível em: <https://www.psdb.org.br/conheca/historia>. Acesso: fev. de 2021.

PSDB pede ao TSE auditoria para verificar ‘lisura’ da **G1**, 2014. Disponível em: <http://g1.globo.com/politica/noticia/2014/10/psdb-pede-ao-tse-auditoria-para-verificar-lisura-da-eleicao.html>>. Acesso em junho de 2019.

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulinas. 2009.

RECUERO, Raquel; ZAGO, Gabriela; SOARES, Felipe Bonow. **Mídia social e filtros-bolha nas conversações políticas no twitter**. XXVI Encontro Anual da Campós, São Paulo, SP, Brasil. 2017.

REIS, Fábio Wanderley. **“Identidade política, desigualdade e partidos brasileiros”**. Novos Estudos Cebrap, vol. 87, nº 2, p. 61-75, 2010.

RIBEIRO, Pedro. **Organização e poder nos partidos brasileiros: uma análise dos estatutos**. Revista Brasileira de Ciência Política. Brasília, v. 10, p. 225-265, jan./jun. 2013.

ROMA, Celso. **A trajetória do PSDB na recente democracia brasileira**. Revista Boletim Conjuntura Política. Belo Horizonte, v. 16, p. 17-19, mar. 2000.

_____. **A institucionalização do PSDB entre 1988 e 1999**. Revista Brasileira de Ciências Sociais. São Paulo, v. 17, n. 49, p. 71-92, jun. 2002.

RUBIM, Antonio. **Política em Tempos de Mídia: impressões de crises**. In: PEREIRA, C. A.; FAUSTO NETO, A. (Orgs) Comunicação e Cultura Contemporânea. Rio de Janeiro, Notrya, p.148-168. 1993

_____. **Visibilidades e estratégias nas eleições presidenciais de 2002: política, mídia e cultura**. In: RUBIM, Antônio. A. C. (org). Eleições Presidenciais em 2002 no Brasil. Salvador/ São Paulo: CULT/Hacker Editores, 2002.

RUBIM, Antonio; AZEVEDO, Fernando. **Mídia e Política no Brasil: textos e agenda de pesquisa**. Lua Nova, n. 43, p. 189-216. 1998.

SAMUELS, David. **As bases do petismo**. Opinião Pública, vol. 10, nº 2, p. 221-241, 2004.

SANTOS, Carolina Costa Dos. **O programa partidário do PMDB: um estudo a partir da teoria do discurso de Ernesto Laclau e Chantal Mouffe**. 61f. Trabalho de conclusão de curso – Instituto de Filosofia, Sociologia e Política. Universidade Federal de Pelotas, 2017

SARTORI, Giovanni. **A teoria da democracia revisitada**. 2 v., São Paulo: Ática, 1994

_____. **Homo videns: a televisão e o pós-pensamento**. Bauru. Edusc. 2001

SIMÕES, Israel Bueno; SILVA, Shirlei da Conceição. **Marketing político na era digital: Um estudo sobre o uso do Twitter pelos candidatos à presidência no Brasil em 2018**. Agenda Política, v. 7, n. 3, p. 114-137. São Carlos. 2019

SINGER, André. **O lulismo em crise: Um quebra-cabeça do período Dilma (2011-2016)** – 1ª ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2018

SPECK, Bruno Wilhelm; BALBACHEVSKY, Elizabeth. **Identificação partidária e voto. As diferenças entre petistas e peessedebistas**. Opin. Publica, Campinas, v. 22, n. 3, p. 569-602, Dec. 2016

STIEGLITZ, Stefan; DANG-XUAN, Linh. **Emotions and Information Diffusion in Social Media: Sentiment of Microblogs and Sharing Behavior**. Journal of Management Information Systems, v. 29, n. 4, p. 217–247. 2013

VIEIRA, Soraia Marcelino. **O Partido da Social Democracia Brasileira: trajetória e ideologia**. 2012. 186 f. Tese (Doutorado em Ciência Política). – Faculdade de Ciências Sociais, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro.

APÊNDICES

APÊNDICE A

Ao observar a conta do PSDB durante a pesquisa exploratória, foi possível perceber que os sentidos extraídos seguiram uma lógica de antagonismo ao Partido dos Trabalhadores, durante praticamente todos os quatro anos investigados. Num total de 1741 tuítes analisados, os dois sentidos mais recorrentes foram: 1 – *Oposição ao governo do PT*, representando 25%; 2 – *Oposição ao PT* representando 12%³⁶. A conta tucana ainda realizou postagens para promover o próprio partido e os seus representantes. O sentido *Promoção PSDB* apareceu em 11% dos tuítes, sendo o terceiro mais recorrente; *Promoção de um político* do partido apareceu em 10% das postagens; e *Promoção de um governo tucano* apareceu em 7%. Ainda cabe salientar que houveram 6% de tuítes promovendo o governo de Michel Temer, o qual o partido apoiou. Sobre Jair Bolsonaro, presidente eleito em 2018, foram 0,22% de tuítes criticando-o.

Tabela 2 – Sentidos extraídos na pesquisa exploratória PSDB³⁷

Sentidos	Nº de vezes extraídos
Oposição ao governo do PT	433
Oposição ao PT	219
Promoção PSDB	197
Promoção de um político do partido	173
Promoção de um governo tucano	125
Promoção governo Temer	104
Defesa do Impeachment de Dilma	100
Informes sobre a política	84
Informes sobre o partido	74
Promoção da candidatura do Alckmin para presidente	64
Promoção de um grande quadro do partido	62
Agenda dos grandes quadros políticos	39
Promoção de um candidato das eleições 2016	32
Contra o governo de Maduro	29
Promoção de uma candidatura de 2018	27
Exposição de ideias	25
Informes geral	17
Agenda de um político tucano	13
Modernização das leis trabalhistas	12

³⁶ Oposição ao governo do PT diz respeito aos sentidos em que visavam criticar ou desestabilizar o governo de Dilma Rousseff. Oposição ao PT é referente aos tuítes após o *impeachment* de Dilma, onde o partido visava criticar e diminuir a imagem do PT.

³⁷ Em negrito estão destacadas sentidos relevantes dentro do cenário eleitoral em 2018, mas que não tiveram muitas recorrências.

Defesa da reforma política	12
Exaltação do Sergio Moro	9
Defesa do Estado Mínimo	9
Defesa das mulheres	8
Defesa da reforma previdenciária	8
Autodefesa	6
Defesa do Parlamentarismo	5
Contra Jair Bolsonaro	4
Defesa da PEC do teto de gastos	3
Aproximação do partido ao Temer	3
Resposta aos cidadãos	3
Defesa da saída de Cunha da Câmara	3
Anti cuba	2
Carteira de Habilitação Digital	2
Contra sindicatos	2
Críticas ao governo Trump	2
Manifestos	2
Perguntas ao público	2
Recomendação de Leitura	2
Defesa da reforma tributária	2
Doe sangue	2
Dia da mulher	2
Aécio presidente	1
Combate a Fake News	1
Contra a Esquerda	1
Contra a JBS	1
Contra as ocupações	1
Contra o MST	1
Defesa da abertura de mercado	1
Defesa das instituições	1
Defesa do voto distrital	1
Defesa do voto impresso	1
Destaque ao Exército	1
Dia dos animais	1
Em defesa do Aécio	1
Lamento de mortes	1
Notícias ruim sobre o Brasil	1
Outubro rosa	1
Redução de impostos	1
Retirada do partido do governo Temer	1
Saneamento	1
Não classificável	40
Total de tuites	1742

Fonte: Elaboração própria com base na conta @PSDBoficial, no *Twitter*

Nos tuítes da pesquisa exploratória, Geraldo Alckmin se manifestou de maneira comedida quanto à disputa política, utilizando o seu *Twitter* como uma espécie de central de informações do seu governo no Estado de São Paulo. Do total de postagens analisadas nesta pesquisa exploratória, foram 39% destinadas a dar informes sobre o seu governo; 25% foram respostas a interações de cidadãos; e 14% sobre assuntos relacionados à sua agenda. Estes três sentidos foram os mais recorrentes. Ainda houveram 6% de tuítes promovendo a sua candidatura para a Presidência da República, em 2018, sendo todos após o anúncio de sua pré-candidatura³⁸. Os sentidos *Críticas ao PT* e *Críticas ao Bolsonaro* tiveram aparição, cada um, em apenas 0,50% dos tuítes.

Tabela 3 – Sentidos extraídos na pesquisa exploratória Alckmin³⁹

Sentidos	Nº de vezes extraídos
Informes sobre seu governo	542
Resposta aos cidadãos	352
Agenda	191
Boa noite	86
Promoção de sua candidatura para a Presidência	81
Promoção de seu governo	78
Destaque aos cidadãos	24
Autopromoção	18
Data comemorativa	15
Exposição de suas ideias	14
Outros	12
Promoção do PSDB	10
Solidariedade a tragédia	9
Contra a impunidade	9
Parabéns aos atletas (olimpíadas)	7
Dialogo com políticos	7
Críticas ao PT	7
Críticas a Bolsonaro	7
Família	6
Elogios a PM	6
Autodefesa	5
Agradecimento pelo seu aniversário	4
Elogios aos bombeiros	4
Contra o voto obrigatório	3

³⁸ A pré-candidatura de Geraldo Alckmin para a Presidência da República ocorreu em março de 2018.

³⁹ Em negrito estão destacadas sentidos relevantes para a disputa política nacional, mas que não tiveram muitas recorrências.

Defesa do empreendedorismo	3
Destaque a empresas	4
Carnaval	2
Defesa do impeachment de Dilma	2
Defesa da abertura de mercado	2
Defesa da Leitura	2
Defesa do Estado Mínimo	2
Defesa do João Dória	2
Colaborar com o Governo Temer	1
Agradecimentos aos cidadãos	1
Anúncio da candidatura de Dória para prefeito de SP	1
Boa sorte aos candidatos da Fuvest	1
Boa tarde	1
Contra o corporativismo	1
Contra o racismo	1
Contra o porte de armas	1
Contra o governo do Maduro	1
Defesa da descentralização do poder	1
Defesa da redução da maioria penal	1
Defesa das escolas públicas	1
Defesa das instituições fortalecidas para o bom andamento do processo político	1
Defesa do incentivo à cultura	1
Defesa dos Shoppings	1
Defesa da Reforma Política	1
Denúncia dos atos de vandalismo	1
Defesa das cotas	1
Defesa do voto distrital	1
Divulgação das olimpíadas de matemática	1
Elogios à educação profissionalizante de São Paulo	1
Elogios a Fatec	1
Elogios a paraolimpíadas	1
Elogios à Regina Duarte	1
Elogios à São Paulo	1
Elogios ao Gabriel Medina	1
Elogios ao hospital Incor	1
Elogios ao Silvio Santos	1
Futebol	1
Judô	1
Morte de seu filho	1
Natal é solidariedade	1

Parabéns à Inezita Barroso	1
Parabéns aos alunos das escolas estaduais	1
Parabéns Alexandre	1
Parabéns aos alunos da Fatecs	1
Parabéns ao Dom Fernando Antônio	1
Prisão de Lula (não toma muito partido)	1
Promoção da Unicamp	1
Referência ao Butantã	1
Valorização de indústrias	1
Total de tuítes	1394

Fonte: Elaboração própria com base na conta @geraldoalckmin, no *Twitter*.

João Doria é o político tucano que apresentou mais peculiaridades no seu *Twitter* ao longo desta pesquisa exploratória. Os sentidos extraídos de suas publicações variavam conforme o momento em que o tucano atravessava. Até anunciar sua pré-candidatura para a prefeitura de São Paulo, no final de 2015, Doria utilizava suas redes sociais para se promover como empresário. Após isso, sua atuação nas redes sociais tomou outro rumo. Dos 305 tuítes analisados, 36% eram referentes à sua agenda, 26% promovendo o seu governo na prefeitura de São Paulo, e também 26% promovendo as suas candidaturas para a prefeitura de São Paulo, e para o governo do Estado de São Paulo⁴⁰. João Doria utilizou bastante os recursos de imagem e vídeo para se promover. É importante também apresentar que, os sentidos *Antipetismo* (3%), *Anti esquerda* (2%), e *Apoio ao Bolsonaro* (2%) não foram maioria durante os quatro anos investigados, porém, eles apareceram de maneira concentrada a partir do resultado do primeiro turno nas eleições de 2018. Dos 22 tuítes analisados neste período, eles estavam presentes em 59% dos casos.

Tabela 4 – Sentidos extraídos na pesquisa exploratória João Doria⁴¹

Sentidos	Nº de vezes extraídos
Agenda	111
Promoção de seu governo	81
Promoção da sua candidatura ao governo de SP	57

⁴⁰ *Promoção da sua candidatura ao governo de São Paulo* apareceu em 19% dos tuítes, enquanto *Promoção da sua candidatura para prefeito de São Paulo* apareceu em 7%

⁴¹ Em negrito estão destacadas sentidos relevantes para a disputa política nacional, mas que não tiveram muitas recorrências.

Promoção de sua candidatura para prefeito de SP	23
Informes	22
Autopropaganda	20
Antipetismo	11
Defesa de parcerias entre os setores privados e públicos	10
Propaganda de eventos empresariais	10
Contra a esquerda	8
Defesa do Estado mínimo	8
Apoio ao Bolsonaro	7
Ataque ao Marcio França	7
Combate aos fake news	5
Crítica ao governo de Haddad em SP	5
Reverência à empresários	3
Promoção do PSDB	2
Defesa da desburocratização	2
Autodefesa	2
Propaganda de seu programa	2
Propaganda Riachuelo	2
Ajuda à um cidadão	1
Apoio à Marcha pra Jesus	1
Apoio à Seleção Brasileira	1
Cobrança à amazon para doar livros para a prefeitura	1
Compreende a posição de alguém	1
Contra as manifestações artísticas obscenas	1
Crítica à Folha SP	1
Defesa do impeachment de Dilma	1
Data comemorativa	1

Defesa da continuação das reformas de Temer mesmo com os escândalos revelados	1
Defesa da força de vontade	1
Defesa da geração de riqueza	1
Defesa da globalização	1
Defesa do desenvolvimento de energias renováveis	1
Defesa do liberalismo	1
Encíclica do Papa Francisco vai ter impacto positivo no meio ambiente	1
Entrevista que fez com Augusto Cury	1
Explica o sistema político da Espanha	1
Feliz ano novo	1
Feliz pascoa	1
Foto com Alckmin	1
Foto em um estádio de futebol	1
Frase motivacional	1
Futebol	1
Indicação de evento	1
Lamento pela morte do filho de Alckmin	1
Promoção CEOs Family Workshop	1
Propaganda programa Band	1
Reitera que é leal ao Alckmin	1
Não classificável	1
Total de tuites	304

Fonte: Elaboração própria com base na conta @jdoriajr, no *Twitter*

Na pesquisa exploratória, os tuítes de Aécio Neves foram semelhantes com o que foi apresentado na conta do PSDB no que diz respeito à oposição ao PT. De 188 publicações analisadas, os três sentidos mais recorrentes foram: 1 – *Oposição governo de Dilma*, com 28%; 2 – *Agenda*, com 21%; 3 – *Antipetismo*, com 12%. Além do primeiro e terceiro mais recorrente, apareceram ainda outros tuítes que proliferavam antagonismo ao PT, como *Defesa do impeachment de Dilma* (8%), *Crítica ao PT* (4%). Sobre a ligação com o partido em que pertence, o sentido *Promoção do PSDB* foi o quarto mais recorrente, aparecendo em 9% dos tuítes.

Tabela 5 – Sentidos extraídos na pesquisa exploratória Aécio

Sentidos	Nº de vezes extraídos
Oposição ao governo de Dilma	53
Agenda	40
Antipetismo	23
Promoção do PSDB	17
Autopromoção	15
Defesa do impeachment de Dilma	15
Relato de algo que aconteceu nas câmaras	11
Autodefesa	9
Crítica ao PT	7
Defesa do Governo Temer	7
Crítica ao governo Venezuelano	6
Crítica ao cenário construído na eleição de 2014	2
Urgência na mudança dos fundos de pensão	2
Defesa da cláusula de desempenho	2
Apoio a Operação Lava-Jato	1
Aproximação ao PMDB	1
Comentário sobre política exterior	1
Contra a radicalidade	1
Crítica a algo que aconteceu nas câmaras	1
Crítica ao governo de Minas	1
Defesa da reforma da previdência	1
Defesa da segurança pública	1
Defesa do aumento de pena para quem comete estupro	1
Apoio a Governador Valadares	1
Defesa Harmonia entre Câmara e Senado	1
Desenvolvimento da CEMIG	1
Dia do professor	1

Dia dos pais	1
Feliz dia das Mães	1
Feliz 2017	
Feliz natal	1
Foto com a família	1
Lamento pela morte de Aloysio Campos da Paz	1
Lamento pela morte de João Castelo	1
Lei para todos	1
Parabéns à BH	1
Parabéns à Dilma pela reeleição	1
Parabéns ao aniversário de seu pai	1
Parabéns às mulheres	1
Preocupação com as denúncias da lava jato	1
Agradecimento aos candidatos que o apoiaram em 2014	1
Serenidade para enfrentar a crise no Brasil	1
Propostas futuras	1
Solidariedade entre as nações	1
Defesa da garantia dos direitos das trabalhadoras domésticas	1
Defesa da Reforma Política	1
Defesa do voto impresso	1
Não classificável	4
Total de tuites	188

Fonte: Elaboração própria com base na conta @AecioNeves, no *Twitter*.

José Serra foi o político que menos realizou postagens durante o período de estudo, apenas 79 publicações foram analisadas nesta pesquisa exploratória. Os sentidos que mais estiveram presentes foram: 1 – *Autopropaganda*, 27%; 2 - *Agenda*, 23%; 3 – *Relato sobre algo que aconteceu na câmara*, 11%. Sobre assuntos relacionados à disputa pelo poder, é importante destacar os sentidos: *Crítica ao governo de Dilma*, com 9%; *Propaganda governo Temer*, com 5%; *Antipetismo*, com 2%; e *Crítica ao PT*, com 1%. Serra também buscou tuitar sobre determinados assuntos que ele defende, como a defesa da abertura da economia para o mercado estrangeiro, aparecendo em 5% das postagens.

Tabela 6 – Sentidos extraídos na pesquisa exploratória Serra

Sentidos	Nº de vezes extraídos
Autopropaganda	22
Agenda	18
Relato sobre algo que aconteceu nas Câmaras	9
Crítica ao governo de Dilma	7

Defesa de abertura para o mercado estrangeiro	5
Defesa do voto distrital	3
Propaganda governo Temer	4
Antipetismo	2
Ideias para um futuro governo	2
Crítica ao governo Venezuelano	2
Defesa do Impeachment da Dilma	1
Boa sorte ao Maia como presidente da Câmara dos Deputados	1
Contra o financiamento público de campanha eleitoral	1
Crítica ao PT	1
Defesa da redução da maioria penal	1
Defesa de mudanças no financiamento do BNDS	1
Defesa de um centro de Terapia Celular	1
Defesa do limite de endividamento da União	1
Denúncia de corrupção na Petrobrás	1
Lamento a morte de Paulo Brossard	1
Lamento pela morte de Carlos Heitor Cony	1
Lembrança de seu passado familiar	1
Mensagem positiva aos bombeiros	1
Torcida ao Palmeiras	1
Repúdio ao golpe de 64	1
Votar no Aécio	1
Não classificável	2
Total de tuites	79

Fonte: Elaboração própria com base na conta @joseserra_, no *Twitter*.