

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO ESPÍRITO SANTO
CENTRO DE ARTES – PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
COMUNICAÇÃO E TERRITORIALIDADES**

STÉPHANE FIGUEIREDO FERREIRA

**ESTRATÉGIAS DE UMA CAMPANHA PERMANENTE E A
CONSTRUÇÃO DO DISCURSO POLÍTICO DO GOVERNADOR
RENATO CASAGRANDE NO FACEBOOK**

VITÓRIA

2022

STÉPHANE FIGUEIREDO FERREIRA

**ESTRATÉGIAS DE UMA CAMPANHA PERMANENTE E A
CONSTRUÇÃO DO DISCURSO POLÍTICO DO GOVERNADOR
RENATO CASAGRANDE NO FACEBOOK**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Territorialidades, linha de pesquisa Comunicação e Poder, da Universidade Federal do Espírito Santo, como requisito parcial para a obtenção do título de mestre.
Orientadora: Prof.^a Dra. Ruth de Cássia dos Reis.

VITÓRIA
2022

STÉPHANE FIGUEIREDO FERREIRA

ESTRATÉGIAS DE UMA CAMPANHA PERMANENTE E A CONSTRUÇÃO DO DISCURSO POLÍTICO DO GOVERNADOR RENATO CASAGRANDE NO FACEBOOK

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Territorialidades da Universidade Federal do Espírito Santo, como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Comunicação e Territorialidades, na linha de pesquisa Comunicação e Poder.

Aprovada em 22 de fevereiro de 2022.

COMISSÃO EXAMINADORA



Profa. Dra. Ruth de Cássia dos Reis
(orientadora – POSCOM/UFES)



Profa. Dra. Daniela Zanetti
(membro interno – POSCOM/UFES)



Profa. Dra. Patrícia Cardoso D'Abreu
(membro externo – Grad. Comunicação/UFES)

Ficha catalográfica disponibilizada pelo Sistema Integrado de Bibliotecas - SIBI/UFES e elaborada pelo autor

F383e Ferreira, Stéphane Figueiredo, 1987-
Estratégias de uma campanha permanente e a construção do discurso político do governador Renato Casagrande no Facebook / Stéphane Figueiredo Ferreira. - 2022.
167 f. : il.

Orientadora: Ruth de Cássia dos Reis.
Dissertação (Mestrado em Comunicação e Territorialidades) - Universidade Federal do Espírito Santo, Centro de Artes.

1. Análise do discurso. 2. Redes sociais on-line. 3. Discursos de campanhas eleitorais. 4. Comunicação na política. 5. Campanhas eleitorais. 6. Marketing governamental. I. Reis, Ruth de Cássia dos. II. Universidade Federal do Espírito Santo. Centro de Artes. III. Título.

CDU: 316.77



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO ESPÍRITO SANTO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO E TERRITORIALIDADES**

ATA DE DEFESA DE DISSERTAÇÃO

No dia vinte e dois do mês de fevereiro do ano de dois mil e vinte e dois, às dez horas, por meio de plataforma virtual, iniciou-se o exame público do trabalho de DISSERTAÇÃO DE MESTRADO da candidata **Stéphane Figueiredo Ferreira**, intitulado “Estratégias de uma campanha permanente e a construção do discurso político do governador Renato Casagrande no Facebook”. A banca examinadora, sob a presidência da Profa. Dra. Ruth de Cássia dos Reis (Orientadora – PÓSCOM/UFES), foi composta pelos seguintes membros: Profa. Dra. Daniela Zanetti (Examinador Interno – PÓSCOM/UFES) e Profa. Dra. Patrícia Cardoso D’Abreu (Examinador Externo – Grad. Comunicação/UFES). A banca, após o exame do trabalho da candidata, considerou-a:

APROVADA (x)

REPROVADA ()

Observações:

Os participantes da banca consideraram o tema da pesquisa relevante e o desenvolvimento do trabalho consistente, tanto nos aspectos teóricos e metodológicos quanto formais. Foi destacada também a importância de a autora divulgar os resultados e dar continuidade à pesquisa em futuro doutorado, tendo em vista a necessidade de construir conhecimento sobre os processos de transformação da comunicação contemporânea e seus impactos na vida social, cultural e política

Profa. Dra. Ruth de Cássia dos Reis

Profa. Dra. Daniela Zanetti

Profa. Dra. Patrícia Cardoso D’Abreu



UNIVERSIDADE FEDERAL DO ESPÍRITO SANTO

PROTOCOLO DE ASSINATURA



O documento acima foi assinado digitalmente com senha eletrônica através do Protocolo Web, conforme Portaria UFES nº 1.269 de 30/08/2018, por
PATRICIA CARDOSO D ABREU - SIAPE 1921373
Departamento de Comunicação Social - DCS/CAR
Em 22/02/2022 às 20:27

Para verificar as assinaturas e visualizar o documento original acesse o link:
<https://api.lepisma.ufes.br/arquivos-assinados/365761?tipoArquivo=O>



UNIVERSIDADE FEDERAL DO ESPÍRITO SANTO

PROTOCOLO DE ASSINATURA



O documento acima foi assinado digitalmente com senha eletrônica através do Protocolo Web, conforme Portaria UFES nº 1.269 de 30/08/2018, por
DANIELA ZANETTI - SIAPE 2552309
Departamento de Comunicação Social - DCS/CAR
Em 23/02/2022 às 14:47

Para verificar as assinaturas e visualizar o documento original acesse o link:
<https://api.lepisma.ufes.br/arquivos-assinados/366365?tipoArquivo=O>



UNIVERSIDADE FEDERAL DO ESPÍRITO SANTO

PROTOCOLO DE ASSINATURA



O documento acima foi assinado digitalmente com senha eletrônica através do Protocolo Web, conforme Portaria UFES nº 1.269 de 30/08/2018, por
RUTH DE CASSIA DOS REIS - SIAPE 297883
Departamento de Comunicação Social - DCS/CAR
Em 23/02/2022 às 19:59

Para verificar as assinaturas e visualizar o documento original acesse o link:
<https://api.lepisma.ufes.br/arquivos-assinados/366700?tipoArquivo=O>

AGRADECIMENTOS

O mestrado para alguns pode ser só um degrau na vida profissional, para outros um esforço incompreensível de dedicação, tempo e energia. Para mim, o mestrado é a realização de um sonho. Na verdade, a realização de dois sonhos: estudar na Universidade Federal do Espírito Santo e ser mestre em áreas que tanto me instigam como a comunicação na campanha eleitoral e a análise de discurso político.

São muitos sentimentos misturados, mas a gratidão e a alegria são os principais. Eu ultrapassei barreiras que antes achava intransponíveis e cheguei onde acreditava ser impossível para mim. Agora é o começo de uma nova história e novos conhecimentos.

Sou grata a Deus, a Jesus e à espiritualidade maior pela proteção e força. À minha família, porque sem esse apoio tudo isso seria muito mais difícil. E à minha orientadora, Ruth Reis, que aceitou as minhas inquietações e me acolheu. Tenho muita admiração pela sua competência e generosidade. Obrigada pela paciência e por esses anos de estudo.

*O discurso nada mais é do que a reverberação
de uma verdade nascendo diante de seus
próprios olhos;*

Michel Foucault (1970)

RESUMO

Esta pesquisa busca analisar como o discurso político do governador do Espírito Santo, José Renato Casagrande (PSB) foi construído nas redes sociais digitais (RSD), com o objetivo de compreender os usos, práticas e estratégias discursivas da comunicação política no contexto de um ecossistema comunicacional em rede, marcado por ampla profusão de vozes proporcionada pelos instrumentos de interação. A análise do discurso (AD) e a análise de conteúdo (AC) são tomadas como fundamentos teórico-metodológicos, e com o apoio de *softwares* de coleta e análise de dados o corpus foi explorado, a fim de dar conta da multiplicidade de informações presentes nas plataformas de RSD. As postagens da página (*fanpage*) oficial, no Facebook, de Renato Casagrande e as interações dos usuários da rede digital formaram o corpus de pesquisa, compreendendo o período eleitoral, de 16/08/2018 a 28/10/2018, e os primeiros seis meses da gestão governamental, entre 01/01/2019 e 30/06/2019. As análises evidenciam as estratégias racionais e emocionais compostas pela tríade *ethos*, *pathos* e *logos*, utilizadas nos dois períodos e a lógica da campanha permanente, uma vez que Casagrande estrutura e propaga seu discurso político com vistas à continuidade no poder. Os estudos teóricos perpassam os campos do discurso, do marketing político, do poder e das redes sociais digitais.

PALAVRAS-CHAVE: Discurso político. Redes sociais digitais. Facebook. Estratégias discursivas.

ABSTRACT

This research seeks to understand how the political discourse of the governor of Espírito Santo, José Renato Casagrande (PSB) was constructed in digital social networks (RSD), in order to understand the uses, practices and discursive strategies of political communication in the context of an ecosystem network communication, marked by a wide profusion of voices provided by the instruments of interaction. Having discourse analysis (AD) and content analysis (CA) as theoretical-methodological foundations, data collection and analysis software were also used in order to account for the multiplicity of information present in RSD platforms. Posts from Renato Casagrande's official page (fanpage) on Facebook and the interactions of his followers formed the research corpus, comprising the election period from 08/16/2018 to 10/28/2018 and the first six months of the administration government between 01/01/2019 and 06/30/2019. The analyzes show the rational and emotional strategies composed by *ethos*, *pathos* and *logos*, used in the two periods and the logic of the permanent campaign, since Casagrande structures and propagates its political discourse with a view to continuity in power. Theoretical studies permeate the fields of discourse, political marketing, power and digital social networks.

KEYWORDS: Political discourse. Digital social networks. Facebook. Discursive strategies.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Print da planilha com dados baixados pelo Netvizz.....	79
Figura 2 – Comparativo de anúncios patrocinados (Período eleitoral)	85
Figura 3 – Grupo1: Postagem de 24/09/2018 (Período eleitoral).....	87
Figura 4 – Grupo 2: Postagem de 16/08/2018 (Período eleitoral).....	94
Figura 5 – Grupo 3: Postagem de 01/01/2019 (Período governamental)	107
Figura 6 – Grupo 4: Postagem de 14/04/2019 (Período governamental)	113
Figura 7 – Grupo 5: Postagem de 16/01/2019 (Período governamental)	119
Figura 8 – Print da planilha de comentários com dados baixados pelo Netvizz	130
Figura 9 – Categoria: “Políticos” - comentários nos períodos eleitoral e governamental.....	132
Figura 10 – Categoria: “Áreas de atuação” - comentários nos períodos eleitoral e governamental	136
Figura 11 – Categoria: “Características positivas de RC” - comentários nos períodos eleitoral e governamental.....	140
Figura 12 – Categoria: “Características negativas de RC” - comentários nos períodos eleitoral e governamental.....	144

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – 26 postagens com mais engajamento (Período eleitoral)	83
Tabela 2 – 26 postagens com mais engajamento categorizadas (Período eleitoral).....	86
Tabela 3 – 25 postagens com mais engajamento (Período governamental).....	103
Tabela 4 – 25 postagens com mais engajamento categorizadas (Período governamental)	105
Tabela 5 – Comentários mais curtidos no período eleitoral com os termos: Bolsonaro; Hartung; Manato.....	133
Tabela 6 – Comentários mais curtidos do período governamental com os termos: Hartung; Bolsonaro; Jacqueline.....	135
Tabela 7 – Comentários mais curtidos do período eleitoral com os termos: Saúde; Educação; Segurança.....	137
Tabela 8 – Comentários mais curtidos do período governamental com os termos: Segurança; Saúde; Educação.....	138
Tabela 9 – Comentários mais curtidos do período eleitoral com os termos: Trabalho; Humildade; Confiança.....	140
Tabela 10 – Comentários mais curtidos do período governamental com os termos: Trabalho; Humildade; Esperança.....	143
Tabela 11 – Comentários mais curtidos do período eleitoral com os termos: Corrupção; Arrependimento; Irresponsabilidade	145
Tabela 12 – Comentários mais curtidos do período governamental com os termos: Vergonha; Arrependimento/ Corrupção	147

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – 12 postagens do Grupo 1 “Agenda eleitoral”	87
Quadro 2 – 14 Postagens do Grupo 2 “Propostas de governo”	94
Quadro 3 – 04 postagens do Grupo 3: “Atos de posse”	107
Quadro 4 – 13 postagens do Grupo 4: “Agenda durante o mandato”	113
Quadro 5 – 8 postagens do Grupo 5: Prestação de contas.....	119

LISTA DE PAINÉIS

Painel 1 – Total de postagens nos períodos eleitoral e governamental	81
Painel 2 – Características das 26 postagens com mais engajamento (Período eleitoral)	84
Painel 3 – Características das 25 postagens com mais engajamento (Período governamental)	104
Painel 4 – Comparativo da contagem dos comentários nos períodos eleitoral e governamental	125
Painel 5 – Interações gerais dos períodos eleitoral e governamental	128
Painel 6 – Principais reações dos períodos eleitoral e governamental	129

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	14
1 DISCURSO POLÍTICO E PODER: ENTRE A RAZÃO E A EMOÇÃO	23
1.1 CARACTERÍSTICAS DO DISCURSO	23
1.1.1 Discurso político	26
1.2 ETHOS, PATHOS E LOGOS NO DISCURSO POLÍTICO: ESTRATÉGIAS DE CONVECIMENTO E PERSUAÇÃO	29
1.3 AFETO E PODER NO DISCURSO POLÍTICO	32
1.4 POLÍTICA E RELAÇÕES DO POLÍTICO.....	36
2 CAMPANHA PERMANENTE, PODER E INTERAÇÃO NAS REDES SOCIAIS DIGITAIS	41
2.1 PODER, TERRITORIALIDADES, REDES E COMUNICAÇÃO.....	41
2.1.1 Interação mediada online e midiaticização	48
2.1.2 Ferramentas de interação nas redes sociais digitais	50
2.2 COMUNICAÇÃO POLÍTICA E PROFISSIONALIZAÇÃO DAS CAMPANHAS ELEITORAIS	52
2.2.1 Principais marqueteiros políticos no Brasil e no Espírito Santo	57
2.2.2 Campanhas eleitorais online: tudo começou com Obama?	60
2.2.3 Campanhas eleitorais online no Brasil a partir de 2010	62
2.3 BANCO DE DADOS (<i>BIG DATA</i>) E AS CAMPANHAS ELEITORAIS ONLINE	65
2.3.1 O cenário da pós-verdade e das <i>fake news</i>	68
2.3.2 Campanhas eleitorais online e argumentos emocionais	70
3 ANÁLISE DO DISCURSO POLÍTICO DE RENATO CASAGRANDE	72
3.1 RENATO CASAGRANDE E A POLÍTICA CAPIXABA: DE 1990 A 2019	72
3.1.1 Principais programas e desafios de Renato Casagrande na gestão do Espírito Santo	77
3.2 ANÁLISES: 511 POSTAGENS COLETADAS NA PÁGINA OFICIAL DE RENATO CASAGRANDE NO FACEBOOK	79
3.3 RENATO CASAGRANDE – ANÁLISE DAS 51 POSTAGENS COM MAIS ENGAJAMENTO NA PÁGINA OFICIAL NO FACEBOOK	81
3.4 RENATO CASAGRANDE – ANÁLISE DAS 26 POSTAGENS COM MAIS ENGAJAMENTO DO PERÍODO ELEITORAL (16/08/2018 – 28/10/2018).....	83

3.5 RENATO CASAGRANDE – ANÁLISE DAS 25 POSTAGENS COM MAIS ENGAJAMENTO NO PERÍODO GOVERNAMENTAL (01/01/2019 – 30/06/2019).....	103
4 ANÁLISE DAS INTERAÇÕES GERAIS DOS USUÁRIOS	125
4.1 INTERAÇÕES GERAIS DOS USUÁRIOS NOS PERÍODOS ELEITORAL E GOVERNAMENTAL.....	127
4.2 COMENTÁRIOS DOS USUÁRIOS NOS PERÍODOS ELEITORAL E GOVERNAMENTAL.....	130
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	150
REFERÊNCIAS	155

INTRODUÇÃO

As redes sociais digitais (RSD¹) já fazem parte do cotidiano e influenciam nas dinâmicas dos relacionamentos, do consumo e até mesmo na escolha dos representantes políticos. Por isso, nos dias atuais é praticamente impossível pensar no trabalho de comunicação de empresas, artistas, governos e políticos sem considerar a presença online, uma vez que as pessoas são influenciadas por esse meio que traz possibilidades mais distribuídas, com múltiplas conexões, de forma ágil, enevoando fronteiras territoriais e encurtando distâncias geográficas.

De acordo com Hjarvard (2012) o digital está integrado às rotinas e, além de produzir relações entre as pessoas, proporcionam a possibilidade delas também se tornarem produtoras de conteúdo, logo, há possibilidade de enquadramentos múltiplos sobre o mesmo fato que antes eram operados somente pelo circuito articulado pela mídia de massa. O conteúdo gerado pode ser compartilhado organicamente² ou patrocinado em sites, blogs, e redes sociais digitais como o Facebook, criado em 2004, por Mark Elliot Zuckerberg, Eduardo Saverin, Dustin Moskovitz e Chris Hughes, alunos da Universidade de Harvard³. Constituído de perfis, páginas (*fanpages*), comunidades e grupos, o Facebook é uma plataforma digital que permite a interação direta entre seus usuários. Segundo o *Statista Research & Analysis*⁴, o Facebook é a rede mais popular no mundo, e, no Brasil, tem cerca de 120 milhões de usuários (STATISTA, 2020).

¹ Sobre as redes, não existe uma única nomenclatura para o contexto do digital. Para se referir às redes na internet, nos autores utilizados para esta dissertação, foram encontradas diferentes denominações: redes online, redes digitais (REIS, 2013), mídias sociais (RODRIGUES, 2018; RECUERO, 2018), novas mídias interativas (SANTOS, 2002), redes sociais na internet ou sites de redes sociais na internet (RECUERO, 2009; RECUERO, 2014; ALVES, 2016) e, ainda, redes digitais (CASTELLS, 2016; BRAGA; CARLOMAGNO, 2018). Todos esses termos podem até parecer exatamente a mesma coisa, mas não são. Recuero (2019) escreve um texto com o objetivo de identificar as diferenças entre os termos e de atualizá-los, tendo em vista o que a própria autora usou em suas pesquisas anos antes, como no livro “Redes sociais na internet” (2009) e que não usa mais (Sites de redes sociais). Optou-se, portanto, por usar a nomenclatura de rede social digital/rede digital (RSD) porque compreende o entendimento de que são redes sociais abertas, onde as interações são, em sua maioria, públicas no ambiente digital e funcionam com criação de perfis, páginas, produção de conteúdo e ferramentas de interação (RECUERO, 2009; RECUERO, 2014). Além disso, o recorte dessa pesquisa se dá especificamente no Facebook, e não em todas as redes utilizadas pelo governador Renato Casagrande e nem na análise de tudo que saiu na mídia de forma de geral: sites, portais, blogs, televisão, rádio, jornais e etc.

² Na internet compreende-se que ‘orgânico’ significa ‘gratuito’, ‘voluntário’, ‘natural’. Um usuário de RSD pode produzir conteúdo orgânico, sejam imagens, vídeos ou textos e gerar engajamento orgânico. Assim, ele não patrocinou o conteúdo para atingir o público e este por sua vez, engajou de forma gratuita, espontânea.

³ A princípio limitada à comunidade universitária, aos poucos foi se expandido para uso geral.

⁴ Statista – Pesquisa e Análise: portal online de estatísticas que disponibiliza dados de pesquisa sobre política, finanças, consumo e outros.

No campo político, o crescimento do meio digital é indiscutível e mudanças na legislação eleitoral brasileira, entre 2016 e 2018, como o fim do financiamento empresarial das campanhas, a redução da duração das campanhas, e, conseqüentemente, do período de exposição dos candidatos na televisão e no rádio de 45 para 35 dias⁵ (TSE, 2018), colaboraram para a intensificação da comunicação nas RSD, uma vez que todos os candidatos podem construir seus próprios canais de comunicação independentes dos veículos tradicionais e criar conteúdo de formato e de tempo variados sem depender da divisão do tempo de campanha como acontece no Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral (HGPE).

Na internet, há mais vozes e mais possibilidade de participação, portanto, o território de interação mediada online (THOMPSON, 2018) e as novas formas de consumo caracterizam o ambiente midiático que os políticos se apropriam para construir e disseminar o discurso político e, assim, principalmente, por meio das RSD, trazerem a perspectiva de si que quiserem construir.

A proximidade entre política e mídia é uma realidade numa sociedade em que a midiática se intensifica e ganha diferentes expressões a cada momento histórico. Por volta dos anos de 1950 e de 1960, principal veículo de massa, os consultores de comunicação enxergaram uma oportunidade de trabalho propondo explorar com mais profissionalismo as conexões entre o sistema midiático e o discurso político nas eleições. A crescente necessidade de conhecimentos técnicos de comunicação e por consequência dos profissionais da área (jornalistas, publicitários, entre outros) provocou o surgimento de indústria da consultoria de campanha (*campaign consultancy industry*) e dos consultores políticos (*political consultants*) ou marqueteiros políticos no Brasil (GOMES, 2004), termo que ficou mais popularizado no país por volta dos anos de 1980, com a campanha das “Diretas já” (1984) e o reestabelecimento de eleições diretas para os governos estadual (1982) e federal (1989) (MACEDO, 2010; QUEIROZ; TAVARES, 2011; TORQUATO, 2014).

As campanhas eleitorais, portanto, passaram por fases de transição que levaram em consideração o avanço tecnológico e as novas formas de interação e comunicação. A partir de 2008, com a campanha eleitoral de Barack Obama, os profissionais de comunicação

⁵ A campanha eleitoral começou em 16 de agosto e terminou em 28 de outubro de 2018. O horário gratuito de propaganda eleitoral aconteceu entre os dias 31 de agosto a 04 de outubro de 2018 no primeiro turno. No segundo foi de 12 a 26 de outubro de 2018.

especializados e os políticos precisaram considerar o impacto das redes sociais digitais. Nelas, o que vale é a interação e o engajamento, e por isso, cada aspecto do candidato é explorado, já que esse ambiente traz a sensação de proximidade e intimidade.

Nos períodos eleitorais, há uma intensificação na comunicação, com candidatos buscando convencer os eleitores de suas propostas para obterem mais votos, pois o objetivo é claro: ganhar a eleição. Para Sargentini (2015), a internet – e, em especial, plataformas como Facebook e Instagram – comportam uma memória na qual é possível rever a qualquer tempo os programas eleitorais, conversar com o candidato e atestar por quais lugares passou e com quais pessoas esteve. Nos intervalos entre as eleições, a atuação dos políticos nas redes digitais não se interrompe e gira em torno da divulgação das realizações do mandato e eventos particulares, utilizando o máximo de recursos digitais que têm disponíveis. Entre a entrega de uma obra e as atividades em família, os políticos reforçam o discurso e mantêm a imagem com vistas à próxima eleição. Assim, compreende-se que, no online, a comunicação dá-se de forma interativa e, a linha do tempo acumula conteúdos sem intervalos, que podem ser recuperados e retomados.

Mais de 10 anos depois do fenômeno Obama, não é difícil encontrar pelo mundo – e não é diferente no Brasil e no Espírito Santo – a presença cada vez mais constante de políticos no ambiente digital, com estratégias mais elaboradas, alinhando o discurso com as táticas do marketing político e eleitoral, trabalhando na lógica de uma campanha permanente, conceito que começou a ser construído na década de 1970, por Patrick Cadel, assessor do presidente Jimmy Carter, para descrever esforços de comunicação necessários para além do período eleitoral (SILVA, 2021). A campanha permanente também pode ser definida como uma comunicação constante de políticos na busca contínua por visibilidade e formação da imagem ao longo dos mandatos, considerando a cobertura positiva nos meios tradicionais e no online, especialmente nas redes digitais que aumentam as possibilidades de interação entre o político e o eleitorado (CARDOSO; OLIVEIRA; MASSUCHIN, 2020). Portanto, por mais que o período eleitoral seja definido juridicamente, a presença do político nas redes sociais digitais ultrapassa a campanha, numa tentativa de mostrar continuamente suas realizações no cumprimento do mandato e sua trajetória mesmo quando fora dele, construindo e fortalecendo discursos para uma circulação de poder nesses territórios voláteis e altamente propagáveis que são as redes digitais.

É pelo discurso que os políticos buscam mostrar suas propostas, comprovar seus feitos e gerar credibilidade, e também revelam quem são e no que acreditam, construindo a própria imagem. “Seu estilo, suas competências linguísticas e enciclopédias, suas crenças implícitas são suficientes para construir uma representação de sua pessoa” (AMOSSY, 2011, p.9). É importante, de acordo com Charaudeau (2011), que aquilo que se fala vá ao encontro do que se é, essa junção entre o ser e o dizer é o que o autor denomina de *ethos*. Aristóteles estabelece em “A Retórica”, três pilares fundamentais: o *logos* (razão), o *pathos* (afeto) e o *ethos* (caráter). No caso do discurso político, Charaudeau (2011) apresenta duas grandes categorias de composição: o *ethos* da credibilidade e o *ethos* da identificação. Ele as segmenta em subcategorias, que contemplam qualidades como seriedade, virtude, competência, potência, caráter, inteligência, humanidade, solidariedade e liderança. Cada uma delas se constrói a partir da linguagem verbal e/ou corporal.

Estudar a construção do discurso político é também estudar a questão do poder entendido como propõe Foucault (2014), não como algo que se possa pegar e guardar, mas como algo que se estabelece nas relações. Assim, o posicionamento e as opiniões dos políticos devem ser entendidos como dispositivos de poder, pois influenciam a sociedade e demarcam a ocupação de lugares onde o poder é exercido. “O discurso político é, por excelência, o lugar de um jogo de máscaras. Toda palavra pronunciada no campo político deve ser tomada ao mesmo tempo pelo que ela diz e não diz” (CHARAUDEAU, 2011, p.8).

No cenário histórico de grandes transformações nos sistemas de comunicação, as condições de disputa das candidaturas e a definição de estratégias discursivas adotadas na comunicação política se tornaram ainda mais desafiadoras, pois gerações de políticos que descendem da comunicação de massa são obrigadas a adotar os novos sistemas de comunicação digital e descobrir os melhores meios de produzir engajamento para seus projetos políticos. Esse processo tem se verificado em todo o mundo e também nas últimas disputas pelo governo capixaba.

No Espírito Santo, o governo do estado vem sendo alternado, desde 2003, por dois nomes: Renato Casagrande e Paulo Hartung. Oriundos de grupos políticos diferentes, mas procedentes do campo de centro-esquerda⁶, os dois acabaram por se distanciar na penúltima

⁶ Em sua história política, Paulo Hartung passou por cinco partidos (MDB; PSDB; PPS; PSB; PMDB) e todos esses se enquadram como centro ou centro-esquerda. Renato Casagrande por

eleição majoritária. O que era parceria e colaboração se transformou em profundas divergências. Hartung foi governador de 2003 a 2010 (dois mandatos), sucedido por Renato Casagrande (PSB), que contou com seu apoio, mesmo que a contragosto (como será demonstrado no terceiro capítulo) e governou de 2011 a 2014, sendo sucedido por Paulo Hartung (2015-2018)⁷, após embate nas urnas entre os dois candidatos. Casagrande voltou ao poder em 2019, sem confrontá-lo nas urnas novamente, pois Hartung desistiu de se candidatar à reeleição.

Casagrande está no cenário político desde a década de 1980, e há 10 anos vem se transformando num habitual usuário das redes sociais digitais, adotando-as hoje como instrumento prioritário de comunicação. Sua presença no Facebook se intensificou em 2018 quando disputou novamente o pleito ao governo. Durante a segunda gestão governamental, permanece frequente nas RSD, utilizando ferramentas e adaptando a linguagem para este novo contexto em que não basta construir o discurso, mas refazê-lo ou mantê-lo, conciliando o falar e o agir de acordo com o período de atuação.

Diante do exposto, adota-se como problema de pesquisa a formação do discurso político do governador do Espírito Santo, Renato Casagrande, e os efeitos que produz sobre seus destinatários nas redes sociais digitais. Estas são entendidas como territórios de disputa política e de interação mediada online, uma vez que atraem para si a multiplicidade de práticas e ações da sociedade contemporânea.

Estudar a formação do discurso do governador do Espírito Santo, Renato Casagrande, um ator político de destacada notoriedade em nível regional e nacional, num momento em que o sistema de comunicação se transforma, mais do que pontuar as singularidades de sua atuação, é contribuir para a compreensão dos processos de mudança na comunicação política e também da produção e reprodução do poder nos territórios. Consideram-se territórios neste trabalho aqueles que se materializam na forma de uma região geograficamente demarcável, como é o caso do estado do Espírito Santo, e aqueles que se estabelecem como redes e conexões que dinamizam a ação e a participação política, uma vez que a pesquisa tem como recorte uma das plataformas de redes digitais de grande prevalência, o Facebook. No Brasil, segundo pesquisa

sua vez, passou por três partidos (PCdoB, PMDB, PSB). Em 2002, Paulo Hartung foi eleito governador do Espírito Santo pela primeira vez e estava filiado ao PSB, mesmo partido de Renato Casagrande que naquele período cumpria o mandato de deputado federal.

⁷ Terceiro mandato como governador.

do Instituto DataSenado realizada em 2019, as redes sociais digitais influenciam a decisão do voto dos eleitores e o Facebook foi a rede com maior impacto nas eleições (BAPTISTA, 2019). Acredita-se também que o desenvolvimento deste estudo é um desafio metodológico, uma vez que há exploração e experimentação de novos modelos e métodos de análise para compreensão dos ambientes comunicacionais contemporâneos.

Estabeleceu-se como objetivo geral analisar as estratégias discursivas de Renato Casagrande na campanha eleitoral e na gestão governamental. Como objetivos específicos, firmam-se os seguintes: compreender como se dá a formação e as características do discurso político do governador no Facebook; analisar as táticas que Casagrande adota para constituição dos principais cânones retóricos (*logos*, *pathos* e *ethos*); Identificar teoricamente como o poder perpassa os afetos, o discurso político e o território; identificar as interações dos usuários e a correlação entre os comentários com o discurso de Renato Casagrande nos períodos eleitoral e governamental.

O recorte temporal compreende o primeiro e o segundo turnos do período eleitoral de 2018 (16/08/2018 – 28/10/2018) e os primeiros seis meses da gestão governamental (01/01/2019 – 30/06/2019). A escolha por este corpus se deu porque no período eleitoral há um esforço amplo, de curto prazo e estratégico com o objetivo de vencer uma eleição, portanto pode-se considerar que a exposição é aumentada para alcançar maior e diversificado público, além do discurso ser focado para este momento. Foram delimitados para a análise do período governamental os primeiros seis meses de governo⁸, por se tratar de tempo razoável para se perceber as marcas e a identidade da gestão.

O corpus de análise do discurso político de Renato Casagrande é formado por 51 postagens com mais engajamento (soma das curtidas, reações, comentários e compartilhamentos) na página oficial (*fanpage*) do governador, no Facebook, sendo 26 no período eleitoral e 25 no período governamental, que significam 10% do total coletado, ou seja, ao todo foram 511 postagens. A coleta dos dados foi realizada entre os meses de março e julho de 2019 através

⁸ Os primeiros 100 dias são considerados de suma importância para o gestor, visto que é o período de organização da equipe, levantamento de dados do órgão, de criar relacionamento e de se comunicar com a comunidade destinatária (SANTOS, 2017), assim, mesmo que não seja possível definir como será um governo de quatro anos, pode ser um indicativo do caminho que a gestão vai tomar.

da ferramenta Netvizz⁹. Para a análise das interações dos usuários foi considerado o quantitativo total coletado nos dois períodos, 391.898 de engajamento (curtidas, reações, comentários e compartilhamentos), sendo 191.005 no período eleitoral e 200.893 no período governamental.

Os fundamentos teóricos deste trabalho estão assentados na perspectiva de autores franceses e brasileiros da Análise de Discurso como um campo transdisciplinar que conecta história, psicanálise e linguística, entendendo o discurso como uma prática que institui uma visão de mundo (ORLANDI, 1999). O discurso tem forte ligação com o poder, haja vista o processo de influência no ato de comunicação. São micropoderes que circulam entre os participantes dos processos discursivos, estejam eles em posições hegemônicas ou não, portanto o poder circula e se dá nas relações, como afirmou Foucault (2017). Outra dimensão do discurso que permeia o campo político é a dos afetos. Aristóteles já os tinha identificado ao estudar as manifestações patêmicas na oratória. Safatle (2018) atualiza essa característica das relações sociais destacando a importância das emoções na política. O agenciamento dos afetos permite desencadear processos de identificação e de ação.

Também está presente neste trabalho a contribuição de autores como Pierre Bourdieu (2011), com seu conceito de campo aplicado à política, e a de Chantal Mouffe (2015), que aborda os eixos amigo/inimigo e adversário/concorrente na política, propondo o conceito de agonismo, para além do antagonismo político. Num panorama mais pragmático, a obra “O Príncipe” de Nicolau de Maquiavel, é adotada para compreender os meandros da política e como o político atua nas suas práticas cotidianas que, na contemporaneidade, são perpassadas pela internet e pelas redes sociais digitais, onde o processo de dominação político, econômico e simbólico que caracteriza a territorialização (HAESBAERT, 2006) permanece, entretanto, as relações de poder tornam-se cada vez mais sutis.

Os procedimentos metodológicos se compõem de pesquisa bibliográfica, análise de conteúdo (AC) e análise de discurso (AD). A pesquisa bibliográfica foi necessária para a construção do aporte teórico, enquanto, a AC e a AD foram essenciais para a composição do corpus da pesquisa e para a análise empírica. A AC compreende um conjunto de procedimentos de

⁹ Netvizz era um aplicativo gratuito de coleta de dados de páginas, perfis e grupos do Facebook que foi descontinuado em 2019 por conta de mudanças na API da rede social, após o escândalo da empresa Cambridge Analytica que usou dados privados dos usuários para fins eleitorais.

investigação objetivos e sistemáticos, como regras de exaustividade, representatividade, homogeneidade e pertinência, e seu objetivo é a produção de inferências (BARDIN, 2016). Diferente da AD em que a interpretação é sempre qualitativa, e na AC pode ser híbrida entre qualitativa e quantitativa (BAUER, 2002).

“Com o desenvolvimento do *big data* e técnicas de *data mining* novas abordagens têm surgido para análise de conteúdo automatizada” (CARLOMAGNO; ROCHA, 2016, p. 184). Os recursos digitais aceleraram e facilitaram o trabalho, que se feito manualmente poderia levar muito mais tempo ou seria quase impossível de se realizar. Com a AC e os *softwares* digitais, o trabalho de listar, categorizar e comparar palavras e trechos de grande quantidade de textos, como é o caso desta pesquisa, torna-se mais palatável, uma vez que se trabalha com dados de redes digitais, como os comentários nas publicações que somados chegam a casa de milhares¹⁰.

Na AD não há uma prescrição fechada do que fazer para se analisar um discurso, mas, caminhos que podem ser seguidos, haja vista que é uma teoria interpretativa com o objetivo de explicar como um discurso funciona por meio de mecanismos que vão gerar uma compreensão de determinado discurso (ORLANDI, 2001). No mesmo sentido, argumenta Gill (2002) que a linguagem não é um meio neutro de compreensão do mundo, pois depende de fatores históricos e culturais e processos sociais e subjetivos que vão influenciar nas perspectivas assumidas pelo enunciador.

Em diversos momentos dessa pesquisa foram utilizados *softwares* especializados em análise estatística e em análise de textos, com o objetivo de testar os procedimentos metodológicos e verificar se a ferramenta atenderia as necessidades deste estudo. Algumas das partes mais árduas e complexas foram a busca, o aprendizado das ferramentas e a criação das categorias para realizar as análises¹¹. A análise de conteúdo contribuiu para identificar e categorizar as 51 postagens com mais engajamento e organizá-las em cinco grupos, sendo dois referentes ao período eleitoral e três referentes ao período governamental para, posteriormente, desenvolver a análise de discurso, visando atender o objetivo geral e parte dos objetivos específicos. Já

¹⁰ 45.195 comentários somados nos dois períodos, conforme está painel 4.

¹¹ Sabe-se que o conhecimento aprofundado de *softwares* poderia facilitar e condensar as análises por meio de uma única ferramenta. Entretanto, foi preciso unir criatividade e aprendizado básico para trabalhar com recursos de mais de uma ferramenta para atender as necessidades dessa dissertação dentro do prazo determinado.

para a análise dos usuários foi considerado o quantitativo total das interações nos períodos eleitoral e governamental.

Esta dissertação está organizada em quatro capítulos. O primeiro capítulo intitulado “Discurso político e poder: entre a razão e a emoção” aborda teoricamente os estudos do discurso e as características do discurso político, a partir de autores como Patrick Charaudeau, Eni Orlandi e Ruth Amossy. Os modelos aristotélicos que envolvem *logos*, *ethos* e *pathos* também foram caracterizados, tendo em vista que são elementos importantes quando se analisa um discurso, pois evocam os processos de convencimento e persuasão que trabalham na conquista do destinatário. Tratou-se também sobre os afetos e o poder, tendo em vista sua presença na política. Nesta pesquisa, o enunciador do discurso em destaque é o político, por isso, se faz necessário compreender como ele atua dentro da política, num sentido mais pragmático que utópico, buscando entender o que é campo político e as relações de poder. Assim, neste primeiro momento, o objetivo é dialogar com os conceitos de discurso, afeto, poder, político e política.

O segundo capítulo, intitulado “Campanha permanente, poder e interações digitais”, abarca a questão do poder, na perspectiva foucaultiana, dos processos de territorialização, desterritorialização e reterritorialização, explorando as principais mudanças nos processos comunicacionais e mais especificamente na comunicação política, contemplando a evolução e profissionalização das campanhas eleitorais, especialmente a partir de 1950 até 2018. O segundo capítulo também considera fenômenos atuais que fazem parte das RSD e compõem o uso do *big data* nas campanhas eleitorais online que são a pós-verdade e as *fake news*.

O terceiro capítulo intitulado “Análise da construção do discurso político de Renato Casagrande” contextualiza os processos políticos regionais e o percurso de Renato Casagrande e, também apresenta os resultados das análises do discurso político do governador. O quarto e, último capítulo, traz as análises gerais das interações dos usuários e os efeitos de sentidos que o discurso de Casagrande produziu sobre seus destinatários, considerando os períodos eleitoral e governamental. Por fim, são apresentadas as considerações finais dessa dissertação.

1 DISCURSO POLÍTICO E PODER: ENTRE A RAZÃO E A EMOÇÃO

O que possibilita alguns políticos serem eleitos e outros não? Verba de campanha? Coligação? Propostas de governo? Melhor imagem? História de vida? Discurso? É difícil responder essa pergunta com uma única assertiva. Por isso, na campanha eleitoral, os candidatos apresentam suas propostas, sua história de vida e o que já fizeram com o objetivo de conquistar votos e vencer uma eleição. Em muitos países há uma concorrência evidente transformando o candidato em produto político, numa lógica quase que completamente mercadológica, sem atentar que a prestação de serviço é para a sociedade não para atender desejos particulares. Entretanto, estar em posições de autoridade mesmo que para atender necessidades do público, agencia interesses pessoais e ambos estão intrinsecamente ligados ao poder.

Além de terem um plano de governo estratégico e expressarem o que vão fazer para melhorar os setores da sociedade como a saúde, a educação e a segurança, que são áreas importantes, os políticos usam diversas estratégias de comunicação para convencer e persuadir os eleitores, como a linguagem verbal, as cores, os gestos, os *jingles*¹² entre outras tantas formas de expressão que mesclam aspectos racionais e emocionais, pois o eleitor quer saber o que o político vai fazer pela sociedade, mas precisa acreditar em algo, ter alguma identificação com ele e isso perpassa o emocional. Portanto, para falar de política, não se pode pensar apenas no racional, pois “[...] a política é, em sua determinação essencial, um modo de produção de circuito dos afetos” (SAFATLE, 2018, p. 37) e os afetos são utilizados estrategicamente no discurso que busca obter adesões ou rejeições.

1.1 CARACTERÍSTICAS DO DISCURSO

Como o eixo principal deste trabalho é o discurso político, é fundamental direcionar esforços para entender primeiramente o que é discurso, para isso, toma-se a vertente da Análise de Discurso (AD) para compreender a complexidade envolvida nesse conceito, tendo em vista sua interdisciplinaridade que vai muito além da linguística.

¹² Músicas compostas para promoção de produtos e serviços e que também são utilizadas em campanhas eleitorais para aproximar e facilitar na cabeça do eleitor aspectos importantes: nome de candidato e seu número na urna eleitoral, mote de campanha e principais propostas.

A década de 1960 foi marcada por mudanças que vieram do pós-guerra, da quebra dos valores então estabelecidos e da luta das minorias por reconhecimento e espaço (mulheres, negros, homossexuais). Essas contestações, embora localizadas em várias partes do mundo, principalmente na Europa, tinham como centro das transformações a cidade de Paris. A França vivia sob o comando de um governo considerado conservador e populista do General Charles de Gaulle (1958–1969) que propunha reformas contrárias aos anseios de jovens estudantes, intelectuais e trabalhadores, o que cominou na Greve Geral de Maio de 68.

Paris mais parecia a capital intelectual da Europa. Estavam em pleno ativismo político figuras como Sartre, Althusser, Foucault, Deleuze, Pêcheux, Lacan, Lévi-Strauss, Barthes, Derrida, Bourdieu, Todorov, Benveniste e Castoriadis, para não citar outros. Debatiam sobre todos os assuntos, principalmente os que gravitavam em torno do estruturalismo e do marxismo (CARNEIRO, 2007, p.4).

No pensamento crítico educacional daquele momento ascendiam também questionamentos sobre a construção dos saberes dados como o da linguística saussurreana que “elimina da linguística científica a fonologia, o enunciado, o referente, o sujeito, a cultura e a história” (CARNEIRO, 2007, p.7) que são reconsiderados por volta dos anos de 1950. É nesse período que a expressão análise de discurso é usada, primeiramente pelo linguista americano Zellig Harris, um dos principais influenciadores do filósofo francês Michel Pêcheux, considerado como fundador da Análise de Discurso (AD), na década de 1960, com a publicação de seu livro “Análise Automática do Discurso” (AAD). Pêcheux constitui a AD por meio da Linguística, do Marxismo e da Psicanálise. Carneiro explica que essa tríplice aliança é interdisciplinar:

Uma teoria da História, para explicar os fenômenos das formações sociais; uma teoria da Linguística, para explicar os processos de enunciação; e uma Teoria do Sujeito, para explicar a subjetividade e a relação do sujeito com o simbólico (CARNEIRO, 2007, p.14).

Neste sentido, o discurso não pode ser estudado somente pelo seu aspecto linguístico (interioridade), sem considerar os processos históricos e a formação do sujeito (exterioridade). Portanto, o discurso “[...] se apresenta como o lugar específico em que podemos observar a relação entre linguagem e ideologia” (ORLANDI, 1994, p.53).

A linguagem não é transparente e por isso há necessidade de um mecanismo para se ter acesso a ela. Segundo Orlandi (2001, p.21), a análise de discurso trabalha “[...] a opacidade do texto e vendo nesta opacidade a presença do político, do simbólico, do ideológico [...]”. Assim, o analista de discurso além de descrever e interpretar, precisa compreender e explicar como o texto produz sentidos (ORLANDI, 2001).

A AD tem por objetivo explicar como um discurso funciona (ORLANDI, 2001), por meio de mecanismos que vão gerar uma interpretação de determinado discurso. Como a interpretação de quem fala não é a mesma de quem analisa, tendo em vista os processos que envolvem a história, a ideologia e a subjetividade, uma análise de discurso nunca será igual a outra (ORLANDI, 1999), da mesma forma que um discurso feito pela mesma pessoa várias vezes nunca será exatamente o mesmo, já que a significação de um discurso não é fechada.

A origem da palavra ‘discurso’ tem a ver com ‘movimento’, com ‘percurso’, desta forma, Orlandi (1999) argumenta que o discurso é “[...] palavra em movimento, prática de linguagem: com o estudo do discurso observa-se o homem falando” (ORLANDI, 1999, p.15). A fala, embora seja individual, é carregada de sentidos que são sócio-históricos, tendo em vista que a formação do sujeito é perpassada pela ideologia, que também influencia os recursos linguísticos que ele utiliza para formar o discurso.

Assim, o discurso não pode ser confundido com o processo de comunicação com os elementos definidos e seccionados: o emissor envia a mensagem para o receptor, através de um canal utilizando o mesmo código, dentro de um determinado contexto (ORLANDI, 1999). Pois, a comunicação entre os sujeitos não é meramente uma troca de mensagens como se fosse robotizada, mas um processo de significação:

[...] ao invés de mensagem, o que propomos é justamente pensar aí o discurso. Desse modo, diremos que não se trata de transmissão de informação apenas, pois, no funcionamento da linguagem, que põe em relação sujeitos e sentidos afetados pela língua e pela história, temos um complexo processo de constituição desses sujeitos e produção de sentidos e não meramente transmissão de informação. [...] As relações de linguagem são relações de sujeitos e de sentidos e seus efeitos são múltiplos e variados (ORLANDI, 1999, p.21).

Não existe uma significação para cada discurso, mas significações, pois o sujeito agencia memórias, crenças, conhecimentos para dizer alguma coisa e construir uma realidade, assim as palavras também podem mudar de sentido dependendo da posição ideológica daquele que as enuncia (ORLANDI, 1999). Sendo assim, o discurso é interpelado por outros discursos, o que Pêcheux (1977) denominou como interdiscurso ou memória discursiva e intradiscurso. O primeiro se refere a discursos anteriores, existentes na mente do sujeito. E o segundo é o discurso em dado momento (PECHEUX, 1977 apud ORLANDI, 1999). Para Pechêux, deste modo, o sujeito enunciador é marcado por esquecimentos, pois acredita que é autor original

das suas ideias, excluindo os processos históricos a sua fala. Entretanto, como o discurso é uma escolha daquilo que se diz ou não diz, não há acaso nos enunciados.

1.1.1 Discurso político

Diante das considerações sobre discurso, fica evidente, portanto, que não há surgimento puro e homogeneidade, nem mesmo quando proferido duas vezes pela mesma pessoa, considerando que seus pensamentos, seus desejos, suas falas, seus escritos mudam ao longo do tempo. Mas, nem todos terão a atenção de que desejam ou precisam, pois ocupam lugares sociais diferentes. O sujeito capaz de influenciar outros tem poder para atingir muitos objetivos como no discurso político, no qual, o objetivo pode ser conquistar votos, aprovar propostas ou defender causas. “A posição do sujeito que fala é uma posição de poder” (CHARAUDEAU, 2005, acesso em 16 març. 2020).

Para Piovezani, “o discurso político é o domínio de um “nós” [...]. A fala política se dá a partir da posição de um porta-voz, cujo discurso é a manifestação de crenças e desejos coletivos” (2007, p.102). Assim, o pronome é explícito no discurso do político, no qual sempre busca remeter a um grupo político ou a eleitores. Também se faz presente na ação, como o voto. “Todo eleitor, em última instância, quando vota, constrói um discurso político, a política se legitima na fala de cada um de nós” (PINTO, 2006, p.2).

Courtine (1990 apud MAZZOLA, 2015) argumenta que o discurso político sofreu transformações por volta de 1980, quando já não havia mais a efervescência da ideologia no período do surgimento da AD. O momento se configurava por uma crescente descrença na política, ao mesmo tempo em que, vai se configurando ao marketing político e, ao uso dos meios de comunicação na disseminação do discurso político¹³.

Tanto Piovezani (2007) quanto Mazzola (2015) trazem os fatores que Courtine (1989; 1990) considerou na mudança do discurso político a partir das tecnologias de comunicação. São eles: 1) o declínio dos monólogos; 2) a conversação-espetáculo: *lyfe-style politics*; 3) a dispersão das multidões; 4) a pacificação do corpo e bemolização da voz e 5) teatro político, violência simbólica.

¹³ Sobre o marketing político e o uso dos meios de comunicação na política serão tratados no segundo capítulo.

De maneira sintética, esses fatores dizem respeito à passagem da chamada “língua de madeira” para a “língua de vento”, saindo então de monólogos extensos e complexos, para formulações mais objetivas e descomplicadas, adaptando-se a época e aos meios de comunicação primeiro do rádio, depois da televisão (MAZZOLA, 2015). Também passa a existir a conversa com o eleitor, onde a imagem do homem público se mescla do homem privado, numa espécie de personificação do político, com nuances a tom de naturalidade, já que “indissociável do discurso, a imagem vem qualificar ou desqualificar os conteúdos, medir seus impactos, soldar seus efeitos” (MAZZOLA, 2015, p.110). Courtine afirma que não se deve caracterizar a televisão como boa ou ruim, mas se deve “[...] refletir sobre a produção, a circulação e a apropriação das imagens” (COURTINE, 1990, p.163 apud MAZZOLA, 2015, p. 113).

Dentre esses fatores, Courtine (1990 apud MAZZOLA, 2015), trata de duas divisões. A primeira diz respeito à “distância próxima”, reservada aos discursos para as multidões nos comícios, pois o olhar é longe pela distância entre o orador político e as pessoas, em contrapartida, o corpo se faz presente, já que o político precisa marcar os gestos com grande expressividade e empostar a voz para que possam escuta-lo e senti-lo. E a segunda trata-se da “proximidade longínqua”, neste caso, o olhar é próximo, o corpo distante. O orador político está marcado por câmeras que mais do que o plano médio, lhe enquadraram o rosto, no plano fechado, fazendo com que a atenção da massa esteja voltada para o seu olhar que deve transparecer veracidade, segurança, confiança. Ao mesmo tempo, o foco deixa escapar lapsos e movimentos involuntários faciais (MAZZOLA, 2015). Para Piovezani (2007, p.117):

Se os contatos face a face das interações de terreno promovidas pelo discurso político no palanque consistem num encontro "real" do ator político com um auditório, na televisão, esse encontro é produzido sob a forma de uma "ilusão".

Hoje, considerando as novas mídias, pode-se afirmar que existe uma mescla de “real” e de “ilusão”, tendo em vista que, embora exista estratégia para proferir o discurso (como será feito? vídeo gravado ou *live*, texto e/ou foto, segundos, minutos ou horas; gestos, olhar, roupas, cores...), o digital mostra ainda mais aspectos da vida privada do homem público e tende a criar sensações de espontaneidade, proximidade e mesmo de intimidade entre os interlocutores, não atingida tão fortemente pela televisão, porque existe padrão estético televisivo e controle por meio do enquadramento de câmeras, do movimento e do tempo que são táticas diferentes das redes sociais digitais. Não se quer por fim, desqualificar o poder das

mídias de massa, pois elas têm valor e são importantes na estratégia de comunicação política, mas sim, trazer à tona as especificidades do discurso nas redes sociais digitais.

Para Mazzola (2015, p.111) “[...] o discurso político é a soma da fala com a voz, o gesto e a aparência na produção de efeitos de sentido”. O discurso político se apropria das estratégias discursivas para alcançar objetivos específicos como vencer uma eleição, permanecer em um mandato e galgar novos espaços políticos, por exemplo, e também vai obedecer à “diversidade das cenografias”, como diz Amossy (2011, p.76) “[...] um candidato poderá falar a seus eleitores como jovem executivo, como tecnocrata, como operário, como homem experiente, etc. [...]”.

Para Charaudeau (2006), o homem político nunca poderá dizer tudo o que deseja, da forma que pensa, porque isso implicaria na inviabilidade de suas ações, por isso, segundo o autor (CHARAUDEAU, 2006, p.261) “surgem, então, várias estratégias”: A) **Estratégia do vago** – é o momento que o político faz promessas, só que como não pode saber do futuro, o faz de modo vago, para ganhar tempo ou tem esperança de que sejam esquecidas. Essa estratégia não deve ferir a sua credibilidade. “Trata-se de permanecer no vago, mas em um vago que não o faça perder a credibilidade. O homem político não pode falhar nesse ponto” (CHARAUDEAU, 2006, p.262); B) **Estratégia do silêncio** – o político age, mas não diz. Trata-se aqui de ações com vistas ao bem da comunidade, porém se dito pelo político pode provocar reações negativas; C) **Estratégia de denegação** – pode aparecer de duas formas: como uma recusa, uma negativa. Charaudeau traz casos em que políticos estão envolvidos em processos jurídicos e que precisam negar sua participação ou de parceiros (negar um fato). E denegação como blefe. O político simula saber de alguma coisa que compromete seu adversário, o que o faz assumir um risco, tendo em vista que possa ter que provar o que está dizendo; D) **Estratégia da razão suprema** – quando o político apela para o que se chama de razão de Estado¹⁴. Mente-se publicamente, por exemplo, para manter uma segurança do Estado e é observada em momento de crise social. “A mentira pública é assim justificada porque o objetivo é salvar, a despeito da opinião ou mesmo da vontade dos próprios cidadãos a um bem soberano [...]” (CHARAUDEAU, 2006, p.263).

¹⁴ Razão de Estado: estabelece ao governante o imperativo de uso da força estatal e dos demais meios que forem necessários para a manutenção do poder. De origem atribuída aos escritos de Nicolau Maquiavel, a razão de Estado obteve amplo desenvolvimento e aplicação sob a ascensão dos governos absolutistas na Europa moderna; posteriormente, no século XX, ganharia novo fôlego como prática adotada por governos autoritários ao redor do globo (GONÇALVES; SILVA, 2011, p.1).

Observa-se, deste modo, a presença da dissimulação e da mentira, não caracterizadas como valores, mas apenas reconhecendo a existência das mesmas, e segundo Charaudeau “o discurso político é um lugar de uma verdade de mãos atadas, de faz-de-conta, visto que o que é considerado não é tanto a verdade desta fala lançada publicamente, mas sua força de “veracidade” (2007, p.248). Por isso, no discurso político a construção de verdades é constante. Para Pinto (2006, p.89):

A característica fundamental do discurso político é que este necessita para sua sobrevivência impor a sua verdade a muitos e, ao mesmo tempo, é o que está mais ameaçado de não conseguir. É o discurso cuja verdade está mais ameaçada em um jogo de significações. Ele sofre cotidianamente a desconstrução, ao mesmo tempo só se constrói pela desconstrução do outro. É, portanto, dinâmico, frágil e, facilmente, expõe sua condição provisória.

Tendo em vista o esforço na criação de sentidos de verdade, no discurso político aquilo que se fala, deve se tornar ação e ir ao encontro do que se é (CHARAUDEAU, 2006). Desta forma, argumenta Piovezani que umas das propriedades mais marcantes do discurso político é “[...] falar de sua potência e calar sua debilidade” (2007, p.101).

Antes e durante a campanha eleitoral, pode-se observar uma oscilação maior na construção e desconstrução de verdades. Durante a gestão, também existe essa disputa, mas se sabe que as alianças políticas e a construção do discurso começam antes da campanha eleitoral, os candidatos buscam as fraquezas, as incoerências de seus adversários para atingi-los e já visam construir a sua imagem e resgatar realizações.

A encenação do discurso político oscila entre a ordem da razão e a ordem da paixão, misturando *logos*, *ethos* e *pathos* para tentar responder à questão que nós todos devemos nos colocar: O que me faz aderir a tal ou tal valor, tal ou tal ação política <<via tal ou tal partido, tal ou tal personagem? (CHARAUDEAU, 2006, p.268).

Desta forma, o discurso político utiliza de estratégias para convencer e persuadir as pessoas que passam pela questão da racionalidade e da emoção. Para Charaudeau (2011) o político deve mostrar que conhece o funcionamento da política e que sabe trabalhar de maneira eficaz ao mesmo tempo em que deve transparecer qualidades que criem identificação nas pessoas. Assim, o discurso político constitui o elo entre o interesse pelo poder e a instância cidadã, sendo que as pessoas poderiam ser mais afetadas pelos sentimentos provocados nelas do que pela instância da razão.

1.2 ETHOS, PATHOS E LOGOS NO DISCURSO POLÍTICO: ESTRATÉGIAS DE CONVECIMENTO E PERSUASÃO

Nos estudos da *Retórica* de Aristóteles são identificados três grandes gêneros discursivos; a retórica judiciária é voltada para os acontecimentos do passado e está no campo do Direito. Por meio de indagações e provas se reflete sobre o que aconteceu; O epidítico ou demonstrativo está no presente, se trata do louvor ou da censura e se busca aprovação ou desaprovação. Exemplos desse tipo de discurso são as homenagens de honra, de mérito, de gratidão; E o terceiro gênero se volta para as ações do futuro, é o deliberativo, localizado na arena política, na qual o debate é centrado no melhor destino possível para as ações futuras.

Embora haja características que delimitem cada gênero, isso não impede que se entrecruzem. No discurso político, há falas específicas destinadas à homenagem de líderes, também há o julgamento de ações do passado que podem influenciar o pensamento do público para entender como culpado, grupos políticos opostos, nesse caso, não há força de lei, porque o político não é juiz, nem advogado, mas abre brechas para o debate¹⁵. “O receptor, mesmo quando não acredita realmente no que lhe contam, dirá contudo para si mesmo: “É possível”” (MEYER, 2003, p. XXXI apud ARISTÓTELES, 2000).

No que diz respeito aos três modelos retóricos, cada um tem recursos específicos para se trabalhar no discurso e embora haja uma leitura dicotômica que separaria o *logos* de um lado, o *ethos* e o *pathos* de outro, todos fazem parte do discurso.

Diversamente das abordagens normativas e/ou “dicotômicas”, o que importa para a análise retórica (ou argumentativa) é a elucidação do funcionamento do discurso, conjecturando as suas possibilidades de influência, independentemente da “maldade” ou “bondade” dos argumentos (GALINARI, 2014, p.262).

Desta forma, um cânone não é mais importante do que o outro, apenas há características distintas, mas que trabalham juntas. O pensamento dicotômico e a valoração pior ou melhor, desses recursos, podem estar ligados ao entendimento filosófico do que seria a boa e a má retórica; a primeira não poderia ser ensinada, estaria ligada as virtudes do orador, enquanto a segunda, empregada aos sofistas, poderia ser ensinada e não necessariamente ligada às virtudes inerentes ao orador. De tal modo, a boa retórica estaria próxima à argumentação, à lógica, ao convencimento, à razão, portanto ao *logos*. Enquanto que a má retórica estaria no campo das paixões, da persuasão, assim no *ethos* e no *pathos*. Galinari (2011, p.100) afirma que “[...] quando tratamos do *ethos* e do *pathos*, apreendidos numa análise por toda sorte de

¹⁵ Não se trata de processos que transcorrem na Câmara e no Senado Federal e nem no Tribunal Superior Federal. O julgar é no sentido de emitir opinião, o uso de fatos ou especulações que grupos políticos utilizam.

elementos linguístico-discursivos, estamos, mesmo que não nos demos conta, tratando também do logos”.

Mas, numa análise discursiva, *a priori* não se julga o que é falso ou verdadeiro, reitera-se que a AD busca o “como” o discurso foi produzido, quais estratégias foram utilizadas para compor um discurso. Desta forma:

[...] o discurso, em sua constitutividade, não discrimina enunciados (supostamente) “falaciosos” de “não falaciosos”, “lógicos” de “não lógicos”, ou “argumentativos” de “retóricos”, mas se preocupa, pragmaticamente, com aquilo que é eficiente para se produzir a adesão (GALINARI, 2014, p.262).

Desta forma, entende-se que é necessário identificar as diferenças entre convencimento e persuasão, mas sem colocar as estratégias argumentativas como melhores ou piores no discurso. Assim, para Charaudeau (2011) não há como descartar os sentimentos do processo de comunicação, tendo em vista que a mensagem busca convencer ou persuadir o interlocutor e distingue o convencimento da persuasão:

A primeira pertenceria ao puro raciocínio, fundar-se-ia sobre as faculdades intelectuais e estaria voltada para o estabelecimento da verdade. A segunda pertenceria aos sentimentos (hoje em dia, diríamos “ao afeto”), fundar-se-ia sobre os deslocamentos emocionais e estaria voltada para o auditório. O *logos* de um lado, o *pathos*, de outro, a que é preciso acrescentar o *ethos*, que diz respeito à imagem daquele que fala e que é igualmente suscetível de tocar o auditório pela possível identificação deste à pessoa do orador (CHARAUDEAU, 2011, p.81-82).

Todas as pessoas ao falar, transmitem aquilo que são, pois revelam de gostos musicais a posições ideológicas. “Não existe um ato de linguagem que não passe pela construção de uma imagem de si” (CHARAUDEAU, 2011, p.86). A forma como o político fala, as palavras que usa, o tom de voz, o posicionamento que assume ou silencia, tudo isso faz parte do discurso e são estratégicos, criados por ele ou por sua equipe de comunicação, para formação da imagem de si e os cânones aristotélicos se fazem presentes simultaneamente no discurso e, em alguns momentos, dependendo do foco, há sobressalência do *logos* (provas, demonstração), do *ethos* (credibilidade ou caráter) ou do *pathos* (afeto, paixão).

[...] a encenação do discurso político oscila entre a ordem da razão e da paixão, misturando *logos*, *ethos* e *pathos* para tentar responder à questão que supostamente se coloca o cidadão: “O que me leva a aderir a este ou àquele valor?” Para o político, é uma questão da estratégia a ser adotada na construção de sua imagem (*ethos*) para fins de credibilidade e de sedução, da dramatização do ato de tomar a palavra (*pathos*) para fins de persuasão, da escolha e da apresentação dos valores para fins de fundamento do projeto político (CHARAUDEAU, 2011, p.84).

No discurso político, esses cânones são muito marcados quando o candidato busca mostrar credibilidade por meio de testemunhos de cidadãos beneficiados com algum projeto

desenvolvido por ele ou quando artistas e outros políticos o apoiam, contribuindo positivamente para sua imagem (*ethos*). Já notícias de jornais conceituados e pesquisas de institutos conhecidos comprovam por fatos e dados, dão valor ao que o candidato diz (*logos*) e, trechos ao longo da propaganda política, especialmente, na reta final de uma campanha eleitoral, há um sentido mais apelativo usando a família, a fé e o pedido do voto, buscando intimidade com o público-alvo (*pathos*).

Galinari (2014) busca reforçar a interação dos cânones, pois para ele o *logos* reforça ou constrói opiniões que culminariam no *ethos* e/ou no *pathos*.

[...] isso equivale a dizer que o *ethos* e o *pathos* (as imagens de si e as emoções suscetíveis no auditório) só se tornam realidade a partir do discurso, ou seja, do uso de sua estrutura, de seus raciocínios, em suma, de tudo o que se chamou acima de *logos* (GALINARI, 2014, p.263).

Assim, o uso desses cânones têm dosagens diferentes e para Amossy (2011, p.134) “Cabe ao analista desvendá-los nos textos e deduzir as modalidades com as quais eles se combinam para alcançar o efeito desejado”. Desse modo, pode-se entender que os recursos intelectuais (fazer/crer) se culminam para o emocional (fazer/sentir) com vistas a um comportamento (fazer/fazer) (GALINARI, 2014). Num contexto de disputa política, por exemplo, exponham-se argumentos de comparação como dados e porcentagem, num encadeamento lógico de fatos, mas que também desperte afetos como alegria, satisfação, confiança, medo, ódio ou repugnância que vão influenciar na decisão de votar em candidato A ou candidato B.

Nesse sentido, Charaudeau diz que no discurso político, nota-se a relação da “[...] paixão, com a razão e com a imagem. Com a paixão, pois o campo político é por excelência o lugar em que as relações de poder e de submissão são governadas por princípios passionais” (CHARAUDEAU, 2011, p.93).

1.3 AFETO E PODER NO DISCURSO POLÍTICO

A palavra, do grego *pathos* ou *paskhein* está associada à paixão, à emoção ou ao afeto. Sendo a primeira um estado emocional com alguma durabilidade, a segunda um abalo imediato do psicológico e o terceiro está ligado ao ato de afetar, de acordo com Sodré (2006). Charaudeau diz que “Cada um destes termos   suscetível de abarcar uma no o específica e podemos garantir que cada uma destas no es depende de um ponto de vista teórico também específico” (2007, p.240). Nessa pesquisa, levando em considera o as abordagens teóricas

sobre essa questão, as análises do terceiro e quarto capítulos consideram o *pathos*, sem focar nas especificidades.

Tendo em vista que a mobilização dos afetos por meio do discurso, objetiva persuadir as pessoas para influenciá-las a adesões, rejeições, controle ou luta, quem domina o discurso exerce poder sobre os outros. Foucault (2014) afirma que o discurso não sendo neutro e nem transparente é o lugar onde a política se acomoda e por mais que se possa pensar no discurso como pouca coisa, logo se identifica a ligação com o poder.

O poder está em todos os lugares. Não há um só tipo de relação humana que não seja perpassada pelo poder. Para Foucault (2017, p.274) “[...] o poder não se dá, não se troca, não se retoma, mas se exerce, só existe em ação” é “uma relação de forças” e, por isso, há sempre os que o exercem e aqueles que são subordinados a ele. Deleuze (2005, p.79) afirma que “[...] a própria força se define por seu poder de afetar outras forças (com as quais ela está em relação) [...]”. Assim, essa relação de poder ou de forças não é rígida e estática, não está presente somente em instituições hegemônicas, ela perpassa dominantes e dominados (DELEUZE, 2005).

Não se define o poder numa perspectiva dicotômica, pois o seu uso pode servir a muitos propósitos sejam bons ou ruins. Para Safatle (2018, p.20) o poder “não é só culpa e coerção, mas também esperança e gozo. Nada nem ninguém consegue impor seu domínio sem entreabrir as portas para alguma forma de êxtase e de gozo”. Embora a violência seja a forma primária de poder, e a disciplina um tipo de mecanismo, ele pode se manifestar de formas sutis e não lineares. Foucault afirma que o poder opera:

[...] onde se inscreve o comportamento dos sujeitos ativos; ele incita, induz, desvia, facilita ou torna mais difícil, amplia ou limita, torna mais ou menos provável ou improvável; no limite, ele coage ou impede absolutamente, mas é sempre uma maneira de agir sobre um ou vários sujeitos, e o quanto eles agem ou são suscetíveis de agir. Uma ação sobre ações (FOUCAULT, 1995, p. 243).

O poder desperta afetos como o medo e o desamparo que geram ações. Sodré (2006, p.28) afirma que “afeto é o nome recente para o que antes se designava como afec o [...]”. Safatle (2018) e Sodré (2006) trazem a teoria de Hobbes de que o medo é um afeto político central, “[...] de todas as paixões, a que menos faz os homens tender a violar as leis é o medo [...] é a única coisa que leva os homens a respeitá-las” (HOBBS apud SAFATLE, 2018, p. 44), porque no medo, as pessoas sabem o que as ameaça (COURTINE, 2020); Medo de ser

aprisionado, de perder direitos, de não conseguir trabalhar ou estudar, de falir, medo da guerra faz com que as pessoas possam simpatizar com discursos exaltados que utilizam o medo no convencimento e na persuasão.

Para Safatle (2018, p.21) “[...] há de se insistir ser impossível descorporificar o social, pois é impossível purificar o espaço político de todo afeto” (SAFATLE, 2018, p.21). O que se percebe é que os afetos tocam os sujeitos para que continuem fazendo as mesmas coisas ou para que façam diferente. Há dois significados para sujeito de acordo com Foucault (1995, p.235): “sujeito a alguém pelo controle e dependência, e preso à sua própria identidade por uma consciência ou autoconhecimento. Ambos sugerem uma forma de poder que subjuga e torna sujeito a”.

“Safatle propõe o desamparo como afeto primordial, para saída do percurso dominante do medo [...]” (PRADO, 2017, p. 12), pois estar desamparado é estar abandonado, se ultrapassa o medo e, portanto, também a esperança, assim o desamparado agencia novas ações a partir de um acontecimento. “[...] mas é preciso salientar que nem o medo é o único afeto do poder, nem o desamparo, o único afeto revolucionário” (PRADO, 2017, p. 12).

Aristóteles (2000) traz em a “Retórica das Paixões” onze grandes paixões, sendo elas: da cólera; da calma; do amor e do ódio; do temor e da confiança; da vergonha e da imprudência; do favor; da compaixão; da indignação; da inveja; da emulação e do desprezo. O filósofo as define e mostra como podem desencadear outros sentidos bons ou ruins, como a cólera que é “desejo, acompanhando de tristeza, de vingar-se ostensivamente de um manifesto desprezo” (ARISTÓTELES, 2000, p.7). Esse desprezo, segundo o autor é de três tipos: o desdém, a difamação e o ultraje. No discurso político, não é difícil identificar principalmente a difamação, tendo em vista que o seu uso visa criar descrédito. O que se percebe desta forma, é que paixões dizem respeito ao que causa prazer e desprazer, pois elas “[...] são todos aqueles sentimentos que, causando mudança nas pessoas, fazem variar seus julgamentos, e são seguidos de tristeza e prazer [...]” (ARISTÓTELES, 2000, p.5).

Governos populistas abusam das paixões, do *pathos*, tendo em vista que o seu surgimento é angariado pela insatisfação de um povo em relação aos seus representantes atuais. Charaudeau (2007), afirma que o populismo encena uma dramaturgia discursiva por meio de algumas ações:

Denunciar *uma situação de declínio* da qual o povo é vítima, jogando com a tópica da “**angústia**” [...]; Designar a *fonte do mal* sob a figura de um culpado que não deve estar determinado de forma precisa [...] Encontramos aqui a tópica da “**antipatia**” como orientação do afeto contra um agressor ou simplesmente contra um inimigo; Instaurar-se como *salvador* construindo para si uma imagem de potência através de um comportamento oratório feito de “denunciar” (às vezes até mesmo de “gestos de indignação”) e do lançamento de frases de efeito ou a manutenção da **ironia** (CHARAUDEAU, 2007, p.248-249). Grifo nosso.

Observa-se desse modo, um pouco mais sobre as estratégias discursivas, pois além de formar uma argumentação para convencer e persuadir as pessoas, a maneira como fala, a oscilação da voz, os gestos, o olhar, a vestimenta também influenciam o discurso. Segundo Foucault (2014), todo sujeito que fala obedece a um ritual que faz parte do tipo de discurso seja religioso, político, judiciário e outros. Esse ritual “[...] define os gestos, os comportamentos, as circunstâncias, e todo o conjunto de signos que deve acompanhar o discurso” (FOUCAULT, 2014, p.37).

Levando em consideração que todas as pessoas ao nascerem já são submetidas ao poder, as instituições regulam o que é certo e errado, o que se deve ou não fazer ou dizer, existe um controle sobre os corpos e mentes dos sujeitos. Foucault (1995, p.231) afirma que existem “três modos de objetivação que transformam os seres humanos em sujeitos”: **1)** o sujeito produtivo, aquele que trabalha, que existe biologicamente; **2)** o sujeito que é dividido no seu interior em relação aos outros: “o louco e o são, o doente e o sadio, os criminosos e bons meninos” (FOUCAULT, 1995, p.231); e **3)** o modo pelo qual se torna sujeito, como o homem se reconhece sujeito de alguma coisa.

Assim, “o sujeito é ao mesmo tempo formado e subordinado” (BUTLER apud PRADO, 2017, p. 8). Destarte, não existe liberdade pura, é preciso seguir determinadas regras e leis para se viver em sociedade. “O poder é o que reprime a natureza, os indivíduos, os instintos, uma classe. [...] Hegel foi o primeiro a dizê-lo; depois Freud e Reich também o disseram” (FOUCAULT, 2017, p.274). O poder é estratégico e por meio dos afetos, os sujeitos se manifestam de diferentes formas o que vai depender da construção desse sujeito desde a sua infância. Se existe o desejo de mudar uma realidade política, é preciso agenciar outros afetos que não aqueles de sempre (SAFATLE, 2018). Assim, com a percepção dos descontentamentos sociais, o discurso político pode ser construído levando em consideração os afetos e atingir os sujeitos.

Diante disso, para se chegar ao eleitor na comunicação eleitoral ou falar com os cidadãos na gestão governamental, o político percorre estratégias discursivas, mesclando suas propostas de governo, suas convicções, seus resultados, suas valências ao mesmo tempo em que de maneira, estrategicamente espontânea, mostra sua intimidade como o pai de família, o bom esposo, o atleta, o religioso e, emerge sentidos que vão chegar às pessoas como identificação, confiança e outros, o que parece ir construindo, por meio do discurso, a imagem de si do candidato ou gestor.

1.4 POLÍTICA E RELAÇÕES DO POLÍTICO

A democracia surgiu na Grécia Antiga e significa poder de uma comunidade, o que não representava igualdade, pois os gregos estavam preocupados com sua liberdade para falar e não com uma democracia mais igualitária (SODRÉ, 2006). Para Chaui (2007) uma sociedade democrática é aquela que além das eleições, partidos políticos, divisão dos três poderes e respeito aos desejos da maioria e das minorias, institui direitos de maneira tal “[...] que a atividade democrática social realiza-se como um contrapoder social que determina, dirige, controla e modifica a ação estatal e o poder dos governantes” (2007, p.53). Para Serrano (2013, p. 80) “Na democracia, os legisladores e governantes são os nossos representantes; as leis, as que o povo deseja; e a justiça, a que aplica a legislação aprovada pelos representantes públicos”.

Sodré explica que no pensamento aristotélico “[...] o adjetivo “político” designa expressamente a experiência do indivíduo na *polis* (portanto, a experiência singular de um homem em sua relação com a cidade) [...]” (2006, p.126). Já, no pensamento moderno, Sodré (2006) diz que as pessoas não se agrupariam mais para discutir o que melhor e feliz para a sociedade, pois se preocupam mais consigo mesmas tentando se impor às outras, assim “Passa da “naturalidade” aristotélica da política para a concepção de política como um artifício impeditivo do caos (SODRÉ, 2006, p.141).

Chaui define a política no pensamento de Maquiavel. “[...] a política não diz respeito à justiça, nem à graça divina e sim ao exercício do poder” (2007, p.30). Para Sodré, política “tem sempre a ver com poder” (2006, p.130) enquanto que para Wolff (2007), a política tem duas faces, uma é a comunidade e outra a instância de poder. Por mais que trate sobre o que é

melhor para a sociedade ou uma forma de torná-la mais justa, política está ligada a poder que por sua vez, estão ligados ao discurso.

Há diferenças quando o político está buscando votos para sua campanha de quando está buscando mostrar o trabalho durante a gestão. De qualquer forma, ele precisa ser visto e suas conquistas lembradas, principalmente, se almeja outro cargo ou a reeleição. Por isso, utiliza os meios de comunicação de massa e as novas mídias para construir discursos a fim de atingir os cidadãos e conquistar novos eleitores.

Embora no cotidiano não seja difícil encontrar pessoas que consideram não gostar de política e generalizar afirmando que todos os envolvidos com ela sejam corruptos, Wolff diz que (2007, p.55) até “a falta de interesse pelas questões políticas é política, visto que essa escolha consciente nos coloca na situação de quem tem que suportar. Tudo é político, tudo diz respeito ao poder”. Mas, o que se percebe é que tanto nas democracias quanto nos governos ditatoriais não são todas as pessoas que têm efetiva participação na política. Para compreendê-la, é importante trazer a questão do campo político. Para Bourdieu (2011, p.195) “um campo é um microcosmo autônomo no interior do macrocosmo social”. Para o sociólogo, cada campo tem sua autonomia própria, ou seja, sua regra de funcionamento.

“Esse microcosmo é também separado do resto do mundo. Como o campo religioso, o campo político repousa sobre uma separação entre os profissionais e os profanos” (BOURDIEU, 2011, p.195). Assim, no campo político, os eleitores, as lideranças, os políticos e os cientistas políticos não estão em posições igualitárias. Para Bourdieu (2011, p. 196) “Essa constatação da capacidade desigual de acesso ao campo político é extremamente importante para evitar naturalizar as desigualdades políticas”. Em tempos remotos, pode-se afirmar que para estar na política era preciso ser provido de educação, de riqueza e de tempo para pensar e fazer política. Ainda hoje, isso quer dizer que os desabastados dessas condições não podem falar sobre política, não podem fazer parte do campo político? Todos têm direito de falar o que pensam sobre política e sobre os políticos, mas nem todos têm autonomia e conhecimento para fazê-lo, assim como um devoto tem direito de falar sobre religião, mas não vai exercer as funções de um padre, de um pastor, ou de qualquer líder religioso ou ainda de um teólogo se não tiver as competências para tal. Segundo Bourdieu (2011) importa que haja o aprendizado de um conjunto de saberes e habilidades que possibilitam participar e comporta-se normalmente de acordo com cada campo.

Portanto, trazendo as questões para aquele que desempenha as funções políticas, isto é, o político, há competências e habilidades, as quais ele precisa ter ou desenvolver. Ianni (1999) descreve que para Maquiavel, o político é uma pessoa pública que está munida de liderança e condições para a sua atuação enquanto que em Gramsci, o político não é personificado, mas é uma organização e a partir dela que se fazem as lideranças.

De acordo com Maquiavel – trazendo para a atualidade – o político pode assumir comportamento astucioso. Ele precisa fazer alianças, ser bem-visto pelo povo e pelos aliados e de certa forma, ser temido pelos seus inimigos. Precisa sempre estar atento ao contexto e as situações, tendo em vista que as opiniões e as posições das pessoas podem mudar em favor do que for melhor para elas ou para seu grupo político. “[...] dos homens pode-se dizer, geralmente, que são ingratos, volúveis, falsos, temeroso do perigo, ambiciosos de ganho [...]” (MAQUIAVEL, 2016, n.p). O descontentamento de aliados e a falta de articulação para formar e manter alianças podem favorecer adversários que tentarão angariar forças para conquistar apoio de grupos, de lideranças e do povo, e assim chegar ao poder.

Embora haja o significado do ‘maquiavélico’ como algo maligno, ruim, falso, sem escrúpulos, o que se percebe é um relato do jogo do poder, da pragmática política, para aquela remota época, assim como, guardadas as proporções, acontece na atualidade. Portanto, as estratégias utilizadas para se governar tomarão forma negativa ou positiva de acordo com aquele que está em exercício do poder.

Diante do exposto, leva-se em consideração que além do exercício do poder, o político toma determinada posição para representar os interesses dos cidadãos, assim, numa campanha eleitoral ou no enfrentamento de uma crise durante o comando do governo, por exemplo, precisa vencer nas propostas, na gestão, no debate e no discurso. Isso quer dizer, que as ideias opostas e a disputa fazem parte do processo democrático.

Por isso, como argumenta Mouffe (2015), é preciso a existência de partidos com ideologias distintas, mas, considerando que o mundo é plural, um modo de pensar, de crer, de existir não pode eliminar outros. Parece então que é necessário e fundamental existir o embate político, mas que aquele que está no poder não deve eliminar o outro.

A especificidade da política democrática não é a superação da oposição nós/eles, mas a forma diferente pela qual ela se estabelece. O que a democracia exige é que formulemos a distinção nós/eles de um modo que seja compatível com a aceitação do pluralismo, que é constitutivo da democracia moderna (MOUFFE, 2015, p. 13).

Mouffe (2015) mostra outras possibilidades para além do antagonismo na relação amigo/inimigo. Ela entende que existe a possibilidade de haver antagonismo político, mas sem a necessidade de aniquilação¹⁶ do outro e nesse caso ela denomina a relação de “agonismo”. “O agonismo é uma relação nós/eles em que as partes conflitantes, embora reconhecendo que não existe nenhuma solução racional para o conflito, ainda assim reconhecem a legitimidade de seus oponentes” (MOUFFE, 2015, p.19).

A diferença entre inimigo e adversário também está presente no pensamento de Schmitt trazido por Sodré, no qual o amigo e o inimigo não seriam uma compara o, mas um sentido concreto, observado durante uma guerra, assim presente o antagonismo (SCHMITT, 1992 apud SODRÉ, 2006). Para ele, o adversário “[...] é uma consequência do dilema liberal entre espírito ( tica) e economia, uma vez que, no domínio do econômico, não há inimigos, mas apenas concorrentes” (SCHMITT, 1992 apud SODRÉ, 2007, p.153). Dessa forma, o que Mouffe propõe não é o fim da disputa, caso contrário,

Em vez de ser o terreno no qual acontece um debate agonístico entre as propostas políticas de esquerda e de direita, a política fica reduzida   “propaganda”. Já que não existe nenhuma diferença fundamental entre eles, os partidos v o tentar vender sua mercadoria por meio de um *marketing* inteligente, com a ajuda de agências de publicidade (MOUFFE, 2015, p.61).

O que a autora coloca é importante, tendo em vista que nas campanhas eleitorais, o marketing tem cada vez mais espaço. Por isso, é preciso ressaltar que as estratégias de venda não cabem em sentido direto na política. Não se trata de comprar um produto ou serviço com possibilidade de devolu o ou simplesmente que atenda as necessidades individuais das pessoas. Trata-se de atender demandas da sociedade, desse modo, os políticos e os eleitores têm responsabilidade no processo eleitoral e durante o mandato.

A falta de interesse na política, não pode ser respondida pelas estratégias de comunica o utilizadas nas campanhas eleitorais, mas pelas promessas não cumpridas, pela corrup o, pela falta de acompanhamento dos cidadãos ao mandato, enfim, pela descrença nos políticos o que gera um desgaste na imagem deles e da política. Dentro de seu exercício, pode-se dizer que é

¹⁶ Um caso mais extremo de antagonismo é o que aconteceu durante a Segunda Guerra Mundial, na qual milhões de judeus, negros, ciganos, deficientes foram assassinados pelos nazistas.

difícil mudar o *status quo* sem planejamento, sem aliados políticos, sem partidos e outras instituições sociais, afinal “[...] o que mantém um grupo unido é algum tipo de poder” [...] (FREUD, 2001 apud MOUFFE, 2015, p.24).

2 CAMPANHA PERMANENTE, PODER E INTERAÇÃO NAS REDES SOCIAIS DIGITAIS

Para Castells (2012, p.265) “O desenvolvimento geográfico que a Internet permite é o escritório móvel, o escritório portátil, a circulação do indivíduo, sempre conectado à Internet, em distintos pontos físicos do espaço”. A rede não é um lugar fechado, um espaço estático, e funciona como um sistema de circulação que está em constante movimento e por mais que haja a sensação de fim de fronteiras e formatações mais distribuídas, o poder sutilmente circula entre as conexões nas quais existem centralidades e ligações mais fortes em constante agitação e formação das territorialidades que são as relações mantidas no território em transformação (RAFFESTIN, 1993). É nesse território que as campanhas eleitorais pós-modernas (NORRIS, 2000 apud ESPÍRITO SANTO; FIGUEIRAS, 2010) ou contemporâneas (GOMES, 2004) estão cada vez mais alocadas.

Mas, a maneira de se fazer campanha eleitoral atualmente é muito distante do que apenas 60 anos atrás. Os meios de comunicação de massa abriram o campo para profissionais atuarem nas campanhas eleitorais, trabalhando gradativamente a imagem do candidato. A comunicação política ultrapassa o período eleitoral e a divulgação da imagem do político e de suas ações parecem ser permanentes, ainda mais em tempos de redes digitais, nas quais as interações são ubíquas e cobram dos políticos adaptabilidade para manterem seus discursos em evidência de forma que gere engajamento, ampliando sua visibilidade, tentando formar seguidores em eleitores. As estratégias são muitas e algumas fogem à ética, deixando ainda mais complexos cenários políticos polarizados como o que se está presenciando desde pelo menos 2016.

Portanto, é preciso compreender as transformações no processo de comunicação e interação e as novas formas de se fazer campanha eleitoral, levando em consideração as redes digitais, e ponderar ainda, o lado anuviado que a tecnologia tem, conhecido mais por quem opera ou problematiza o digital.

2.1 PODER, TERRITORIALIDADES, REDES E COMUNICAÇÃO

O poder tramita em todas as relações sociais de forma desigual e não tem um centro unitário de emanção. Haesbaert (2006), Raffestin (1993) e Castells (2016) vão ao encontro do

pensamento foucaultiano que entende o poder como algo que não se possa contratar ou ceder, mas é exercido e ainda, não é homogêneo, simétrico e imutável. Para Foucault (2017, p.255) “[...] o poder em seu exercício vai muito mais longe, passa por canais muito mais sutis, é muito mais ambíguo, porque cada um de nós é, no fundo, titular de um certo tipo de poder [...]”. No território e na territorialidade observa-se a proximidade dessas características, já que a territorialidade pode ser definida como “[...] a tentativa, por indivíduo ou grupo, de afetar, influenciar, ou controlar pessoas, fenômenos e relações, ao delimitar e assegurar seu controle sobre certa área geográfica” (SACK, 2013, p.76). Quando o ator, que pode ser representado como grupos, instituições, agentes públicos, um pai de família ou um líder religioso, se apropria do espaço concreta ou simbolicamente, o territorializa, ou seja, exerce poder sobre e no território (RAFFESTIN, 1993). O que se percebe dessa forma, é que territorialidade é uma das estratégias do poder ou ainda que é o próprio exercício do poder, e quem o faz, controla a circulação de bens e a propagação da informação que acontece em rede.

Uma rede é formada por nós e por suas ligações ou conexões, também chamadas de arestas, setas, vértices, a depender dos autores que a definem. Embora usem palavras diferentes, trabalham o mesmo conceito, como se pode observar nas leituras de Raffestin (1993); Recuero (2009); Reis (2013); Castells (2016) e outros. Raffestin (1993) afirma que, embora existam dois tipos de redes, as concretas que são visíveis ou de circulação e as redes abstratas que são invisíveis ou de comunicação, uma não significa a exclusão da outra, na verdade, as duas implicam mobilidade e poder.

Mas nem sempre é de interesse do poder – que controla, vigia, comanda ou influencia – ser notado porque pode atrapalhar seu fluxo, tanto em guerras, nas quais os exércitos mapeiam rotas para tentar garantir comboios de abastecimento¹⁷, e fora dessas situações extremas, em qualquer democracia, em que há tentativas de mascarar a circulação de homens ou bens importantes. “Quem procura tomar o poder se apropria pouco a pouco das redes de circulação e de comunicação [...] Controlar as redes é controlar os homens e é impor-lhes uma nova ordem que substituirá a antiga” (RAFFESTIN, 1993, p.213).

¹⁷ No filme *O Jogo da Imitação*, há uma cena que mostra muito claramente esse processo das redes de circulação e comunicação, quando Alan Turing e equipe conseguem desvendar o código de comunicação que os nazistas usavam na Segunda Guerra Mundial e descobrem o planejamento deles para abater navios das tropas inglesas.

Toda rede de comunicação é instrumento de poder e antes de a internet ser difundida, no que se refere aos meios tradicionais de comunicação que distribuem informação e entretenimento para muitos, Raffestin (1993) coloca o rádio e a televisão como principais pela contribuição de uma cultura padronizada, pelo alcance territorial na medida de suas possibilidades técnicas e, principalmente, pelo controle daqueles que dominam esses meios para difundir informações e mensagens que criam reações condicionadas ou interfiram no comportamento, tais como na propaganda bélica ou na experiência radiofônica ocorrida entre as duas guerras mundiais que criou pânico nos ouvintes por acreditarem viver uma invasão alienígena¹⁸.

Para Gomes (2004) a comunicação política pode ser dividida em três estágios que captam momentos históricos diferentes, mas não têm uma linha de corte exata entre eles. Entre os séculos VXII, XVIII e início do XIX, a relação se estrutura basicamente na forma de imprensa de opinião para atender o poder do modelo absolutista ou ligado à burguesia e suas reivindicações contra o Estado aristocrático e, mais adiante, quando a burguesia ascende ao Estado, a imprensa de opinião ligada a ela, divide-se em grupos de governo e de oposição e os órgãos de imprensa e os partidos se distribuem nas distintas posições políticas, e assim, toma forma a imprensa partidária ou de posição. Com a liberdade de expressão e de imprensa, frutos do Estado Democrático de Direito com raízes na Revolução Francesa, existe garantia para o confronto partidário, tendo em vista as fortes ligações entre imprensa e partido.

Entre os séculos XIX e XX, a comunicação como negócio começa a se formar, mas a situação da imprensa é muito próxima da anterior, com a diferença de que neste modelo há meios tecnológicos de produção, emissão e circulação da mensagem de forma massiva que são o rádio e o cinema e mais tarde a televisão, que operavam produtos da cultura, do entretenimento e eram utilizados pelo Estado, governos e partidos como instrumentos de difusão de mensagens.

A expressão *mass mídia* se monta, assim, a partir de uma concepção que não vê nessas formas da indústria da cultura e da informação outra coisa a não ser os dispositivos de emissão e a capacidade de difundir conteúdos e mensagens para audiências massivas (GOMES,2004, p.48).

No século XX a imprensa assume novos formatos quando o mundo dos negócios percebe que a informação pode ser transformada num negócio entre duas novas categorias, os

¹⁸ Transmissão de rádio da emissora CBS em 30 de outubro de 1938 da adaptação do livro de ficção científica “A Guerra dos Mundos”, do escritor Herbert George Wells. O formato jornalístico da histórica de produção do diretor de cinema norte-americano Orson Welles, provocou terror nos ouvintes por ser uma ficção levando a narrativa como a realidade.

consumidores de informação e os anunciantes, desvinculando diretamente a manutenção partidária, uma vez que a imprensa de partido, por suas vinculações ideológicas de grupos políticos, não poderia atender uma sociedade que não estava tão engajada politicamente e, demandava por um consumo de informação atualizada, objetiva, imparcial e independente, que a imprensa empresarial dava conta (GOMES, 2004). Assim, restava à imprensa de posição (partidária, sindical, etc), de acordo com o autor (2004) três caminhos: transformar-se em empresarial, permanecer com o mesmo formato atendendo a um público específico e limitado ou findar-se. De qualquer forma, o poder circula entre essas duas formas de existência e a relação política não está reservada somente ao Estado ou aos partidos como se pode perceber.

Portanto, na era da comunicação de massa, o emissor, representado por instituições políticas ou empresariais, tinha maior controle da mensagem, mas eram poucas organizações de comunicação controlando a mensagem para muitos.

O fim do monopólio dos canais de serviço público e a expansão dos serviços de difusão radiofônica e televisiva via satélite e a cabo criou um ambiente mais comercial e competitivo no rádio e na televisão, em que as forças de mercado desafiaram a identidade e a importância da televisão como instituição cultural (HJARVARD, 2012, p.72-73).

Os interesses políticos e comerciais nunca foram distanciados dos meios de comunicação. Os políticos, donos ou acionistas de meios ou programas de comunicação, obtêm domínio de algumas das redes de circulação e de comunicação, pois têm acesso direto às informações sobre verba, alcance geográfico, *stakeholders*¹⁹ e audiência conquistada, controlando as dinâmicas deste território. Essa prática é comum e conhecida no Brasil²⁰ como “coronelismo eletrônico²¹”, mas o contrário também acontece, quando empresários das organizações de

¹⁹ Grupos de interesse e públicos, como fornecedores ou clientes.

²⁰ No Brasil se pode citar a família Sarney no Maranhão, os Magalhães, na Bahia e os Collor de Mello em Alagoas, mas há magnatas para além do país. A BBC (2011) listou os principais magnatas da mídia no mundo que além de controlar redes de comunicação, comandam de times de futebol a cargos políticos, como é o caso de Silvio Berlusconi, fundador do conglomerado de mídia Mediaset nos anos de 1970, do partido de centro-direita Forza Italia em 1983 e atuou como primeiro-ministro italiano entre a década de 1980 e os anos 2000. Também é o caso de um dos fundadores do grupo mexicano Televisa, Emilio Azcárraga Milmo que era fiel aos candidatos do Partido Revolucionários Institucional (PRI) que comandou o país por várias décadas (FOLHA, 1997).

²¹ Existem perspectivas diferentes para tratar do que realmente abrange o coronelismo eletrônico, mas optou-se pelo artigo de Susy Santos que é pesquisadora da temática e o artigo de Rômulo Farias, para de forma muito sucinta, definir o termo. “Coronelismo” vem desde o período colonial quando fazendeiros recebiam patente militar para cumprir papel de autoridade estatal nas regiões de difícil acesso. Esses coronéis exerciam poder nos municípios e eram representantes estatais destas localidades, aliados de governadores, deputados até a esfera nacional formando um complexo sistema de troca de favores e de controle político, por meio de mecanismos como o “voto de cabresto”. O coronel tem o status de liderança e de comando (SANTOS, 2006; FARIAS, 2009). O “coronelismo eletrônico”, Santos define como um sistema organizacional caracterizado pela relação clientelista de compromisso recíproco entre poderes público e privado de chefias locais que são proprietários dos

comunicação usam essa potência e tornam-se políticos. Como coloca Raffestin (1993), as mídias são instrumentos de poder e é por isso, que atores políticos ou econômicos querem garantir o domínio das redes de comunicação.

Antes do século XIX, a informação caminhava mais ou menos no ritmo dos bens e dos homens. Mas, o avanço tecnológico nos séculos XIX e XX afetou as redes de circulação, que são as ferrovias, rodovias, aerovias e hidrovias e as redes de comunicação como correio, telefone, rádio, televisão e adiante. As viagens de longa distância que demorariam meses passam a ser realizadas em dias ou horas, da mesma forma, o tempo da troca de informação que também era extenso, passa para dias, horas e segundos através da internet. “[...] O computador, nos coloca em meio à era da conexão generalizada, do tudo em rede, primeiro fixa e agora, cada vez mais, móvel” (LEMOS; CUNHA, 2003, p.13).

Nesse cenário, a comunicação de massa foi adaptada para a realidade da internet, assim como os processos interacionais. “A superação de uma fase não significa o seu aniquilamento. Ela permanece na nova situação. Isso se pode ver na relação da oralidade com a escrita, com a imprensa e com os meios eletrônicos” (GOMES, 2016, p.11). Os avanços tecnológicos obrigaram os chamados meios tradicionais a aderirem à convergência tecnológica e a se reestruturarem. O consumo de produtos culturais por demanda pode ser realizado por meio de plataformas de entretenimento que adotam *streaming* como tecnologia.

Assim, um programa de televisão pode ser assistido no smartphone ou computador e, programações variadas, cada vez mais segmentadas com ajuda de algoritmos baseados em metadados focados na hiperindividualização, além da presença ativa em plataformas como Netflix e Spotify e redes digitais como o YouTube. “[...] As redes de comunicação, as redes de computadores e as redes radiofônicas convergiram com base na formação de redes sociais digitais e nas novas tecnologias de transmissão e armazenamento de dados [...]” (CASTELLS, 2016, p.105), promovendo processos globalizantes que mudam a perspectiva sobre o território geográfico e suas fronteiras. Isso não significa o fim dos territórios ou da territorialidade, que são processos de desterritorialização e reterritorialização, termos apresentados pelos filósofos franceses Gilles Deleuze e Félix Guattari, nos anos de 1970. De acordo com Lemos (2005),

meios de comunicação. Não necessariamente, o dono de uma emissora, será o político, mas existem influências dos dois lados. Lembra-se que no Brasil o sistema de radiodifusão é feita por meio de concessão pública.

sendo o território um lugar controlado, desterritorialização é o movimento entre as fronteiras de forma a ressignificar – reterritorializar – o que está instituído.

A desterritorialização, portanto, está ligada à globalização, à mobilidade, à modernidade e à tecnologia. Outro aspecto correlato é o tempo e a experiência que temos dele no contemporâneo. Para Castells (2016, p.96) “[...] o tempo da sociedade em rede, não tem passado e nem futuro. Nem mesmo o passado recente. É o cancelamento da sequência, e, assim, do tempo, pela compreensão ou pelo obscurecimento da sequência”. Dessa forma, as distâncias em comunicação são suprimidas, visto que a transferência da informação de um ponto a outro no mundo pode ser praticamente imediata (RAFFESTIN, 1993), o que traz assim, o encurtamento das distâncias e a sensação de mundo pequeno; como coloca Foucault, “nós vivemos na época da simultaneidade: nós vivemos na época da justaposição, do próximo e do longínquo, do lado-a-lado e do disperso” (1967, p.78).

Lemos e Cunha (2003) colocam que no início do século XXI, a utilização do e-mail revolucionou a prática de correspondências pessoais ou profissionais e, depois, as salas de bate-papo, apontando que a conversação ocorre independente da oralidade ou presença física. O e-mail e o bate-papo parecem obsoletos diante das redes sociais digitais e aplicativos de mensagem que potencializam múltiplas comunicações. Numa reunião presencial de trabalho pode-se responder a clientes, amigos ou familiares por meio de plataformas como WhatsApp, e interagir em postagens do Instagram.

Quando Deleuze e Guattari (1991 apud HAESBAERT, 2006) colocam que o hominídeo tira sua pata anterior do chão transformando-a em mão para pegar utensílios, quer dizer que desde o princípio, o homem, na busca por dominação ou apropriação, significa as coisas e, portanto o processo de territorialização, desterritorialização e reterritorialização (T-D-R) é natural ao ser humano. Considerando a sociedade em rede, Lemos (2005) coloca que este é um processo contínuo que sempre se refaz e se recria, mesclando o digital e o não digital no cotidiano das pessoas de tal maneira que não há como separá-los, como quando o GPS é acionado para uma viagem, quando se marca a localização de uma foto publicada no Instagram ou quando se criam rotas virtuais gastronômicas.

Assim, “[...] hoje podemos ser locais e globais ao mesmo tempo” (REIS, 2017, p.25). Na perspectiva da comunicação política, um candidato pode ficar conhecido nacionalmente e ter

apoiadores além da sua zona eleitoral, o que não significa, portanto, voto, mas contribui para a percepção de sua imagem e pode influenciar os cidadãos e eleitores. Um exemplo macro, Barack Obama, que “ganhou a eleição e galvanizou o público de todo o mundo, que fez dele, como as pesquisas internacionais mostraram, o primeiro presidente ‘global’” (LAVAREDA, 2009, p.22). Um exemplo micro, o ex-prefeito de Colatina, Sérgio Meneguelli, do partido Republicanos, que ganhou destaque para além do estado do Espírito Santo pela sua forte presença no YouTube e por apresentar um perfil atípico para um gestor da administração pública. Em sua experiência como prefeito, Meneguelli se servia das redes digitais para divulgar ações em que literalmente colocava a mão na massa, cortando grama e fazendo jardinagem em canteiros na cidade de Colatina, ou incentivando o uso da bicicleta, veículo por ele utilizado diariamente desde a sua posse em 01 de janeiro de 2017. O comportamento, sempre mostrado nas redes sociais digitais por apoiadores ou assessores, fez com que o ex-prefeito se tornasse conhecido nacionalmente, adquirindo milhões de visualizações em seus vídeos.

Também se observa o processo de ressignificação nas ações práticas da comunicação política tanto na campanha eleitoral quanto no mandato, que eram específicas do offline e nos dias atuais são associadas com o online.

[...] ao mesmo tempo em que manter um banner digital em algum web site, repassar mensagens de campanha para suas listas de contato, engajar-se em discussões online acerca da disputa eleitoral ou produzir conteúdos de outros tipos em prol de campanha se tornam ferramentas poderosas, as organizações em ambientes digitais para a mobilização de grupos em espaços públicos ou encontros presenciais para fins diversos mantêm seu poder e seu lugar de destaque nas estratégias das campanhas online (AGGIO, 2010, p.438).

Além do que Aggio traz como um cruzamento entre estratégias online e offline, durante uma campanha eleitoral, o mapeamento regional para definição da agenda do candidato, evidencia os territórios prioritários de uma cidade, estado ou país, isso vai refletir em quais temas e respectivas propostas o candidato deve focar e também ações de rua como bandeiraços, adesivações, caminhadas e carreatas. Há ainda, as regiões em que o candidato tem mais apoio ou que o concorrente tem mais acesso. Nos dias atuais, além do mapeamento territorial considerando o poder das lideranças políticas locais, podem-se utilizar ferramentas de forma personalizada e colaborativa como no *google my maps*. Através dessa ferramenta, a equipe de comunicação consegue pontuar digitalmente vias mais movimentadas, comércios, igrejas e planejar frotas de cabos eleitorais, material impresso e outras especificidades. O trabalho de mapeamento territorial e a divulgação e informação nas redes digitais pode ser feito durante o

mandato, como em inaugurações de obras, reuniões e monitoramento local. “As novas mídias não somente permitem novos usos para o território, mas também permitem a manipulação flexível do tempo e das modalidades representacionais (imagens, textos, áudio e suas combinações)” (HJARVARD, 2015, p. 59).

2.1.1 Interação mediada online e midiatização

Segundo Recuero (2009) a interação é a matéria-prima das relações sociais. Christakis e Fowler (2010) afirmam que as interações sociais foram construídas há milhares de anos na comunicação face a face, porém a tecnologia mudou essa dinâmica, já que a forma de transmissão de informação pode ser feita a distância, múltipla, em tempo real ou não (CASTELLS, 2016). Considerando o crescimento da internet e das novas formas de comunicação, Thompson²² (2018) denomina comunicação mediada online a interação dialógica que acontece de muitos para muitos, com visibilidade ampliada e com relações que se desenvolvem através do espaço e do tempo, ou seja, é a comunicação que acontece por meio de smartphones, tablets e computadores com acesso à internet.

De acordo com Hjavard (2012), a midiatização é um processo pelo qual as mídias exercem influência e onipresença em toda a sociedade e as interações se estabelecem de acordo com as lógicas dos meios, portanto antecedem o surgimento das redes digitais. O autor coloca que o primeiro pesquisador a falar sobre midiatização da vida política foi o pesquisador sueco Kent Asp em meados de 1980, alocando como “[...] um processo pelo qual um sistema político é, em alto grau, influenciado pelas e ajustado às demandas dos meios de comunicação de massa em sua cobertura da política” (ASP, 1986, p.359 apud HJAVARD, 2012, p. 55).

Para Sodré (2014) midiatização é um conceito para abarcar a realidade das relações sociais por meio da mídia e dos processos da convergência midiática que produzem entretenimento e mudam o panorama de consumo. A extensão das possibilidades de comunicação no tempo e no espaço, a substituição ou junção de atividades sociais que ocorriam face a face e a adaptação do comportamento de acordo com a valoração dos meios de comunicação, estão

²² Em “A mídia e a modernidade”, John B. Thompson escreveu sobre os três tipos de interação: face a face, mediada, quase mediada e em 2018 atualizou a compreensão com o conceito de mediada online. Stig Hjavard não concorda com a definição de “quase” porque para ele a interação é mediada ou não, pois os meios tradicionais disponibilizam modos de interação para os participantes e também afetam na maneira destes se comunicarem, agirem e interagirem com outros (HJARVARD, 2012).

dentro do conceito de mídiatização. O *internetbank* substituiu o encontro físico entre os bancários e os clientes e transferências bancárias, pagamentos, agendamentos, controle de gastos e outros serviços podem ser realizados por dispositivos conectados a internet (WINFRIED SCHULZ, 2004; HJARVARD, 2012). Da mesma forma, uma infinidade de práticas cotidianas tem sido realizada por meio de dispositivos digitais.

No campo da comunicação política, os políticos aprendem a se expressar e a usar as ferramentas disponíveis nas plataformas de interação social que configuram essa nova lógica. As *lives* políticas em campanhas eleitorais ou na gestão governamental são processos de mídiatização forte (HJARVARD, 2012), pois substituem ao mesmo tempo em que integram atividades que aconteceriam presencialmente, face a face ou mediadas pelos veículos de comunicação de massa. Pelo Facebook ou Instagram, veículos de comunicação, jornalistas independentes e quaisquer cidadãos têm acesso à mesma mensagem do candidato ou gestor político. O candidato ou gestor está todos os dias divulgando promessas ou realizações, que têm assumido cada vez mais a forma de produtos de entretenimento, numa espécie de conta gotas infinito para sempre produzir engajamento, levando em consideração as especificidades de cada RSD, como priorizar o tipo de postagem mais relevante tanto na forma quanto no conteúdo, incentivar a interação dos usuários, também interagir com eles e acompanhar o desempenho, considerando ainda dias e horários de maior relevância para as publicações (MLABS, 2020), são uma junção entre quantidade e qualidade. Não se pode esquecer ainda que por trás de conectar pessoas, as redes digitais têm finalidades comerciais, por isso, o alcance de uma conta comercial ou *fanpage* não é o mesmo para um perfil, pois o intuito é fazer com que se invista em anúncios pagos e, isso também já é possível na comunicação política, não se restringindo ao período eleitoral, mas é preciso atender a regulamentação específica das redes para conteúdo político.

A interação mediada online permite uma comunicação direta de candidatos e gestores públicos com qualquer usuário da internet, priorizando assuntos e vieses que preferem, mas, pode acarretar alguns desafios porque “hoje, os líderes são muito mais visíveis do que os líderes políticos no passado [...]” (THOMPSON, 2018, p.39). O locutor precisa fazer-se compreender, estabelecer e manter conexões, além de evitar crises que podem ser criadas por equívocos de comunicação, uma vez que os atores assumem posições que, de certa forma, podem ser consideradas muito teatrais, tendo em vista a composição entre o quê e como dizem, vestem, gesticulam e o contexto (HJARVARD, 2012).

Thompson (2018) coloca, a partir da definição de Goffman (1991) sobre palco ou região frontal e bastidor ou região de fundo no processo interacional, que nem sempre o que acontece no fundo deve vir à tona, pois há comportamentos que podem não condizer com a imagem que se deseja criar ou transmitir. Assim, aquilo que é dito atrás das câmeras e dos microfones, não é conveniente para o palco e isso fica claro quando o político assume uma postura no palco que é oposta à do bastidor²³, cenas que podem ser retomadas de fatos reais. O autor (2018) retoma o fato de o líder trabalhista no Reino Unido, Gordon Brown, que no período anterior às eleições gerais de 2010, a pedido de seus assessores, encontrou-se com uma eleitora que contestou seu plano de ação. Entretanto, após o encontro e já dentro de seu veículo, que era um ambiente privado e distante dos eleitores, Brown disse que foi um desastre o tal encontro e que nunca deveria ter falado pessoalmente com a mulher. Mas, o microfone estava ligado e todos tiveram acesso à declaração que foi replicada pela BBC, fazendo que com que Brown tivesse que pedir desculpas numa entrevista ao vivo.

Esse erro interacional muito básico mostra como é fácil que as coisas resultem desastrosamente erradas no ambiente mediado da política moderna. Os vazamentos desse tipo são muito frequentes hoje – na verdade, mais comuns do que nunca, graças à revolução digital (THOMPSON, 2018, p.29-30).

Uma falha de comunicação ou vazamentos de informações, sendo divulgados propositalmente ou não, podem tomar proporções ilimitadas nas redes sociais digitais. É preciso “[...] evitar violações flagrantes de uma norma que podem resultar em um desprestígio através do *ridículo*, de *fofoca* ou de *repreensão*” (HJARVARD, 2012, p. 80). Além disso, a memória que as RSD permitem criar pode fazer com que, em períodos eleitorais principalmente, fatos do passado de políticos venham à tona para prejudicar a imagem de candidatos em disputa, episódios que aconteceram no bastidor, mas que assumem posição na região frontal. As informações alcançam grandes proporções se alastrando como notícias, especulações ou ainda, memes que se espalham de forma viral.

2.1.2 Ferramentas de interação nas redes sociais digitais

A interação mediada online acontece de múltiplas formas como percebido anteriormente, por meio das diversas ferramentas existentes nas RSD. Resumidamente, redes como Twitter,

²³ A série americana *House of Cards*, (2013-2018), em que o congressista Francis Underwood e sua esposa, Claire Underwood, não medem esforços para atingir seus objetivos políticos e a conquista de mais poder, mostra muito claramente como diversos aspectos do mundo político são explorados e os personagens principais se mostram diferentes no bastidor e no palco tanto no período eleitoral quanto na gestão presidencial.

Instagram, YouTube e Facebook (e outras mais novas como TikTok²⁴) têm recursos que permitem demonstrar emoções e interagir positiva ou negativamente em publicações de textos, fotos, vídeos, imagens ou *gifs*²⁵, memes²⁶, *emoticons* ou emojis²⁷ e mais recentemente, as figurinhas ou *stickers*²⁸. No Twitter e no Instagram, o “coração” significa uma interação positiva, uma identificação, já no YouTube os botões de polegar são binários “gostei” e “não gostei”.

Com 18 anos de existência, o Facebook tem cerca de quatro bilhões de usuários no mundo (KEMP, 2021). Para se manter competitivo frente a outras redes sociais digitais, o Facebook, possibilita além dos perfis, páginas e comunidades, criar conteúdo com fotos, vídeos, textos, enquetes e links gerando engajamento orgânico ou pago, por meio do impulsionamento de publicações e criação de anúncios. Essas ferramentas são utilizadas por políticos para aumentar a visibilidade digital como visto anteriormente. No Facebook, o usuário pode curtir ou reagir com os botões (“amei”, “haha”, “uau”, “triste”, “raiva” e “força”) de representação das emoções básicas: raiva, felicidade, tristeza e medo (PINHEIRO, 2018). Ainda pode-se comentar e compartilhar e de acordo com Recuero (2014), o comentário é a interação mais efetiva no Facebook. A autora (2006), numa pesquisa sobre a propagação dos memes na internet, realiza entrevista com blogueiros e algumas respostas sobre o “comentar” também chamam a atenção:

Comentar é um dos jeitos de se manter uma amizade, não perder o contato, demonstrar algum afeto com a pessoa (Blogueiro 37, na entrevista). Um comentário serve não apenas para ampliar a discussão proposta pelo post, mas especialmente para estreitar relações. Acho importantíssimo (Blogueiro 15, na entrevista). [...] Eles são espaços onde alguém fala a alguém, onde há informação que é colocada em comum a uma coletividade de leitores (RECUERO, 2006, p.5).

O simples ato de “curtir” pode ser, de certa forma, neutro ou positivo (RECUERO, 2014; PINHEIRO, 2018), e não é explícito como o comentário. Num comentário de uma publicação, o usuário deixa mais evidente sua opinião e registra de forma direta o que pensa sobre o conteúdo específico com o uso de adjetivos positivos ou com palavras de baixo calão e imagens agressivas. Para Santos (2002), o ambiente online permite a criação de um ser que

²⁴ Rede surgida a partir da transição de marca Musical.ly que era voltado para a música. Desenvolvida pela chinesa *ByteDanc*, o TikTok ganhou o mercado ocidental e, no final de 2018, já batia a marca de 1 bilhão de instalações em smartphones; a rede usa estratégias para monetizar e reter o usuário, como doações de seguidores e recompensas monetárias (ROCKCONTENT, 2018).

²⁵ Gif (Formato de intercâmbio de gráficos) é um formato de imagem animada.

²⁶ Mimesis vem do grego e significa imitação, se espalha pela internet de forma viral. Podem ser imagens, vídeos ou gifs.

²⁷ Iconografias de objetos e seres para representar as emoções.

²⁸ Adesivos ou figurinhas usadas nas redes sociais digitais e aplicativos de mensagens.

não necessariamente é coerente com aquele que existe no offline, o que faz sentido quando se pensa em usuários que assumem posturas críticas, corajosas ou ofensivas ou ainda perfeitamente felizes e que não são exteriorizadas em ambientes presenciais. Embora muitos usuários utilizem a estratégia do anonimato para se posicionarem e mesmo serem ofensivos nas RSD, sabe-se que existem tecnologias que possibilitam o rastreamento dos perfis *fakes*²⁹ e robôs³⁰. De modo geral, a exposição e a interação nas redes sociais digitais podem deixar o usuário vulnerável se o comentário for tirado de contexto, assim como em edições de vídeo.

Portanto, o que se percebe é que as ferramentas de interação tentam representar cada vez mais as reações ou atitudes que as pessoas teriam fora no ambiente digital. “As mídias sociais estão repletas de situações em que somos interpelados a demonstrar nossos sentimentos e emoções” (RODRIGUES, 2018, p.67). O usuário ainda pode ser provocado para tomar uma ação que se revele para dentro e para fora da rede como nos chamamentos de manifestações políticas e marcação de pontos de encontro, o que gera uma associação entre o online e o offline.

2.2 COMUNICAÇÃO POLÍTICA E PROFISSIONALIZAÇÃO DAS CAMPANHAS ELEITORAIS

A comunicação política se adapta às transformações dos dispositivos de comunicação e a profissionalização das campanhas eleitorais acompanha essa evolução. Norris (2000 apud ESPÍRITO SANTO; FIGUEIRAS, 2010), classifica temporalmente as campanhas em “pré-modernas”, “modernas” e “pós-modernas”. Gomes (2004) identifica essas transformações como “modelo antigo” e “modelo contemporâneo”. A divisão não é exatamente linear; importa conhecer algumas características dominantes dos períodos.

O que se caracteriza como pré-moderna para Norris (2000 apud ESPÍRITO SANTO; FIGUEIRAS, 2010) e modelo antigo para Gomes (2004) está entre o século XIX até a década de 1950 no século XX, a imprensa partidária era o principal meio de divulgação dos partidos que conduziam as campanhas por meio dos filiados e políticos, e contavam com o apoio de voluntários e militantes. O eleitorado era firmado por lealdades partidárias e inserido em organizações como os sindicatos (GOMES, 2004; NORRIS apud ESPÍRITO SANTO; FIGUEIRAS, 2010). Já o modelo das campanhas modernas ou o começo do contemporâneo,

²⁹ Perfis falsos criados por usuários que não querem revelar sua identidade.

³⁰ Algoritmo criado para simular um usuário de rede digital.

inicia nas décadas de 1950 e 1960, quando as campanhas eleitorais caracterizam-se pela base ideológica menos intensa e a centralização está no candidato e não nos partidos políticos. A comunicação tinha se transformado muito rapidamente numa indústria potente e a prática política que se apoiava na comunicação de massa tinha se difundido pelas grandes democracias no mundo (GOMES, 2004).

A primeira campanha presidencial a contratar empresa de publicidade para produzir spots televisivos foi a do general Eisenhower³¹, em 1952 (ESPÍRITO SANTO; FIGUEIRAS, 2010), porém o momento de maior destaque foi na década de 1960 com o início da transmissão ao vivo do debate político televisionado inaugurado por Richard Milhous Nixon e John Fitzgerald Kennedy, na disputa pela presidência dos Estados Unidos (EUA).

Pela primeira vez, graças aos avanços tecnológicos, 40 milhões de famílias americanas, que tinham televisor, reuniram-se simultaneamente para decidir quem iria comandar o seu país, na maior assembleia política da história humana até então (FIGUEIRÊDO, 2008, p.9).

As grandes mudanças a se observar são o advento da cultura política cunhada na televisão tanto nas eleições quanto no jogo político regular; a emergência da publicidade política paga (em alguns países, candidatos ou partidos puderam comprar espaços na televisão para veiculação de sua propaganda³²), a importância dos debates televisivos e a adesão crescente da campanha focada no candidato (PLASSER, 2001 apud GOMES 2004).

Nas décadas seguintes, de acordo com Gomes (2004), Espírito Santo e Figueiras (2010), por conta dos avanços tecnológicos da comunicação, da predominância da televisão, do conhecimento técnico e especialização de tarefas e da personificação dos candidatos, os partidos políticos não tinham mais como atender as necessidades de comunicação eleitoral e ao gerenciamento de imagem dos candidatos, portanto adotam a profissionalização das campanhas e da comunicação política em geral. Caracterizam-se, assim, as campanhas eleitorais do modelo pós-moderno ou contemporâneo e começa a se propagar a ideia de campanha permanente, na qual a imagem do candidato precisa ser trabalhada constantemente para além do período eleitoral (SILVA, 2021).

³¹ Dwight David Eisenhower foi general do exercício americano e foi presidente dos Estados Unidos entre 1953 a 1961.

³² No caso do Brasil, a criação do HGPE está na lei nº4115, de 22 de agosto de 1962. Hoje está regulamentado pela lei nº 9.504, de 30 de setembro de 1997, conhecida como lei das eleições.

Com a ascensão das redes digitais na política, a personificação dos candidatos se intensifica e a campanha permanente precisa considerar mais o tempo durante a gestão, que não é de curto prazo como na eleição, além de diferentes contextos, destacando a visibilidade do gestor no cotidiano, prestação dos serviços, a interação digital e também a participação presencial com a sociedade ou comunidade, “[...] faz-se campanha para governar e se governa fazendo campanha. E quanto mais tempo de interação, melhor. Por isso a importância crescente da atuação online [...]” (CARDOSO; OLIVEIRA; MASSUCHIN, 2020, p.3).

O trabalho de comunicação nas campanhas eleitorais inclui levantamento de dados, pesquisa de opinião, construção das mensagens para cada meio de comunicação, montagem de equipes de divulgação, produção de material gráfico, estratégia discursiva, contato com eleitores, gerenciamento de sites e redes sociais digitais. Cada um desses itens depende das habilidades de uma equipe de múltiplas competências, como pesquisadores, jornalistas, publicitários, relações públicas e dos consultores de comunicação, como são denominados nos Estados Unidos (EUA) os conhecidos marqueteiros políticos do Brasil. Há ainda, nos EUA, os *spin doctors*³³, uma expressão que designa o profissional de comunicação especialista em produção, porém de forma pejorativa pois o trabalho é cunhado por meio da distorção da informação, da manipulação e outras atividades que visam somente ao benefício do cliente, sem considerar a ética (GOMES, 2004).

No Brasil, o termo marqueteiro político – que, no seu auge, chegou a ser comparado a bruxo ou bruxa pela capacidade desses profissionais de trabalharem um candidato e fazê-lo vencedor (MACEDO, 2010) – também tem uma conotação negativa por conta do marketing. De acordo com Espírito Santo e Figueiras (2010), fatores do sistema político norte-americano como pouca restrição para publicidade, ter um eleitorado mais pragmático e a disputa ideológica dos partidos não ser tão forte quanto dos europeus, deram origem ao marketing político em meados de 1950 e seu desenvolvimento acompanha o dos meios e das tecnologias da comunicação, como visto anteriormente.

De acordo com Torquato, o marketing pode ser definido como “[...] avaliação de oportunidades, satisfação de desejos e definição estratégica de atividades que vão estimular

³³ A expressão parece ter origem em certos ambientes esportivos, para indicar ironicamente os “técnicos” ou “treinadores” que pretendem explicar como produzir o “efeito” de bola, como acrescentar-lhe “veneno” para que o jogador tenha êxito (GOMES, 2004, p.74).

uma troca positiva entre produtores e consumidores” (TORQUATO, 2014, p.28). Marketing político pode ser entendido também como a aplicação das técnicas do marketing em campanhas eleitorais (NEWMAN, 1999 apud FERNANDES, 2010). É importante ainda fazer algumas considerações por causa da visão pejorativa em relação ao marketing político como sinônimo de venda ilusória, venda agressiva ou propaganda enganosa (MANHANELLI, 2004). O marketing político para uns pode ser entendido como resultado do sistema democrático, que possibilita interações mais significativas, enquanto para outros significa ameaça ao mesmo sistema democrático porque extrapola a utilização das ferramentas do marketing, identificando o candidato como um produto qualquer e entende os eleitores como simples consumidores (FERNANDES, 2010). Essa visão mais negativa decorre desde seu surgimento, mesmo período em que o General Eisenhower usou a televisão em sua campanha e foi acusado de se vender como um sabonete (SILVA, 2012).

Para Figueirêdo (2008, p.13), “um produto geralmente é visto por um determinado ângulo; da praticidade, do preço, da magia etc. Mas um candidato é como se fosse uma esfera, vista por todos os pontos, a começar pelo de sua reputação”, portanto, um candidato não pode ser trabalhado numa total perspectiva mercadológica, pois dessa forma, poderia afetar a participação consciente e responsável das pessoas na sociedade.

Para Lavareda (2009), no Brasil a campanha do ex-presidente Fernando Collor de Mello³⁴ foi a primeira a utilizar vários instrumentos do marketing moderno que o posicionavam acima das insatisfações diante do rumo do país. Queiroz e Tavares (2011) destacam que a campanha apelava para o uso do sentimentalismo do eleitor, mantinha em evidência na mídia o slogan “o caçador de marajás”, usava todos os recursos de comunicação disponíveis na época (principalmente a televisão), e recorria ao apoio de artistas e da mídia para promover sua imagem, dentre outras estratégias.

No marketing político, a meta é utilizar o marketing para atenuar os pontos fracos e melhorar os pontos fortes de um perfil para obter vitória eleitoral ou reeleição de um mandato (TORQUATO, 2014), portanto não se fantasia a essência do candidato, não é possível mais pensar em criar um personagem que nada tem a ver com o político, o possível é suavizar sua imagem, seu discurso e a linguagem de suas propostas, tendo em vista que “não adianta ter

³⁴ Collor, embora tenha sido o primeiro presidente eleito pelo voto direto depois de quase trinta anos sem eleições presidenciais e por discursar contra a corrupção, sofreu *impeachment* em 1992, acusado de corrupção.

um bom marketing se o candidato é um boneco sem alma. Candidato não é sabonete. Tem vida, sentimentos, emoção, choro e alegria” (TORQUATO, 2014, p.274).

O marketing político pode ser dividido em dois tipos: um é o eleitoral, direcionado para as campanhas eleitorais majoritárias e proporcionais que têm foco em vencer a eleição; o outro é o permanente ou ainda pós-eleitoral, direcionado aos quadros do Executivo e do Legislativo, que objetiva informar à sociedade o que fazem os eleitos com foco nas ações da administração (MANHANELLI, 2004; TORQUATO, 2014). “Ser lembrado durante todo o mandato é uma das formas de se fazer lembrado na época eleitoral e tornar mais fácil o trabalho de captação do voto” (MANHANELLI, 2004. p.100). Com a possibilidade de acompanhar o político de forma mais direta pelas redes sociais digitais, ele precisa se manter ativo, registrando suas realizações, criando memória, mantendo ou fortalecendo sua imagem e seu discurso, pois não basta fazer-se presente durante o período eleitoral e desaparecer durante o mandato.

A comunicação política após a eleição não tem objetivo de ludibriar o eleitorado, como afirma Manhanelli (2004), mas sim de prestar contas, mostrar as realizações e o cumprimento de promessas, pois fazer lembrar fracassos e erros é um trabalho que os adversários assumem em algum momento do período eleitoral ou pós-eleitoral para enfraquecer ou desacreditar seu oponente.

A ideia da campanha permanente, denotando a dificuldade em distinguir entre o tempo gasto na campanha e no escritório do governo, parece ter sido cunhada, em 1976, por Patrick Cadell, assessor do presidente eleito Jimmy Carter (BLUMENTHAL, 1982; NOGUEIRA; CORREYERO, 2009 apud SILVA, 2021, p.4-5).

Portanto, a campanha permanente é diferente do trabalho de marketing eleitoral e pós-eleitoral, porque não há interrupção entre os períodos, pelo contrário, é uma comunicação contínua, com promoção da imagem e do discurso personificados no político, com vistas à aprovação popular e ao sucesso eleitoral futuro. Assim, de acordo com os autores (2020) as estratégias da campanha permanente permitem que o candidato ou político se desvie da visão dos meios de comunicação tradicionais construindo uma perspectiva de si e a interação direta com o cidadão eleitor “[...] como é o caso do Governador Flávio Dino que utilizava a sua página para se contrapor ao controle midiático da família Sarney no Maranhão (CARDOSO; OLIVEIRA; MASSUCHIN, 2020, p.4).

De acordo com Cardoso, Oliveira, Massuchin (2020), a campanha permanente compreende a junção das estratégias de comunicação da campanha eleitoral com informações do governo, prezando pela transparência, prestação de serviços públicos e proximidade com os públicos. Mas, “[...] uma característica comum à campanha permanente é a personalização, ou seja, a formação da imagem do agente público por meio dos enquadramentos da vida cotidiana” (CARDOSO; OLIVEIRA; MASSUCHIN, 2020, p.7), por isso, há de se considerar que a exposição da vida do político enquanto candidato ou gestor torna-se corriqueira assemelhando-se a de celebridades, pois a divulgação é das ações de campanha ou do mandato, do almoço em família e até das atividades físicas e dos momentos em férias, porém, estrategicamente, de forma mais natural e espontânea possíveis. Como se pode observar, os aspectos da profissionalização das campanhas eleitorais estão dentro do espectro do conceito da campanha permanente, uma vez que a personalização dos candidatos e a comunicação política voltada para a lógica da mídia são elementos importantes e um trabalho contínuo.

Há certa extrapolação da espontaneidade por líderes populistas na qual seus defeitos e vícios, sua inexperiência ou incompetência podem ser vistas aos olhos dos eleitores como autenticidade e seu discurso é altamente emocional (EMPOLI, 2020), o que pode servir de base para a produção de *fake news* (notícias falsas) contribuindo para um ambiente mais instável e emocional do que naturalmente a rede digital é. A mesma rede digital que serve para construção positiva de um discurso político, também serve para localizar ou construir e propagar discursos negativos de políticos concorrentes para enfraquecê-los. Esses aspectos negativos precisam ser levados em consideração porque estão justapostos à comunicação política tanto no período eleitoral quanto no governamental.

Por isso, o cuidado a se tomar é que a divulgação da imagem do político no mandato não seja maior do que os esforços do seu governo para não tomar um caráter direto de promoção pessoal, uma linha tênue que parece ficar mais difícil de distinguir, já que ao mesmo tempo o político precisa manter-se em evidência.

2.2.1 Principais marqueteiros políticos no Brasil e no Espírito Santo

De acordo com Queiroz et al (2005), um dos primeiros especialistas em comunicação política num sentido abrangente foi o jornalista sergipano Lourival Fontes, responsável por vender as ideias da ditadura getulista e chefiar a comunicação do governo Vargas entre 1934 a 1942 e

entre 1950 a 1954. Ele é considerado o Goebbels brasileiro por usar estratégias que foram modelo na Alemanha Nazista para os veículos de comunicação de massa como o rádio, com o projeto a Hora do Brasil³⁵ e a adoção do bordão “Trabalhadores do Brasil”, sempre presente nas aberturas dos discursos de Vargas. A imagem de Getúlio era divulgada de forma sistêmica em peças publicitárias, no rádio, na tv, nos jornais, livros e em grandes eventos.

Na época contemporânea, há como referência os profissionais³⁶ Nizan Guanaes e Geraldo Walter, que trabalharam com marketing político na campanha presidencial de Fernando Henrique Cardoso (PSDB), em 1994. Guanaes ainda coordenou a campanha de Fernando Henrique em 1998, e José Serra em 2002. Nizan é um dos publicitários brasileiros mais premiados. José Eduardo Mendonça ou Duda Mendonça³⁷ foi outra referência. O publicitário coordenou mais de 45 campanhas do Brasil e na Argentina, é considerado o maior especialista brasileiro em Marketing político. Dentre as campanhas estão a de Mário Kertész para prefeito de Salvador, em 1985, e de Paulo Maluf para prefeito de São Paulo, em 1992. Também atuou na campanha de Ciro e Cid Gomes para deputado federal e governador, no Ceará, em 2006. Duda Mendonça coordenou diversas campanhas do Partido dos Trabalhadores, entre elas, a do ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva, em 2002. De acordo com Queiroz et al, (2005), Duda levou mudanças na comunicação do partido e do candidato com uma veia mais publicitária. “Uma das maiores contribuições de Duda Mendonça ao campo do marketing político foi levar a emoção da propaganda para as campanhas eleitorais” (QUEIROZ et al, 2005, p.9). Seu ex-sócio, o publicitário e jornalista João Santana, também com larga experiência em campanhas eleitorais no Brasil e fora, com sua esposa, a publicitária Mônica Moura, atuou nas campanhas eleitorais da ex-presidente Dilma Rousseff e mais recentemente passou a trabalhar para o Partido Democrático Trabalhista (PDT).

O jornalista, publicitário e administrador Carlos Manhanelli³⁸ não era adepto do termo marqueteiro político, preferindo consultor político. Participou de mais de 230 campanhas políticas no Brasil e no exterior, mas não fazia campanha diretamente como Duda Mendonça

³⁵ Programa de rádio que veiculava notícias, discursos políticos e apresentações de cantores populares. Nos anos de 1970, o presidente Médici mudou o nome do programa para a Voz do Brasil, que existe ainda hoje nas rádios, das 19h às 20h e destaca atividades dos poderes executivo, legislativo e judiciário nacional.

³⁶ Alguns marqueteiros ou consultores de marketing político têm o nome ligado a escândalos de corrupção de partidos ou políticos, entretanto isso não desqualifica o *know-how* que eles têm na área de comunicação política e eleitoral.

³⁷ Duda Mendonça tratava um câncer no cérebro, mas seu quadro ficou agravado depois do diagnóstico de Covid-19 e faleceu em 16 de agosto de 2021.

³⁸ Carlos Manhanelli faleceu, vítima de Covid-19, em 23 de janeiro de 2021.

e João Santana. Manhanelli foi presidente da Associação Brasileira de marketing Político (ABCOP) e ministrava aulas e palestras, dentre elas para o curso de “Gerenciamiento de Campañas Electorales”, do Instituto Ortega y Gasset, e do “Máster en Asesoramiento de Imagen y Consultoría Política (MAICOP)”, da Universidad Camilo José Cella, ambas em Madrid (Espanha) e foi considerado pelos leitores da revista americana “Campaigns & Elections”, como um dos melhores consultores políticos da Ibero – América.

Já no cenário estadual, o marketing político eleitoral apareceu na década de 1980, assim como em outras cidades brasileiras. Camilo Cola dono da viação Itapemirim, importou do Rio de Janeiro o publicitário Nelson Mendes para comandar sua campanha a governador do ES em 1982 e a senador em 1986. Ele também montou a equipe de comunicação para o candidato Max de Freitas Mauro em sua candidatura ao governo do ES em 1986, o qual vence as eleições. Foi com Nelson Mendes, em 1986, que se veicularam, pela primeira vez, programas políticos eleitorais para a televisão, com produção e edição elaboradas. Segundo Macedo (2010), o publicitário tinha temperamento difícil, o que resultou em muitos desafetos e perda de espaço. Dessa forma, seu lugar foi logo ocupado pelas jornalistas e conhecidas marqueteiras Elizabeth Rodrigues³⁹ e Jane Mary de Abreu, que comandaram, em 1990, a campanha do único governador negro do Espírito Santo, Albuíno Azeredo (1991-1994) (MACEDO, 2010).

Depois de sua estreia com a vitória de Azeredo, Bete Rodrigues coordenou as campanhas dos seguintes governadores: Vitor Buaiz (1994), José Inácio Ferreira (1998), Paulo Hartung (2002; 2006) e Renato Casagrande (2010), além de campanhas para prefeitos no Espírito Santo e em outros estados brasileiros (MACEDO, 2010). Bete era conhecida como bruxa, apelido atribuído por conta do trabalho realizado transformando candidatos em eleitos. Bruxo ou bruxo é comumente utilizado para definir profissionais de marketing político eleitoral por conta do trabalho tão bem orquestrado que parece mais um poder mágico.

São os três momentos de raciocínio do eleitor. Primeiro você quebra a resistência, depois o que ele vai fazer, em que começa a funcionar o mecanismo cognitivo e no fim, pede voto e o eleitor pensa: sabe de uma coisa? Eu vou dar um voto de confiança a ele (RORIGUES, 2007 apud MACEDO, 2010, p.82).

Em entrevista concedida a Helena de Almeida Macedo, Bete Rodrigues falou que a comunicação em campanhas eleitorais tem três momentos: o primeiro é a “venda” do

³⁹ Falecida em 12 de setembro de 2021.

candidato (quem ele é, sua história de vida, suas competências); o segundo é a elaboração/apresentação do seu plano de governo e o terceiro é momento em que pede o voto.

2.2.2 Campanhas eleitorais online: tudo começou com Obama?

A campanha que já era pensada para a lógica dos meios de comunicação, se amplia com a internet e as possibilidades de interação, situação que difere dos veículos tradicionais. Gomes et al (2009), definem os períodos como pré-web (e-mails e newsletters), proto-web (sites mais simples e interação de maneira restrita), web (sites com acessos a discursos, reprodução de materiais de campanha offline, experiências de interação e mobilização) e pós-web (depois do surgimento das redes sociais digitais e do uso significativo por alguns candidatos, interação abrangente entre os usuários e candidatos e de usuários entre si).

De acordo com Fernandez (2005) em sua pesquisa sobre campanhas eleitorais brasileiras na internet, de cargos executivos dos anos de 1998, 2000, 2002, o fluxo de comunicação das ferramentas disponíveis, foi caracterizado em Indicadores de Fluxo Unidirecionais de Saída (informações sobre a campanha e sobre o candidato, plano de governo, releases, agenda, perguntas frequentes, etc.) e Indicadores de fluxo com outras direções e sentidos (E-mail, mobilização, material promocional, mail list, fórum debate, etc.).

Embora o e-mail e o site estivessem presentes nas campanhas entre 1990 a 2000, as estratégias de comunicação continuam sendo prioritariamente offline. Aggio (2010, p.429) mostra que “as primeiras experiências de campanhas eleitorais empreendidas com auxílio de ferramentas online se deram em 1992, na disputa entre Bill Clinton e George Bush para a presidência dos Estados Unidos”. Mas não existia realmente um planejamento de comunicação das campanhas para o ciberespaço até então (GOMES et al, 2009). Nesse sentido, os recursos utilizados de forma básica ampliam-se com avanços das ferramentas: correspondência eletrônica, divulgação da agenda e informações sobre a campanha eleitoral, bate-papo, formação de banco de dados, conversão do material impresso para o digital, doações e participação de eleitores. Com o surgimento da web 2.0 em 2004, as ferramentas disponíveis são mais voltadas para as estratégias de mobilização do eleitor. As campanhas de George W. Bush e Jonh F. Kerry aumentaram o uso de recursos durante as eleições (WILLIAMS & TRAMMEL, 2005 apud AGGIO, 2010).

Assim, as campanhas começam a estabelecer uma comunicação direta com o eleitor divulgando informações do candidato sem a unidirecionalidade da comunicação dos veículos tradicionais, embora as ferramentas de interação fossem precárias comparadas aos dias atuais. O eleitor deveria realmente querer saber mais sobre o candidato e ter a possibilidade de conversar com ele para buscar os sites de campanhas, fóruns e salas de bate-papo.

Segundo Aggio (2010), a partir de 2004, a mobilização e as interferências dos eleitores passam a ser o destaque nas campanhas online, ganhando força com os blogs⁴⁰. É que o engajamento gerado nos blogs poderia colocá-los em rankings de sites especializados como os mais acessados e publicavam com mais evidência aqueles mais votados, entendendo assim, que isso gerava autoridade na blogosfera⁴¹. O período também é caracterizado como o embrião das redes digitais e a ferramenta *meetup* ganhou destaque por aproximar pessoas de regiões próximas e organizar encontros presenciais. De acordo com Vaccari (2008, apud AGGIO, 2010), estima-se que as campanhas de Jonh Kerry e George Bush, engajaram juntas 450 mil cidadãos em 25 mil atividades informais, organizadas através do *Meetup*.

Há, no entanto, na literatura pesquisada, a informação de que o primeiro candidato digital foi Howard Dean, nas primárias democratas das eleições norte-americanas de 2004, que também utilizou o *meetup* e o blog para se conectar mais aos eleitores e muitas ideias deles inseridas em comentários foram adaptas e praticadas na campanha. “[...] Para fazer política não é preciso se inscrever num partido e esperar o resultado anos a fio. Você pode fazer política em qualquer momento do seu dia, publicando comentários no blog ou difundindo posts na plataforma (EMPOLI, 2020, p.47)”. Redes sociais como Facebook e MySpace⁴² começam a ganhar força em 2006:

[...] um candidato do estado americano de Maryland, Peter Franchot’s, [...] em 2006 recrutou 80% do seu voluntariado através do MySpace e Facebook. Esses voluntários realizaram 80 mil ligações e distribuíram cerca de 50 mil materiais impressos de campanha em atividades presenciais. O candidato venceu as primárias do seu partido naquele ano (GUEORGUIEVA, 2006 apud AGGIO, 2010, p.440).

⁴⁰ O blog surgiu em 1994 pelo cientista do MIT Media Lab, o brasileiro Claudio Pinhanetz, com conteúdo sobre viagens, trabalho, filmes e outros. No início dos anos 2000, se populariza para o público jovem com o fotolog e flogão, mas logo os blogs são usados com objetivos mais profissionais de assuntos específicos, notícias e marketing. O blog profissional corporativo precursor foi da Microsoft que criou o Channel 9 em 2004, e outras empresas perceberam o potencial da ferramenta (BOLINA, 2018).

⁴¹ Termo coletivo para compreender os blogs como uma comunidade.

⁴² Myspace é uma rede social criada em 2003 que chegou a ter 300 milhões de usuários que além das conexões com amigos, também é uma plataforma de divulgação de vídeos, músicas de artistas conhecidos e desconhecidos. Com a ascensão de outras plataformas como Facebook e o YouTube, o Myspace declinou.

Neste período, o acesso e *download* de vídeos e uso do Facebook e Myspace foram atividades que se destacaram. Pode-se considerar que a grande mudança da comunicação política online deu-se a partir do uso da internet e das redes sociais digitais na campanha presidencial americana, em 2008, de Barack Obama. Além de estar presente no Facebook, Myspace e em outras redes mais focadas em grupos minoritários, apostou em anúncios patrocinados em buscadores e em jogos eletrônicos, blogs, sms, aplicativos de celular, site com ações já consolidadas nas campanhas americanas como página para doação de dinheiro, biografia, posições políticas e material de divulgação. Obama também teve uma rede digital específica chamada de My.Barack.Obama (MyBO).

À diferença de um sítio de relacionamento comum, as características destacadas nos perfis dos usuários são relacionadas ao engajamento político: eventos produzidos, presença a eventos, ligações feitas, visitas de porta em porta, número de postagens no *blog*, doações para a campanha, montante levantado e grupos inscritos. O usuário também podia convidar amigos do Facebook para participar do MyBO; a contagem de amigos convidados também é exibida no perfil (GOMES et al, 2009, p.34).

O desempenho da campanha de Barack Obama estava ligado à utilização das ferramentas de comunicação online alcançando novos padrões de interação e mobilização em campanhas eleitorais, pois o trabalho foi desde banners tradicionais em sites até jogos virtuais e redes sociais digitais⁴³. Um sistema de comunicação bem-organizado e conectado, que, segundo Gomes et al (2009), aumentou as chances eleitorais de Obama e levou as campanhas eleitorais online a outro patamar.

2.2.3 Campanhas eleitorais online no Brasil a partir de 2010

Numa pesquisa sobre as campanhas eleitorais, Gomes et al (2009) justificam que o estado da arte de campanhas online se deu pelas eleições estadunidenses, porque, no Brasil, a legislação era bem restritiva e o trabalho desempenhado no país estava distante dos recursos digitais já disponibilizados para a comunicação em rede, como o uso do YouTube e do MySpace. Segundo Aggio (2010), que compartilha do mesmo argumento, “as campanhas online brasileiras, até 2010, portanto, só podiam ser praticadas nos ambientes internos aos web sites oficiais dos candidatos e partidos, o que ajudou a contribuir para a pobreza de iniciativas” (2010, p.428).

⁴³ Chris Hughes, um dos fundadores do Facebook coordenou a campanha de Barack Obama.

Portanto, nota-se a presença da internet em campanhas eleitorais brasileiras a partir de 1996 quando Luiza Erundina (PT) e Celso Pitta (PPB) disputaram a prefeitura de São Paulo (FERNANDEZ, 2005; BRAGA; CARLOMAGNO, 2018), com o uso dos sites e blogs em 2006 (G1, 2006), mas considera-se que, a partir de 2010, a internet apresentou maior difusão no Brasil, tendo em vista o uso bem-sucedido das ferramentas digitais na campanha presidencial de Barack Obama e menor restrição da legislação eleitoral nos recursos digitais para além dos sites (AGGIO, 2010; BRAGA; CARLOMAGNO, 2018; MAIA, 2019).

No contexto global, outros fatores a serem considerados são o surgimento do Iphone em 2007, a popularização dos smartphones⁴⁴ e uso das redes digitais através deles. Isso porque antes do Iphone, na década de 1990, os telefones celulares representam comunicação com mobilidade, os “palmtops” que funcionavam como assistente pessoal, o bip que era um dispositivo que funcionava como alerta de agenda e comunicações rápidas e o primeiro telefone celular do mundo com acesso à internet foi o Nokia 7110 em 1999, em seguida, outras tecnologias foram agregadas, além de acesso ao e-mail, telas coloridas, câmera, leitores de MP3, dentre outros (QUEIROZ, 2018). O lançamento da Apple em 2007 revolucionou o mercado porque integrou num mesmo dispositivo, tecnologias diferentes (telefonia móvel, multitouch, bluetooth, fotografia, filmagem, armazenamento de dados em cartões de memória, etc.), com o IOS, sistema operacional considerado intuitivo e simples. Diante das inovações, a concorrência tenta se equilibrar no mercado e em 2008, baseado no sistema Linux⁴⁵, o primeiro sistema operacional Android é lançado. Em 2013, aparelhos com Android representavam 79,3% do mercado global enquanto os do sistema IOS, representavam 13,2% (QUEIROZ, 2018).

De acordo com a pesquisa de Braga e Carlomagno (2018), em 2012, o Twitter era a RSD preferida dos candidatos e, em 2014, o Facebook assumiu a posição, já o YouTube, considerado a maior plataforma de vídeos online, teve destaque em termos de interação e um dos fatores é que há candidatos “celebridades” que têm forte presença midiática ou audiovisual na rede, como Celso Russomanno, apresentador do programa Patrulha do Consumidor, TV Record, que foi candidato a prefeito de São Paulo, em 2016, pelo PRB (hoje Republicanos), cujo canal no YouTube tinha 8.658.827 de visualizações e mais de 29.500

⁴⁴ Em 1992, surgiu o primeiro smartphone, conciliando as tecnologias dos telefones celulares e dos PDA's: era o Simon Personal Communicator, da IBM (QUEIROZ, 2018, p.50). PDA: Assistente Pessoal Digital em inglês.

⁴⁵ Sistema operacional aberto e modificável.

inscritos no final da campanha em outubro daquele ano. Reis, Zanetti e Frizzera colocam que “o fenômeno das webcelebridades e dos influenciadores digitais deixou de ser um aspecto restrito ao campo do entretenimento e descolado da esfera política [...]” (2019, p.9).

Braga e Carlomagno (2018, p.30) afirmam que o uso do Twitter e do Facebook “foram um divisor de águas na história dos padrões de interação online entre elites políticas e cidadãos”, além de custos operacionais mais baixos do que na mídia tradicional, os recursos técnicos tornam possível a interação entre os usuários comuns e personalidades públicas, mesmo que, realizadas pelas assessorias. A mesma realidade pode ser aplicada para o Instagram e o WhatsApp, pois os candidatos podem falar através de seus apoiadores.

Os autores (2018) citam ainda que o Flickr⁴⁶ não chegou a ter uso significativo entre os candidatos e que o Instagram que tem quatro níveis de publicação (*feed*⁴⁷, *stories*⁴⁸, *reels*⁴⁹ e Instagram TV⁵⁰), o substituiu, passando a ter alguma frequência depois das eleições de 2014. De acordo com uma pesquisa de opinião do Instituto DataSenado (2019), quanto mais baixa a faixa etária, maior o percentual de entrevistados que disseram usar essa rede digital como fonte de informação.

Já o WhatsApp propagou-se nas eleições mais efetivamente a partir de 2016 e diferentemente das redes digitais citadas acima, tem difícil rastreamento porque ainda não disponibiliza métricas de interação, visualização e engajamento. Mas é em 2018 que o WhatsApp alcançou destaque nas eleições presidenciais no Brasil. O aplicativo gratuito de mensagens privadas de envio instantâneo oportuniza conversas individuais, em grupos ou envio de informações por lista de transmissão de até 256 pessoas com alta capacidade de viralização de qualquer informação como ocorre no Facebook, Twitter, YouTube e outras redes.

De todas as cinco redes digitais presentes em campanhas eleitorais apenas duas não fazem parte do conglomerado de Zuckerberg. “A empresa de Mark Zuckerberg tem no Brasil um dos seus cinco maiores mercados, com 127 milhões de usuários ativos no Facebook, 120 milhões

⁴⁶ Rede de gerenciamento e compartilhamento de fotografias, imagens e pinturas.

⁴⁷ Fluxo de conteúdo.

⁴⁸ Histórias em formatos de textos, fotos ou vídeos (até 15seg.) exibidos por 24 horas, como um slide show dinâmico, com ferramentas como inserção de músicas, filtros e caixa de perguntas.

⁴⁹ Traduzido como “carreteis” a ferramenta foi criada para concorrer com o TikTok e é usada para criar vídeos criativos de até 60 segundos usando áudios, efeitos como dublagens.

⁵⁰ Ferramenta que substituiu o IGTV para publicação de vídeos de até 60 minutos, tornando-se parte das publicações comuns do *feed*.

de usuários no Whatsapp e 50 milhões de usuários ativos por mês no Instagram” (REIS; ZANETTI; FRIZZERA, 2019, p.9).

O ano de 2018 foi o primeiro em que a legislação admitiu propaganda paga na internet “[...] com a edição da lei nº 13.488 de 06 de outubro de 2017, que alterou o art. 57-C da Lei das Eleições, permitindo a contratação de impulsionamento de conteúdos financiado pelos partidos políticos, coligações, candidatos e seus representantes [...]” (VITORINO, 2019, p.2). Além disso, Vitorino (2019) coloca que, atualmente, no Brasil, qualquer pessoa que queira colocar-se como candidato, pode iniciar o trabalho de comunicação na internet bem antes do período eleitoral, porque de acordo com o artigo 36-A, da lei nº 13.165, de 29 de setembro de 2015, não se configura como propaganda eleitoral antecipada, mencionar a pretensa candidatura, explicitando suas qualidades pessoais e atos nos meios de comunicação social, inclusive a internet, desde que não haja pedido de voto. (BRASIL, 2015). Acontece do mesmo modo, com o impulsionamento de conteúdo das redes digitais fora do período eleitoral que está previsto na lei 13.488, não havendo caracterização de campanha eleitoral, como o pedido explícito do voto, não se configura campanha antecipada.

Nota-se, portanto, que há um domínio crescente do uso das redes sociais digitais em relação aos sites nas campanhas eleitorais.

A força das plataformas de comunicação digitais e a proximidade de entretenimento e política podem ser verificadas nas últimas experiências eleitorais e, em especial, nas eleições de 2018, quando o uso intensivo da comunicação via internet, com todos os recursos que esta oferece no campo da inteligência artificial, e com todas as ressalvas que vêm sendo levantadas em relação à dimensão ética das disputas, o que envolve *fake news*, utilização de robôs para promover e produzir engajamento em discursos e visões de mundo que não correspondem às formas orgânicas (REIS;ZANETTI;FRIZZERA, 2019, p.9-10).

A internet, dessa forma, proporcionou a comunicação direta das campanhas e dos candidatos com os eleitores a qualquer momento, pois independente de um horário específico para a propaganda eleitoral, ampliou a visibilidade dos políticos, a produção e disseminação de informações, oportunizou novas formas de interação e mobilização, mas, por outro lado, também abriu um caminho para a produção de notícias falsas, campanha negativa e uso de robôs para interagir e multiplicar a informação, o que pode confundir e enganar o usuário.

2.3 BANCO DE DADOS (*BIG DATA*) E AS CAMPANHAS ELEITORAIS ONLINE

Como criaturas sociais, os seres humanos estabelecem relações e buscam por aprovação, reconhecimento e pertencimento. Nas redes digitais, cuja base é as relações humanas, isso é traduzido nas interações. “Cada curtida é uma carícia maternal em nosso ego” (EMPOLI, 2020, p.75). Na exposição da própria vida, em troca de conexões pessoais e profissionais, os usuários fornecem muitas informações sem se atentarem ou se importarem com as longas páginas de letras minúsculas das diretrizes das RSD que visam altos ganhos publicitários.

E o que esses sistemas têm a oferecer, são dados brutos de seus usuários. Segundo Empoli (2020), com a internet e as redes sociais, hábitos, preferências, opiniões e emoções são localizáveis e quantificáveis, os quais o usuário fornece espontaneamente através dos smartphones, tornando-se rastreável e mobilizável a qualquer momento. Essa matéria-prima, que é o pan-óptico digital, proporciona uma visão completa dos internos⁵¹ (HAN, 2020), servindo para empresas oferecerem produtos e serviços cada vez mais personalizados, também ficou disponível para políticos e governos chegarem aos cidadãos de forma nunca vista antes.

Essa tática de abordagem por meio do acesso aos dados pessoais levantou questões éticas por conta do envolvimento do Facebook com a Cambridge Analytica⁵² empresa que utilizou dados privados dos usuários do Facebook, unindo *big data*⁵³ e psicologia, para gerar conteúdo personalizado e manipulado com finalidades políticas e eleitorais, especialmente nas eleições estadunidenses de 2016. “A partir do big data é possível extrair não apenas o *psicograma*⁵⁴ *individual*, mas o *psicograma coletivo*, e quem sabe até o *psicograma do inconsciente*” (HAN, 2020, p.37).

⁵¹ Han (2020) coloca que o pan-óptico de Bethan, oferecia uma perspectiva dos internos, ou seja, os prisioneiros, sendo assim, havia pontos cegos em que seus desejos não seriam notados. No caso no pan-óptico digital, a visão é 360°, portanto não há ponto cego e os internos são todos os usuários de plataformas que funcionem como redes digitais ou aplicativos: Facebook, Instagram, YouTube, Waze, Google Maps, etc.

⁵² A empresa declarou falência e o debate legal e ético sobre como as informações privadas podem ser utilizadas por grandes empresas e governos para mais do que influenciar, manipular os cidadãos está aberto. Mark Zuckerberg, presidente-executivo do Facebook deu explicações à Câmara de Deputados nos Estados Unidos sobre o seu possível envolvimento e falhas na segurança. No período, as ações da rede social sofreram uma queda milionária, mas a rede permanece como uma das mais acessadas no mundo e a maior no Brasil. O caso gerou um documentário produzido pela Netflix em 2019, intitulado “Privacidade hackeada. A política de privacidade anterior permitia acesso irrestrito de dados e vigorou entre 2007 a 2014 e prática veio à tona em 2018 (VITORINO, 2019).

⁵³ Grande banco de dados que contém informações variadas.

⁵⁴ Características psicológicas que permitem analisar personalidades ou identificar perfis.

Essa potência de informações que é o *big data* já revelava sentimentos e preconceitos da sociedade por volta de 2008, quando os Estados Unidos elegeram o primeiro presidente negro norte-americano, Barack Obama, que tinha o slogan “*Yes, we can*” vislumbrando mudança e esperança, os dados do Google revelaram o comportamento real das pessoas: *first nigger president* (primeiro presidente crioulo) ultrapassou *first black president* (primeiro presidente negro) e a rede social racista *Stormfront* registrava o maior pico de inscrições da sua história, mostrando assim que problemas raciais não tinham sido superados (EMPOLI, 2020).

Os descontentes com o *establishment*⁵⁵, não só nos Estados Unidos, se reorganizaram nas estruturas invisíveis das redes. A literatura pesquisada mostrou que o primeiro partido inteiramente fundado na coleta de dados dos eleitores, buscando suas insatisfações e demandas, independente de base ideológica, foi o Movimento 5 Estrelas, na Itália. Logo se percebe que essa é a forma de ascensão do novo populismo ou do tecnopopulismo⁵⁶. Se por volta de 1960 as manifestações visavam atingir a moral comum e quebrar uma sociedade conservadora, hoje os nacional-populistas atingem em sentido oposto, quebrando os códigos das esquerdas e do estabelecido como politicamente correto (EMPOLI, 2020).

Na internet, a memória não se perde e o acúmulo de dados capta todo tipo de comportamento. “Os *big data* sugerem um conhecimento absoluto. Tudo é mensurável e quantificável” (HAN, 2020, p.93), mas, para coletar e traduzir essas informações criando mensagens políticas é preciso ter um conhecimento especialmente técnico. Esse trabalho engenhoso que circula invisível, mas com impacto escancarado, deve seu protagonismo aos *spin doctors*, aos ideólogos e profissionais de *big data*. A estratégia de comunicação política parece contar menos com o trabalho de comunicadores ou consultores/marqueteiros políticos e mais com os cientistas de dados (EMPOLI, 2020).

O discurso toma formas diferentes para transmitir a mesma mensagem, adequando-se aos distintos públicos-alvo⁵⁷: jovens, empresários, dentre outros, buscando uma centralidade, uma

⁵⁵ Refere-se à ordem ideológica, econômica e política em vigor numa sociedade.

⁵⁶ No Brasil, o que há de mais atual de tecnopopulismo em campanhas eleitorais é a estratégia de Jair Bolsonaro em 2018 que mobilizou humanos e robôs nas redes digitais e empresas de marketing digital para propagar sua mensagem (REIS, ZANETTI, FRIZZERA, 2019).

⁵⁷ Parcela da sociedade ou grupo ou segmento de mercado com os mesmos interesses ou semelhantes e informações demográficas para qual se direciona ações de comunicação e marketing.

unificação. Depois do *big data* e do *data mining*, a mensagem é customizada para nichos⁵⁸, buscando evidenciar os extremos.

“Se, no passado, o jogo político consistia em divulgar uma mensagem que unificava, hoje se trata de desunir da maneira mais explosiva. Para conquistar uma maioria, não se deve mais vergir para o centro, mas adicionar os extremos (EMPOLI, 2020, p.163)”.

Um dos grandes problemas atuais é que a comunicação criada assim fundamenta-se em manipulação através da pós-verdade e das *fake news* que têm como base emoções negativas, crenças e mentiras.

2.3.1 O cenário da pós-verdade e das *fake news*

A pós-verdade é a construção discursiva que supervaloriza as emoções e as crenças, independente de questões morais e em detrimento de argumentos científicos comprovados. O Dicionário Britânico Oxford, em 2016, escolheu pós-verdade como a palavra do ano, embora tenha aparecido nos anos de 1990 (D’ANCONA, 2018; FONTANA, 2021; MARQUES, 2021). De acordo com o Dicionário online da Real Academia Espanhola (RAE), em Arnoux (2021, p.197), pós-verdade é a “Distorção deliberada de uma realidade, que manipula crenças e emoções com o objetivo de influenciar a opinião pública e as atitudes sociais”.

Courtine (2020) coloca que essas emoções são acionadas a partir das *deep stories*⁵⁹ (histórias profundas): fluxos discursivos que organizam ansiedades espalhadas e medos residuais ocultos na espera de um movimento ou forças que os despertem, transformando-os em raiva para a ação política. Essas ansiedades e medos residuais são provenientes de fatos sociais, políticos e econômicos que afetaram a sociedade e os indivíduos como na América da Guerra Fria que desencadeou o medo e a caça aos comunistas e as inquietudes alemãs que alimentaram o nazismo e o ódio às minorias, especialmente, os judeus (COURTINE, 2020). As razões dessas ansiedades também podem ser “[...] a desregulamentação capitalista, a corrida por lucros, as transformações tecnológicas, a aceleração da vida social, e a desintegração das estruturas tradicionais” (COURTINE, 2020, p.436). Empoli coloca muito claramente causas reais por trás da raiva pública.

⁵⁸ Recorte de um mercado ou um grupo menor dentro de um setor com necessidades e interesses mais específicos.

⁵⁹ A socióloga Arlie Russell Hochschild usou o termo para explicar a crescente tendência da direita na política americana. A pesquisadora estabeleceu-se durante cinco anos em Louisiana, terceiro estado dos EUA no ranking de pobreza e de maioria branca para desenvolver a pesquisa.

Os eleitores punem as forças políticas tradicionais e voltam suas bandeiras para líderes e movimentos cada vez mais extremistas. Sentem-se ameaçados pela perspectiva de uma sociedade multiétnica. E, no conjunto, castigados pelos processos de inovação e mundialização que as elites lhes vêm empurrando goela abaixo, em doses cavalares, ao longo do último quarto de século (EMPOLI, 2020, p.73).

Tanto pós-verdade quanto *fake news* ganharam destaque no mesmo período com o Brexit⁶⁰ e a oratória de Donald Trump, ainda como candidato a presidente dos Estados Unidos, em 2016. Trump denominou de *fake news* informações da mídia que não eram favoráveis à sua candidatura (D'ANCONA, 2018; MARINONI et al, 2019; GOMES; DOURADO, 2019; SARGENTINI; CARVALHO, 2021) mesmo que ele tenha dado informações inverídicas e sem a real preocupação em corrigi-las, valendo assim, mais o seu discurso do que a realidade dos fatos, como apresentado em D'ancona (2018).

A tarefa de distinguir pós-verdade de *fake news* é complexa, porque em ambas, uma afirmação ou notícia é mentirosa, e sua propagação ocorre por quem realmente acredita ser verdade e também por quem tem consciência que a tal afirmação ou notícia não é verdadeira. Isso acontece porque vai ao encontro de dogmas e emoções, como para quem acredita, ainda nos dias atuais, que a Terra é plana ou que existe supremacia racial, independente de quantas comprovações científicas forem apresentadas. As *fake news* tentam parecer verdade, têm proliferação rápida e escalar que dificulta sua comprovação e não se localiza facilmente a autoria. Na pós-verdade, o locutor é uma autoridade, não se busca mimetizar a verdade jornalística, nem sempre sua propagação se dá de forma explícita e escalar, e nem tem, necessariamente, o aspecto de proliferação rápida. Compreende-se, nesse sentido, que a pós-verdade é um momento histórico em que as *fake news* encontram terreno fértil.

Mentiras, boatos e teorias falsas são um fenômeno antigo, mas, nos dias atuais, a maneira com que essas falsidades são criadas e propagadas por meio das redes sociais digitais, aplicativos de mensagens, sites e blogs, faz a diferença, pela velocidade e alcance do conteúdo. Para D'Ancona (p.53, 2018), “de fato, nunca houve um modo mais rápido e mais poderoso de espalhar uma mentira do que postá-la online”. Um dos problemas ainda causados pelas *fake news* é que depois de propagadas e incrustadas na mente das pessoas, mesmo que desmentido o fato criado persevera.

Contra a notícia falsa, o desmentido, em geral, é destituído de força, visto ser muito difícil desmentir sem parecer defender-se “como acusado”, e acontece que, quanto

⁶⁰ Bristain exit – saída do Reino Unido da União Europeia.

mais grosseira a falsidade da notícia, maior o seu efeito e mais difícil se torna retificá-la, porquanto o público procede naturalmente ao seguinte raciocínio: “não teriam ousado afirmar semelhante coisa se dela não estivessem seguros” [...] a mais descarada mentira sempre deixa traços, embora reduzida a nada. (DOMENACH, 1955, p.38).

De acordo com Gomes e Dourado (2019), as *fake news*, além de seus objetivos políticos e eleitorais, têm algumas características que dificultam o discernimento, pois o boato não precisa ser completamente inventado. Podem-se utilizar fatos distorcidos, exagerados ou suprimidos ou qualquer outro tipo de alteração que afete a realidade dos acontecimentos. As histórias são produzidas de forma que se assemelhem ao conteúdo jornalístico profissional para gerar alguma legitimidade e credibilidade, dificultando a identificação daquele conteúdo como enganoso. E o teor político associado à *fake news* produzida, mobiliza sentimentos e impulsiona o engajamento. De acordo Gomes e Dourado (2019), a produção e disseminação nas redes sociais digitais são feitas por pessoas que têm interesse no efeito que esse conteúdo poderia causar, “[...] é preciso prestar atenção aos atores políticos (figuras ou instituições públicas abordadas), à temática (classificação da história por assunto) e ao viés adotado (uso de termos e expressões apelativas que acionam sentimentos extremistas e radicais) (2019, p.38).

2.3.2 Campanhas eleitorais online e argumentos emocionais

Retomando o primeiro capítulo dessa dissertação, não há nada de errado em se investir em estratégias emocionais no discurso, pelo contrário, as regras aristotélicas *logos* (razão), *ethos* (caráter) e *pathos* (paixão) em associação moldam o discurso para o convencimento e a persuasão. O alerta que diversos autores trazem é que o uso abusivo, indiscriminado das emoções somadas a falsidades nas estratégias do discurso político em campanha eleitoral ou na gestão fortalecem políticos que em nada estão preocupados com questões coletivas.

É preciso ter equilíbrio e limite no recurso às emoções, já que a subjetividade dos indivíduos pode ser acionada a partir delas, e nem sempre o que se desperta ou se traz à tona são adequadas para uma sociedade democrática e plural. Portanto, um discurso, investido de premissas não lógicas (*logos*), precisa ter limites, pois de acordo com Arnoux (2021, p.190) “no que concerne às emoções, reconhece-se sua intervenção na persuasão, mas, a fim de não perturbar o desdobramento do raciocínio, que é o mais fundamental, elas devem ser disciplinadas e reguladas”. O discurso investido somente de emoção é manipulação.

3 ANÁLISE DO DISCURSO POLÍTICO DE RENATO CASAGRANDE

Neste capítulo, os resultados da pesquisa empírica realizada são apresentados, bem como pontuações sobre os aspectos metodológicos dessa parte do processo de pesquisa. Antes de passar para a análise discursiva de Renato Casagrande nas postagens com mais engajamento dos períodos eleitoral e governamental e as análises das interações gerais dos usuários, é interessante registrar de forma sucinta um pouco da política capixaba bem como a caminhada de Renato Casagrande na vida política entre 1990 a 2019, especialmente os desafios na gestão governamental do primeiro e parte do segundo mandatos.

3.1 RENATO CASAGRANDE E A POLÍTICA CAPIXABA: DE 1990 A 2019

José Renato Casagrande (61) é natural de Castelo, no Sul do Espírito Santo, e filho de Augusto Casagrande e Anna Venturim Casagrande. Casou-se com Maria Virgínia com quem teve dois filhos, Milla e Victor Casagrande. O interesse pela política parece surgir desde jovem, quando cursou Engenharia Florestal pela Universidade Federal de Viçosa (UFV), em Minas Gerais e começou a participar do movimento estudantil, entre os anos de 1979 e 1983. Dois anos mais tarde, inicia os estudos na Faculdade de Direito de Cachoeiro de Itapemirim. E sem seguida, torna-se presidente da Associação Acadêmico Castelense (AAC). Desde o início do interesse político, Casagrande caminha pela vertente da esquerda, tendo se filiado ao Partido Comunista do Brasil (PC do B) em 1980.

Com a extinção dos partidos políticos pelo Ato Institucional nº2, da Ditadura Militar, todos os políticos que não eram favoráveis a esse sistema, encontraram abrigo no Movimento Democrático Brasileiro (MDB)⁶¹ que, num sistema bipartidário, fazia frente à Aliança Renovadora Nacional (Arena), apoiadora do governo. Com a redemocratização e a volta do pluripartidarismo surgiram outras siglas para abarcar grupos com linhas ideológicas mais semelhantes, mas no início desse processo, o PMDB era o mais natural dos partidos para vencer o Partido Democrático Social (PDS), antiga Arena, tendo em vista seu crescimento durante os anos de chumbo. Assim, todos os governadores capixabas a partir dos anos de 1980, passaram pelo MDB ou seu sucessor, o PMDB, como é o caso de Renato Casagrande, filiado em 1982. Depois de cinco anos, migrou para o PSB.

⁶¹ O MDB ficou conhecido como partido ônibus justamente por receber todos os políticos de linhas ideológicas distintas, mas que eram favoráveis a um sistema democrático.

Já na década de 1980, Casagrande adquiria experiência no Executivo como secretário de Obras do município de Castelo (1984-1987) e, em seguida, disputa e vence o pleito para deputado estadual⁶². Enquanto ele assumia seu primeiro mandato político, em 1991, Albuíno Azeredo⁶³ tornava-se governador do Espírito Santo, pela mesma coligação: PDT, PSB, PCdoB e PTB. Albuíno sucedeu o ex-governador Max Mauro (PMDB), gestão na qual foi secretário estadual de Planejamento e Transportes. Filiado ao Partido Democrático Trabalhista (PDT), venceu as eleições no segundo turno contra José Inácio Ferreira, do Partido Social Trabalhista (PST), resultado nunca imaginado porque nas pesquisas iniciais Albuíno aparecia com inexpressivos 2% de preferência do eleitorado (MACEDO, 2010). Diferente de seus antecessores, Albuíno veio de origem humilde, trabalhando desde menino para ajudar no sustento da família, que não tinha o alicerce paterno. Recorrendo a bolsas de estudo, tornou-se engenheiro e um profissional reconhecido. Albuíno conquistou a marca de ser o primeiro governador negro e de origem humilde a comandar o Espírito Santo. Depois dele, somente 28 anos mais tarde, quando uma mulher negra, a ~~atual~~ vice-governadora de Renato Casagrande, Jacqueline Moraes, assumiu interinamente a gestão do executivo estadual.

Terminado o mandato de deputado estadual, Casagrande atua como vice-governador de Vitor Buaiz, médico e ex-prefeito de Vitória, que, em 1995, tornou-se o primeiro governador eleito pelo Partido dos Trabalhadores (PT)⁶⁴. Naquele período, o Espírito Santo estava endividado e os servidores com salários atrasados, acarretando muitas greves, por isso, Vitor Buaiz instituiu o Programa de Desestatização, Reestruturação e Ajuste no Estado, que visava diminuir a dívida pública, os quadros da administração pública, bem como a folha de pagamentos e a promover investimentos para estimular a concorrência; medidas não apoiadas por parte do PT, que considerou tais ações como neoliberais (SCHERER, 2005). As discordâncias internas começaram ainda durante o mandato de prefeito e depois de muitos embates, Vitor Buaiz decidiu desfiliar-se do PT, no penúltimo ano de seu mandato. Não se candidatou a reeleição e apoiou como candidato ao governo, assim como o próprio PT, o vice-governador Renato Casagrande. Este acumulou o cargo de vice-governador com o de secretário estadual de Agricultura na gestão de Vitor (1995–1998) e galgou alguns degraus na executiva estadual do PSB a partir de 1997. Embora Casagrande não tenha vencido a disputa,

⁶² Em 1988, esteve como vice-prefeito do candidato a prefeito Carlim Schettino, na chapa PSB, PMDB e PT, na disputa eleitoral do município de Castelo.

⁶³ Albuíno Azeredo faleceu em 2018, aos 75 anos, em decorrência de uma pneumonia.

⁶⁴ Cristovam Buarque também foi eleito Governador do Distrito Federal.

o momento foi oportuno para obter mais dimensão política e começar a se fortalecer como uma das principais lideranças do Espírito Santo.

Quem ganhou o pleito no ES, em 1999, foi o advogado José Ignácio Ferreira, candidato pelo Partido da Social Democracia Brasileira (PSDB), sigla que ajudou a fundar, mas terminou o mandato no Partido Trabalhista Nacional (PTN). Apesar de ter atuação política como deputado estadual (1967–1969) e senador por dois mandatos (1983–1991 e 1995–1998), enquanto governador ficou muito desgastado, tendo sido condenado por corrupção, sonegação de impostos, enriquecimento ilícito e outros crimes, recebendo penas de multa e prisão. Depois, não exerceu mais cargos eletivos. A crise pela qual o Espírito Santo passava não se limitou no Executivo. Escândalos de lavagem de dinheiro, compra de votos, envolvimento com o jogo do bicho e com o narcotráfico marcaram a vida política de José Carlos Gratz, ex-deputado estadual por três mandatos, (1991–2003), pelo Partido da Frente Liberal (PFL, hoje DEM) e presidente da Assembleia Legislativa (Ales). Ele teve seu mandato cassado, foi preso em 2003, condenado a mais de dez anos. Até hoje segue inelegível (STJ, 2021).

Naquele período, Casagrande não se distancia da política, mas volta a atuar no Executivo como secretário de Meio Ambiente do município da Serra (1999–2001) e também se torna membro do Conselho Estadual de Meio Ambiente (Consema). Já em 2002, volta a disputar a eleição, assumindo como deputado federal em 2003, em seguida se destaca no PSB nacional ao tornar-se vice-líder do partido e no ano seguinte, assume a liderança da sigla na Câmara. Dentre as ações como deputado federal destacam-se o Projeto de Decreto Legislativo (PDC) nº 1109/2004, que foi aprovado em 19 de janeiro de 2006, que revoga o pagamento de adicional em sessões extraordinárias (jetom⁶⁵) para parlamentares que antes chegavam a receber 19 remunerações anuais. Casagrande, com outros deputados, participou da Comissão Parlamentar de Inquérito para investigar organizações criminosas e tráfico de armas (CPI do tráfico de armas).

Enquanto Renato Casagrande atuava em Brasília, seu correligionário à época, o economista Paulo César Hartung Gomes assumiu o governo do Espírito Santo, depois de um cenário capixaba de caos devido aos escândalos protagonizados por Ferreira e Gratz, que deu lugar para um momento mais esperançoso de recuperação e crescimento. Hartung, com já

⁶⁵ Vem do francês jeton e refere-se a pagamento em participação de sessões e comissões extraordinárias.

consolidada experiência na vida pública por ter sido deputado estadual (1983–1991) e federal (1991–1992), prefeito da capital (1993–1997) e senador (1999–2002), assume seu primeiro mandato como governador em 2003, período de crescimento econômico e social, com Luiz Inácio Lula da Silva como presidente do Brasil. O governo de Hartung tinha mais de 80% de aprovação, o que lhe garantiu uma reeleição confortável em 2007, estabelecido com a marca de gestão eficiente e de equilíbrio fiscal.

Foi no período em que Hartung governava o ES pela segunda vez que Casagrande assumia como senador da República, depois de uma vitória com mais de um milhão de votos (1.031,487). Neste mandato, foi vice-presidente da CPI do Apagão Aéreo, que buscava investigar desastres aéreos como o do avião da TAM A320 e apurar responsabilidades e problemas no sistema aéreo brasileiro. Casagrande ainda foi relator da Comissão de Ética e Decoro Parlamentar, a qual tinha o objetivo de investigar quebra de decoro parlamentar do senador Renan Calheiros (MDB), tendo apresentado parecer favorável à cassação do mandato, que, entretanto, não foi aprovado pelo plenário. Casagrande também foi relator⁶⁶ na Comissão de Constituição, Justiça e Cidadania (CCJ) que debateu sobre a reforma do Código Processual Penal (CPP) com objetivo de tornar os trâmites de processos penais mais céleres, dentre outras medidas e relator da Comissão Mista Permanente de Mudanças Climáticas (CMMC).

O mandato no Senado Federal foi interrompido em 2010, depois de completado quatro anos, para disputar o comando do Espírito Santo, com o apoio do ex-governador Paulo Hartung (na época do PMDB), uma vitória segura, com mais de 80% dos votos (1.502,070). O discurso era de continuidade do governo PH e, também, de aprimoramento.

Na época, esperava-se que Paulo Hartung deixasse o governo para disputar uma vaga no Senado, e Ricardo Ferraço seu vice era o favorito para disputar as eleições ao governo do ES. Mas, uma composição de alianças políticas em âmbito federal também se replicou em âmbito regional. Assim, Hartung decidiu não disputar a eleição e permanecer no governo e expressou seu apoio à candidatura de Renato Casagrande para governador e de Ricardo Ferraço para o Senado (SANTOS, 2010).

⁶⁶ O relatório foi aprovado no Senado, mas está tramitando na Câmara e teve ainda outras discussões com possibilidade de aprovação ainda em 2021 (SESTREM, 2021).

A aliança entre Paulo Hartung e Renato Casagrande, que, claramente, desagradou o primeiro, acabou por ser desfeita durante a gestão do segundo, e os dois se tornaram adversários nas eleições de 2014. No início daquele ano, Hartung entregou uma carta ao PMDB colocando seu nome à disposição do partido para disputar as eleições para o cargo de governador e teria colocado um ponto final na divisão que havia na sigla entre apoiar Casagrande para reeleição e defender a candidatura própria (FOLHA VITÓRIA, 2014). Com 53,44% dos votos, Hartung foi eleito pela coligação PMDB, PSDB, DEM, SD, PEN, PROS e PRP e assumiu o Governo do Estado pela terceira vez. Na campanha de 2014, tentou construir uma imagem mais leve e próxima da população somada à marca da gestão econômica, o que se pode notar pelo mote e o refrão do *jingle* de campanha “*Abrace o Paulo, abrace o 15, vamos que essa é a hora, o futuro é agora [abrace o Espírito Santo. O futuro é agora]*”. Do lado contrário e nos bastidores de sua aprovação popular nos mandatos, Paulo Hartung ficou conhecido como “imperador”, devido à sua maneira de governar, que pode ser somada à gestão da segurança pública⁶⁷.

No período em que esteve fora do comando do Espírito Santo, Renato Casagrande assumiu a presidência da Fundação João Mangabeira (FJM), controlada pelo PSB, e buscou permanecer ativo na política. Em março de 2018, Casagrande anunciou sua pré-candidatura ao governo, e mesmo que naquele momento Hartung não tivesse afirmado seu desejo de reeleição, já recebia o apoio de aliados (G1, 2018). O fato é que Paulo Hartung anunciou que não seria candidato em 09 de julho de 2018, abrindo novas possibilidades de alianças e surgimento de outras candidaturas. Sem a presença de Hartung como candidato, Casagrande se elegeu e retornou ao Governo do Estado com mais de 55% dos votos (1.072.224 votos).

Embora Hartung e Casagrande como adversários políticos tenham travado embates intensos em 2014, mantêm-se, até o momento, numa relação agonística⁶⁸ (MOUFFE, 2015), porque não atuaram em posições extremas visando à aniquilação. Como se pôde observar, Paulo Hartung e Renato Casagrande faziam parte do mesmo ente político e, mesmo depois do rompimento, continuam prezando pela democracia. Paulo Hartung, porém, se aproxima mais

⁶⁷ Superlotação dos presídios capixabas e condições degradantes e cenas brutais de violência (masmorras capixabas), um problema antigo, mas que organizações dos Direitos Humanos não conseguiam providências do Governo daquele período e veio à tona com denúncias à Organização das Nações Unidas (ONU) e a greve da Polícia Militar (PMES) em 2017, por reajuste salarial e condições de trabalho, o que resultou em 21 dias sem patrulhamento, assassinatos, assaltos e arrombamentos pelo ES. Paulo Hartung dizia estar aberto ao diálogo, mas frisava que o movimento era inconstitucional, haja vista a proibição prevista desde a CF/88 em que nenhuma força policial, embora trabalhadora, possa fazer greve.

⁶⁸ Conceito apresentado no primeiro capítulo, item: Política e Relações do Político.

do campo neoliberal enquanto Casagrande, embora tente se aproximar da direita em alguns momentos em busca de alianças, permanece progressista. O comando do ES tem permanecido nas mãos desses dois grupos políticos, com Paulo Hartung e Renato Casagrande se intercalando na chefia de Estado desde 2003.

3.1.1 Principais programas e desafios de Renato Casagrande na gestão do Espírito Santo

No comando do Espírito Santo, alguns programas estão presentes nas duas gestões de Casagrande, como o *Estado Presente em Defesa da Vida*, que visa ao controle da criminalidade e prevenção da violência, ampliando serviços básicos e promoção da cidadania, com programas destinados ao ingresso do mercado de trabalho.

Renato Casagrande já no primeiro mandato de governador precisou lidar com os protestos estudantis contra o aumento da passagem do transporte público, em 2011 e 2012, advindos do Movimento Passe Livre (MPL), em São Paulo. Foi um período turbulento que gerou caos na cidade de Vitória com obstrução de vias, *roletaço*⁶⁹, ônibus incendiados e confrontos entre a polícia e os manifestantes, nos quais o Batalhão de Missões Especiais (BME) utilizou bombas de gás lacrimogênio e balas de borracha para dispersá-los.

A Polícia Militar também reagiu ao que Casagrande entendeu como ataque de infiltrados nas manifestações pacíficas de 2013, nas quais se registrou a depredação de vários equipamentos e bens públicos e privados, em especial na capital do estado. O ano de 2013 foi marcado por uma onda de protestos em todo o Brasil com reivindicações das mais distintas, não era só por 0,20 centavos ou pelo fim do pedágio na Terceira Ponte, não havia liderança tradicional partidária ou ideológica que falasse naquele período de crise política. “Às vezes, concorrentes e no mesmo metro quadrado por mais médicos e contra Mais Médicos, a favor e contra o aborto, a favor e contra a maconha” (VALFRÉ, 2018, acesso em 06 jul. 2021). Superados os momentos tensos dos protestos em 2011, 2012 e 2013, a partir dos quais o governo adotou ações favoráveis a algumas reivindicações como a prorrogação do aumento da passagem, a suspensão do pedágio da Terceira Ponte (mesmo que temporária) e o período eleitoral que se aproximava, Renato Casagrande precisou lidar com as consequências das fortes chuvas no

⁶⁹ Fazer uso do transporte público sem pagar a tarifa.

Espírito Santo no final de 2013, que deixou inúmeros desabrigados e prejuízos para a economia.

Os governos de Casagrande têm sido marcados ainda por desastres naturais. Durante o primeiro mandato (2011-2014), o governador enfrentou a maior enchente registrada na história do Espírito Santo. Além das mortes, destruição de comércio, estradas e pontes, mais de 45 mil pessoas tiveram que deixar suas casas. Medidas foram tomadas, dentre elas, a liberação de R\$152 milhões do governo federal para obras de recuperação e o Cartão Reconstrução do governo estadual, que ofereceu R\$2.500,00 para compra de utensílios domésticos, móveis e materiais de construção (SÉCULO DIÁRIO, 2013). Em 2020, no segundo mandato como governador, Renato Casagrande, enfrentou mais uma vez desastres ocasionados pelas chuvas entre janeiro e fevereiro e que embora não superassem as perdas de 2013, atingiram fortemente o sul do Espírito Santo, destruindo casas, comércio e construções. Um verdadeiro cenário de destruição se registrou no município de Iconha (G1, 2020). Para recuperação de moradores e comerciantes, medidas como acesso ao cartão reconstrução, limpeza e desobstrução de vias, convênios para reconstrução das cidades foram firmados entre os governos federal, estadual e municipal.

Em meio ao trabalho para resolver essa crise estadual, o mundo começava a se voltar com mais preocupação para o início de uma pandemia. O primeiro caso do novo coronavírus (Sars-Cov-2) no Espírito Santo foi confirmado em 05 de março de 2020 pela Secretaria Estadual de Saúde (SESA), mas, segundo o site do Governo do Estado (2020, acesso em 17 jul. 2020), “desde o início dos primeiros casos de covid-19 na China, o Espírito Santo elaborou um plano de contingência para evitar a circulação do vírus no Estado [...]”. Casagrande foi muito criticado por adotar medidas mais restritivas desde o início da pandemia no ES e pelo posicionamento contrário às medidas de enfrentamento à pandemia pelo governo federal, o que foi somado ao clima de polarização política já inflamada no país desde o final da eleição de 2018.

No início do segundo mandato, em 2019, o governador posicionou-se contrário ao decreto do presidente Jair Bolsonaro sobre a flexibilização do porte de armas no Brasil, pois segundo ele, podia potencializar a violência. Casagrande foi o único governador da região sudeste a assinar a carta contra o decreto das armas, com governadores do Norte, Nordeste e do Distrito Federal (NUNES, 2019).

Casagrande acumula mais de 35 anos na vida pública. Os valores familiares, a experiência adquirida e a preocupação com o desenvolvimento econômico e social compuseram a formação do seu *ethos* (CHARAUDEAU, 2006) que o investiu de autoridade para, na cena do poder, caminhar entre o palco e o bastidor.

3.2 ANÁLISES: 511 POSTAGENS COLETADAS NA PÁGINA OFICIAL DE RENATO CASAGRANDE NO FACEBOOK

Como colocado na introdução, a coleta dos dados foi realizada entre os meses de março e julho de 2019, por meio do Netvizz. Os dados brutos baixados por esse aplicativo ficam organizados automaticamente numa pasta compactada em arquivo de extensão “*tab*”, que depois do download foi aberto e salvo em planilhas distintas de Excel. Para a análise das postagens de Renato Casagrande em cada período – eleitoral e governamental – foi utilizada uma planilha completa que contém as postagens com data, hora, id, tipo, texto, links e os dados estatísticos de todas as respectivas interações do período selecionado (engajamento, curtidas, reações, comentários e compartilhamentos). Esta mesma planilha serviu de base para analisar as interações gerais dos usuários. Como exemplo, a Figura 1 é um print do começo da planilha completa⁷⁰ do período governamental com os títulos que informam o que são os dados⁷¹.

Figura 1 – Print da planilha com dados baixados pelo Netvizz

	A	D	E	J	M	N	O	P	Q	V	W	X	Y	Z	
1	type	post_link	post_message	post_publish	likes	comments	reactions	shares_count	fb	engagem	rea_LOVE	rea_WOW	rea_HAHA	rea_SAD	rea_ANGR
2	photo	https://ww	Estamos em Conceição da Barra prestigiando a maior moqueca do mundo com a presença	2019-06-29T1	995	100	1061	107	1268	35	29	1	0	1	
3	photo	https://ww	Estamos hoje em Mucurici autorizando o início das obras do Calçamento Rural nas comur	2019-06-29T1	426	68	449	23	540	19	1	3	0	0	
4	photo	https://ww	Juntamente com lideranças de Vila Velha Cariacica e região assinamos agora a Ordem	2019-06-28T1	301	38	304	18	360	3	0	0	0	0	
5	vídeo	https://ww	Para fortalecer o trabalho realizado pelos inspetores penitenciários entregamos hoje	30 / 2019-06-28T1	438	132	472	33	637	29	2	0	2	1	
6	photo	https://ww	Reunimos hoje com Associação Empresarial de Cariacica para debatermos sobre o atual r	2019-06-28T1	212	56	220	12	288	4	4	0	0	0	
7	photo	https://ww	Renato Casagrande updated their cover photo.	2019-06-27T1	156	20	163	7	190	7	0	0	0	0	
8	photo	https://ww	O Palácio ficou cheio de alegria hoje com a presença das comunidades na comemoração	2019-06-26T2	224	27	230	15	272	6	0	0	0	0	
9	vídeo	https://ww	Seguimos reestruturando o Sistema Transcol e acabamos de apresentar os 20 primeiros	2019-06-26T1	570	276	624	41	941	46	2	3	0	3	
10	photo	https://ww	Estamos na localidade de Pacotuba Cachoeira de Itapemirim na Fazenda Experimental	2019-06-26T1	340	47	350	23	420	8	1	0	0	1	
11	photo	https://ww	Acabamos de dar posse aos novos membros do Conselho Estadual de Ética Pública do Est	2019-06-25T2	167	16	169	3	188	2	0	0	0	0	
12	vídeo	https://ww	Nossa manhã começou com a apresentação de ações integradas com foco na proteção	à v 2019-06-25T1	318	128	338	20	486	15	3	0	0	2	
13	photo	https://ww	Demos hoje mais um passo para a reestruturação da Segurança Pública com a entrega	de 2019-06-24T1	1027	415	1080	66	1561	36	5	11	0	1	
14	vídeo	https://ww	Renato Casagrande was live. [mobilidade;inovação - Transcol]	2019-06-24T1	735	290	784	56	1130	39	2	5	0	3	
15	photo	https://ww	Um fim de semana esticado com festa de Corpus Christ em Castelo Parajú e em muitos	mi 2019-06-23T1	602	72	636	15	723	34	0	0	0	0	
16	photo	https://ww	Bom dia amigos! Ontem o dia foi de muita fé e devoção em Castelo na tradicional Festa	d 2019-06-21T1	276	34	284	16	334	6	2	0	0	0	
17	photo	https://ww	Que manhã especial amigos! Aproveitei a folga do feriado para visitar Castelo minha	qu 2019-06-20T1	687	72	713	34	819	23	2	1	0	0	
18	vídeo	https://ww	Para garantir mais assistência e qualidade na oferta dos serviços públicos de saúde	lanç 2019-06-19T2	304	137	334	24	495	26	0	1	0	3	
19	photo	https://ww	Com o objetivo de capacitar estimular e ampliar os ambientes de negócios dos empre	endi 2019-06-19T1	253	43	260	24	327	7	0	0	0	0	
20	photo	https://ww	Com o objetivo de discutir sobre os investimentos nos primeiros anos de vida das	nossas 2019-06-18T1	258	53	274	13	340	16	0	0	0	0	
21	vídeo	https://ww	Pensando nas futuras gerações sancionamos hoje a lei que cria o Fundo Soberano	que ve 2019-06-17T1	525	322	576	91	989	41	0	1	0	9	
22	photo	https://ww	Bom dia amigos. Compartilho com vocês o editorial do jornal O Globo e o artigo	publicad 2019-06-14T1	194	105	205	24	334	5	0	0	0	6	

Fonte: Elaborado pela autora

⁷⁰ Existem outras colunas que trazem mais informações como links da imagem, mas para facilitar a visualização, elas estão ocultadas.

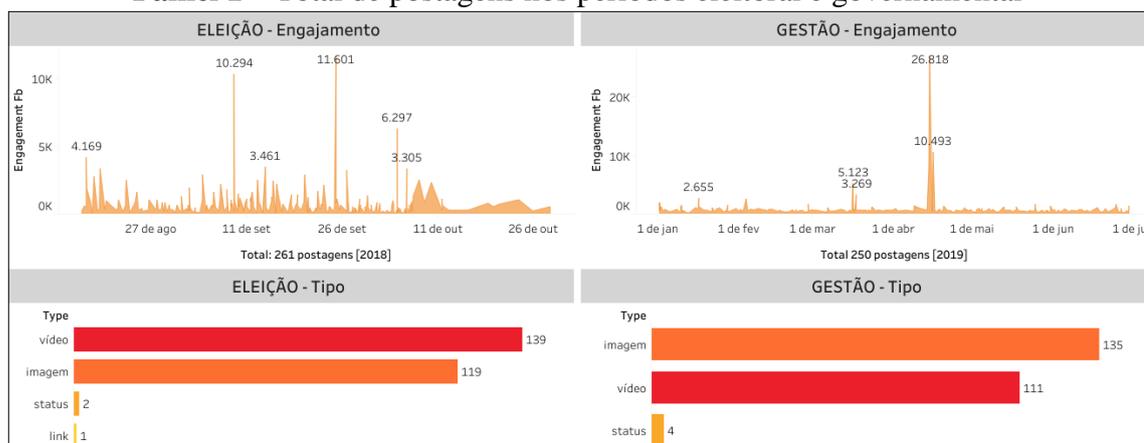
⁷¹ O Netvizz gera os títulos em inglês.

As planilhas dos períodos eleitoral e governamental foram carregadas dentro da ferramenta Tableau Public⁷² para facilitar o manuseio e visualização das informações antes de definir a seleção das postagens. Conforme Painel 1 abaixo, na página oficial de Renato Casagrande no Facebook, foram coletadas 511 postagens, sendo que entre 16 de agosto a 28 de outubro de 2018, que corresponde aos dois turnos do período eleitoral, há 261 postagens. Considerando os 72 dias⁷³ de campanha, a média de postagens por dia é de 3,62. Já entre 01 de janeiro a 30 de junho de 2019, que corresponde aos seis primeiros meses do período governamental, há 250 postagens. Foram 181 dias, com média de postagens de 1,38. Sendo assim, quando assumiu o mandato, Casagrande produziu menos da metade do conteúdo criado no período eleitoral. A diferença pode ser explicada porque na eleição, o prazo é curto e a divulgação precisa ter mais frequência para atingir mais pessoas e massificar a mensagem, tendo em vista que há uma disputa pela vitória nas urnas.

Os conteúdos baixados pelo Netvizz são de quatro tipos: vídeos que são produções audiovisuais ao vivo (*live*) ou gravadas; imagens (cards que seguem um padrão particular de identidade visual e fotos); os links (endereço de redirecionamento para uma página fora do Facebook) e o status que é quando o emissor, no caso, Renato Casagrande ou sua assessoria, escreve um texto-legenda sem links, fotos ou vídeos. Os três primeiros tipos descritos podem ou não estar acompanhados de texto-legenda. Durante todo o período eleitoral coletado prevaleceram os conteúdos de vídeo (139) como *lives* de caminhadas e gravações dos programas eleitorais. No período governamental, prevalecem as fotos (135) do governador Renato Casagrande em agendas governamentais, acompanhado de eleitores ou membros de sua equipe, por exemplo, (Painel 1).

⁷² *Software* gratuito que permite a visualização de dados de forma criativa e interativa a partir de uma planilha.

⁷³ Como é proibido fazer campanha nos dias de votação, exclui-se o dia 07/10/2018, votação do primeiro turno e o dia 28/10/2018, votação do segundo turno.

Painel 1 – Total de postagens nos períodos eleitoral e governamental

Fonte: Tableau Public, 2021 – Elaborado pela autora

Observando os gráficos do Painel 1 que mostram os picos de engajamento nas postagens, durante o período eleitoral há dois que se destacam, um com 10.294 e outro com 11.601 de engajamento. Logo após a vitória de Renato Casagrande para governador do Espírito Santo, o engajamento cai bastante em relação aos outros dias, ou seja, existia um trabalho constante de geração de conteúdo maior durante o primeiro turno, mais constante em setembro por anteceder a eleição e abarcar os 30 dias do mês, o que não ocorreu no segundo turno. Identifica-se que essa diminuição possa ser por dois fatores: 1) porque o objetivo do trabalho naquele período já tinha sido alcançado que era vencer a eleição; 2) havia segundo turno para eleição de presidente, num cenário polarizado, em que o posicionamento dos políticos era cobrado, mas Casagrande assumiu uma postura de neutralidade (será apresentado no Painel 2).

Já durante o período governamental, as oscilações são menores e há dois picos muito específicos: um de 26.818 e outro de 10.493 de engajamento no mês de abril de 2019, mas o restante das publicações não varia muito. Comparando os dois períodos, há uma discrepância visível, porque a postagem com mais engajamento na gestão é mais do que o dobro da postagem com mais engajamento na eleição e o motivo é o conteúdo publicado, em 2018, tratava do tema pesquisa de intenção de votos no contexto da eleição e em 2019, o tema era a participação do menino Jeremias do The Voice Kids mais ligada ao entretenimento (será apresentado no Painel 2).

3.3 RENATO CASAGRANDE – ANÁLISE DAS 51 POSTAGENS COM MAIS ENGAJAMENTO NA PÁGINA OFICIAL NO FACEBOOK

Conforme colocado na introdução, esta pesquisa utiliza multimétodos. Para a análise das postagens de Renato Casagrande, definiu-se um corpus que fosse possível aplicar a análise de conteúdo para a categorização das postagens e assim, realizar a análise de discurso. Embora o corpus seja uma escolha arbitrária do pesquisador como apontam Bauer e Aarts (2002), há princípios de homogeneidade, relevância e sincronicidade a se considerar, ou seja, o material do corpus precisa ser do mesmo tipo, em um determinado intervalo de tempo e com uma amostra representativa, considerando o tempo hábil para realizar a pesquisa. Assim, para as análises das postagens de Renato Casagrande no Facebook, o corpus é formado por 51 postagens, sendo 26 no período eleitoral e 25 no período governamental.

O critério de seleção das postagens foi o nível de engajamento. Como coloca Empoli (2020) a diretriz na rede social é o engajamento, além disso, se considera que as postagens com mais interações têm alcance orgânico ampliado, porque o algoritmo do Facebook entende que a publicação é relevante (MLABS, 2020). Há, ainda, outro fator a se considerar que é a liberação do Tribunal Superior Eleitoral (TSE) para o impulsionamento em postagens no período eleitoral a partir de 2018, recurso que aumenta o alcance⁷⁴ original de uma postagem, uma estratégia nova na comunicação política que foi utilizada por Renato Casagrande em quase todas as postagens na eleição que serão identificadas no Painel 2.

As 51 postagens compreendem 10% do total de publicações por considerar como uma amostra representativa, uma vez que foi observada uma repetição de temáticas nas postagens com mais engajamento e limitando para as três, cinco ou 10 primeiras, não seriam abordados outros temas tratados durante os períodos, o que poderia não representar os esforços discursivos de Casagrande enquanto candidato ou governador.

Com base da análise de conteúdo, primeiro foi realizada a leitura das postagens com mais engajamento e de início se percebeu a repetição de temas, ou seja, os assuntos que Casagrande tratou. Em seguida, as postagens foram categorizadas e organizadas em cinco grupos sendo dois no período eleitoral (grupo 1: “Agenda eleitoral” e grupo 2: “Propostas de governo”) e três no período governamental (grupo 3: “Atos de posse”, grupo 4: “Agenda durante o mandato” e grupo 5: “Prestação de contas”). Esse detalhamento construído com princípios da análise de conteúdo e com o uso da ferramenta Tableau Public possibilita visualizar com mais

⁷⁴ Alcance ou número de pessoas alcançadas: representa o número de usuários que tiveram contato com uma postagem.

propriedade quais temas foram tratados, seu percentual de engajamento e aponta para quais deles Casagrande considerou como principais no discurso. Posteriormente, para saber o “como” esses temas foram tratados e quais foram as estratégias de Casagrande, utilizou-se a análise de discurso. A seguir, as análises estão separadas por período.

3.4 RENATO CASAGRANDE – ANÁLISE DAS 26 POSTAGENS COM MAIS ENGAJAMENTO DO PERÍODO ELEITORAL (16/08/2018 – 28/10/2018)

O conjunto de dados (*dataset*) das postagens com mais engajamento do período eleitoral foi limpo e organizado numa planilha de Excel. Com a verificação manual na biblioteca de anúncios⁷⁵ do Facebook, identificou-se que a maioria das postagens foi impulsionada. As informações sobre impulsionamento foram inseridas manualmente porque o Netvizz não fazia essa identificação. As postagens com mais engajamento do período eleitoral foram organizadas na ferramenta Tableau Public por ordem de engajamento, com data e id de impulsionamento, conforme Tabela 1 abaixo.

Tabela 1 – 26 postagens com mais engajamento (Período eleitoral)

Post	Data	Id.Patr.	
É HORA DE SEGUIR EM FRENTE A Pesquisa Futura divulgada agora há pouco pela TV Gazeta aponta a nossa candidatura com 56 8% das intenções de voto. Resul..	24/09/2018	https://...	11.601
MUITO OBRIGADO! Com muita humildade e confiança recebo o resultado da pesquisa Ibope divulgada há pouco pela TV Gazeta que indica a minha candidatura c...	08/09/2018	https://...	10.294
UMA CONQUISTA DOS CAPIXABAS A pesquisa Dattamarketing divulgada hoje pelo Jornal A Tribuna aponta a minha candidatura com 64 41% dos votos válidos...	04/10/2018	https://...	6.297
Renato Casagrande atualizou a foto do perfil. [foto de campanha]	16/08/2018	Nulo	4.169
É HORA DE CRESCER EM MOBILIDADE URBANA: AQUAVIÁRIO Mobilidade urbana tem tudo a ver com qualidade de vida. A gente quer que as pessoas se desloque...	13/09/2018	https://...	3.461
EM PRIMEIRO LUGAR Gratidão é a palavra para definir o que sinto após o resultado da pesquisa Ibope divulgada agora há pouco pela TV Gazeta (http://bit.ly/lbo...	18/08/2018	https://...	3.360
Reta final! Estou aqui nesse nosso lugar conectado no nosso Face onde caminhamos há tanto tempo juntos. Então é hora da gente ficar ainda mais forte como t...	06/10/2018	https://...	3.305
JÁ FIZEMOS E VAMOS FAZER AINDA MAIS: SEGURANÇA PÚBLICA Nós investimos nos policiais. E isso foi apenas uma das ações dentro de um amplo programa de ...	26/09/2018	https://...	3.232
INCENTIVOS QUE GERAM MAIS EMPREGO E RENDA Melhorar a vida dos capixabas é investir em oportunidades que geram mais emprego e renda. E isso inclui ap...	03/09/2018	https://...	2.893
É HORA DA CULTURA VOLTAR A CRESCER Hoje nosso bate papo foi com os representantes da cultura. Uma área que perdeu muito a sua força e recebeu cortes si...	19/09/2018	https://...	2.873
REDUZIR O DESEMPREGO É A MAIOR MISSÃO DO PRÓXIMO GOVERNO É preciso recuperar o ritmo da economia do nosso Estado. Está faltando emprego para mul...	17/08/2018	https://...	2.750
s/ texto [foto vitória eleição]	08/10/2018	Nulo	2.521
JÁ FIZEMOS E VAMOS FAZER AINDA MAIS: PROGRAMA CAMPEÕES DO FUTURO Nosso governo levou esporte para muitas comunidades com o Programa Campeõ...	12/09/2018	https://...	2.500
INVESTIMENTOS NO ESPORTE: TRANSFORMAÇÃO SOCIAL PARA CRIANÇAS E JOVENS CAPIXABAS Hoje foi dia de conversarmos com atletas e paratletas capixaba...	22/08/2018	https://...	2.479
VEM COM A GENTE: TECNOLOGIA Hoje nosso encontro foi com a Ciência e Tecnologia! Conversamos com profissionais e representantes do segmento sobre as no...	14/09/2018	https://...	2.412
NOTA: O governador eleito Renato Casagrande (PSB) vai adotar uma posição de equilíbrio e responsabilidade neste segundo turno das eleições presidenciais. Em...	09/10/2018	Nulo	2.281
DIA DE CAMINHADA EM VILA VELHA Caminhamos hoje pelo centro de Vila Velha. Gratidão a todos que somam forças à nossa caminhada e acreditam no nosso pr...	06/09/2018	https://...	2.189
JÁ FIZEMOS E VAMOS FAZER AINDA MAIS: CIÊNCIA E TECNOLOGIA A inovação abre caminhos para o futuro. No nosso governo a Ciência e Tecnologia tiveram prio...	15/09/2018	https://...	2.165
VEM COM A GENTE JUVENTUDE! O nosso bate papo com a juventude hoje foi muito produtivo! Debates propostas para trazer mais oportunidades aos jovens...	23/09/2018	Nulo	2.107
MAIS UM RESULTADO POSITIVO. VAMOS EM FRENTE! A pesquisa Futura divulgada há pouco pela TV Gazeta aponta nossa candidatura com 60 8% das intenções...	01/09/2018	https://...	1.954
VIOLÊNCIA AUMENTOU NO ES E FICOU AINDA PIOR PARA OS TRABALHADORES MAIS POBRES A situação nos morros de Vitória está fora de controle. Essa foi a af...	16/08/2018	https://...	1.821
JÁ FIZEMOS E VAMOS FAZER AINDA MAIS: CONCURSOS NA EDUCAÇÃO Não vamos admitir que faltem professores nas escolas. Na última gestão contratamos m...	07/09/2018	https://...	1.768
JÁ FIZEMOS E VAMOS FAZER AINDA MAIS: SAÚDE Nosso governo entregou o hospital Dr. Jayme Santos Neves na Serra. Totalmente equipado com profissionais...	22/09/2018	https://...	1.692
ESCOLA EM TEMPO INTEGRAL: PARCERIA COM A COMUNIDADE Vamos ampliar o número de escolas em tempo integral mas isso será feito com base no diálogo c...	24/08/2018	https://...	1.624
O GOVERNO PRECISA ESTAR JUNTO DAS PESSOAS As chuvas de dezembro de 2013 trouxeram um prejuízo enorme para os capixabas. Em momentos como esse n...	11/09/2018	https://...	1.600
CAMINHADA DO 40 EM CACHOEIRO DE ITAPEMIRIM Da nossa caminhada hoje, em Cachoeiro de Itapemirim. Reforcei com os moradores meu compromisso de lev...	05/09/2018	https://...	1.573

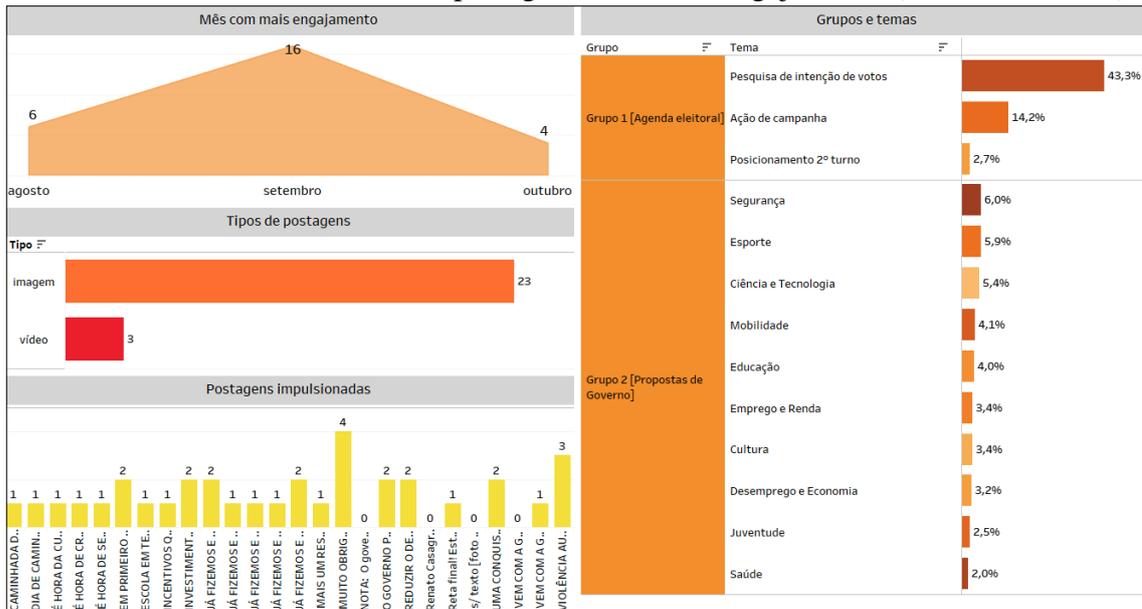
Fonte: Tableau Public – Elaborado pela autora

Das 26 postagens com mais engajamento do período eleitoral, 16 foram publicadas em setembro, principal mês de divulgação, uma vez que a campanha iniciou oficialmente no dia 16 de agosto e encerrou o primeiro turno no dia 07 de outubro de 2018. Casagrande venceu no

⁷⁵ Existe diferença entre impulsionar e criar um anúncio novo, neste há mais objetivos de campanhas e recursos avançados. O impulsionamento aumenta o alcance e as impressões, aparece somente na *timeline* e há menos recursos de segmentação como região, idade e sexo (MLABS, 2013). Na lei nº 13.488, de 6 de Outubro de 2017, não há diferenciação e o termo usado é impulsionamento. Os anúncios ficam arquivados inativos ou ativos.

primeiro turno, tendo obtido mais de 50% dos votos, mas as eleições continuaram com a disputa para a presidência da República, em segundo turno, ocorrido entre 08 a 28 de outubro de 2018. As imagens foram os tipos de conteúdo com mais engajamento. Foram 23 publicações, sendo 21 com foto ou card e texto-legenda e duas sem texto-legenda e, três de vídeo com texto-legenda, totalizando as 26 postagens, conforme Painel 2.

Painel 2 – Características das 26 postagens com mais engajamento (Período eleitoral)



Fonte: Tableau Public, 2021 – Elaborado pela autora

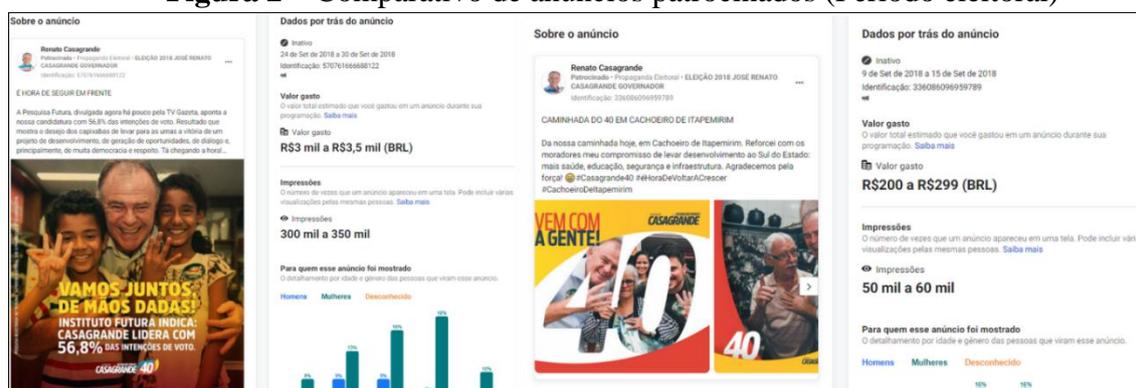
Com base na leitura dos assuntos tratados por Renato Casagrande nas 26 postagens com mais engajamento durante a eleição, foram categorizados 13 temas, organizados em dois grupos. O grupo 1, intitulado “Agenda eleitoral”, abarca três temas: Pesquisa de intenção de votos; Ação de campanha e Posicionamento 2º turno, porque as estratégias de convencimento e persuasão não destacam tanto propostas de futuro e ações específicas para áreas sociais, a composição é mais voltada para o dia a dia na campanha eleitoral. Já o grupo 2, intitulado “Propostas de governo”, comporta dez temas: Segurança; Esporte; Ciência e Tecnologia; Mobilidade; Educação; Emprego e renda; Cultura; Desemprego e economia; Juventude; e Saúde, porque a argumentação tratava de propostas e projetos para áreas sociais e ações de futuro.

O grupo 1 em nível de engajamento é o principal do período das eleições, uma vez que é responsável por mais da metade do percentual (60,2%) e está mais concentrado no tema Pesquisa de intenção de votos (43,3%). Já no grupo 2, o engajamento está mais distribuído

nos temas, sendo que três ultrapassam 5% cada, são eles: Segurança (6%), Esporte (5,9%), Ciência e Tecnologia (5,4%).

As eleições de 2018 foram as primeiras no Brasil a permitir propaganda eleitoral paga nas redes digitais desde que identificado por um selo específico do Facebook que informa do que se trata o conteúdo patrocinado e quem o paga cadastrado pelo CPF ou CNPJ⁷⁶. Observa-se que o candidato Renato Casagrande fez considerável uso dessa estratégia, pois das 26 postagens com mais engajamento, apenas quatro não foram patrocinadas, são elas: uma postagem sobre Juventude; uma troca da foto de perfil; um card da vitória na eleição e a nota sobre a postura do governador no segundo turno. Cruzando essas informações com os gastos declarados no site Divulgação de Candidaturas e Contas Eleitorais (CandContas) do TSE, verificou-se que a campanha de Renato Casagrande em 2018, investiu R\$47.000,00 (0,94% total gasto na campanha) nos serviços de anúncio do Facebook.

Figura 2 – Comparativo de anúncios patrocinados (Período eleitoral)



Fonte: Facebook, 2021 – Elaborado pela autora

Não foi possível identificar exatamente qual foi o valor gasto em cada postagem, mas sabe-se que o valor pode interferir no resultado. A Figura 2 traz um comparativo de anúncios patrocinados, como exemplo. A postagem mais engajada de todo o período da eleição (primeiro post da Tabela 1) teve valor estimado investido entre R\$3.000,00 a R\$3.500,00 e recebeu entre 300 a 500 mil impressões. Já a postagem menos engajada (última postagem da Tabela 1), teve valor gasto estimado entre R\$200,00 a R\$299,00, e recebeu entre 50 a 60 mil impressões. De maneira geral, investir no Facebook amplia o alcance e as impressões⁷⁷.

⁷⁶ De acordo com o artigo 57-C, da Lei nº13.488, os anúncios podem ser contratados por partidos, coligações e candidatos.

⁷⁷ Alcance: número de usuários alcançados por uma publicação. É contabilizado de forma única. Impressões: número de vezes que uma publicação apareceu para os usuários. Todas são contabilizadas.

Sendo a postagem orgânica ou paga, forma e conteúdo também influenciam no interesse dos usuários.

As eleições 2018 foram as primeiras que permitiram impulsionamento e como visto o candidato utilizou esse recurso. Não se sabe, porém, qual percentual de engajamento (curtidas, reações, comentários e compartilhamentos), provém de patrocínio, uma vez que só administradores da página têm acesso aos dados brutos, portanto, este aspecto não será considerado nas análises a seguir.

Tabela 2 – 26 postagens com mais engajamento categorizadas (Período eleitoral)

Grupo	Tema	Post	Data	Tipo	Id.Pa.	Engajamento
Grupo 1 [Agenda eleitoral]	Pesquisa de intenção de votos	É HORA DE SEGUIR EM FRENTE A Pesquisa Futura divulgada agora há pouco pela TV Gazeta aponta a nossa candidatura com 56..	24/09/2018	imagem	https://	11.601
		MUITO OBRIGADO! Com muita humildade e confiança recebo o resultado da pesquisa Ibope divulgada há pouco pela TV Gazeta q..	08/09/2018	imagem	https://	10.294
		UMA CONQUISTA DOS CAPIXABAS A pesquisa Dattamarketing divulgada hoje pelo Jornal A Tribuna aponta a minha candidatura..	04/10/2018	imagem	https://	6.297
		EM PRIMEIRO LUGAR Gratidão é a palavra para definir o que sinto após o resultado da pesquisa Ibope divulgada agora há pouco ..	18/08/2018	imagem	https://	3.360
		Reta final! Estou aqui nesse nosso lugar conectado no nosso Face onde caminhamos há tanto tempo juntos. Então é hora da ge..	06/10/2018	vídeo	https://	3.305
		MAIS UM RESULTADO POSITIVO. VAMOS EM FRENTE! A pesquisa Futura divulgada há pouco pela TV Gazeta aponta nossa candi..	01/09/2018	imagem	https://	1.954
	Ação de campanha	Renato Casagrande atualizou a foto do perfil. [foto de campanha]	16/08/2018	imagem	Nulo	4.169
		s/ texto [foto vitória eleição]	08/10/2018	imagem	Nulo	2.521
		DIA DE CAMINHADA EM VILA VELHA Caminhamos hoje pelo centro de Vila Velha. Gratidão a todos que somam forças à nossa ca..	06/09/2018	imagem	https://	2.189
		O GOVERNO PRECISA ESTAR JUNTO DAS PESSOAS As chuvas de dezembro de 2013 trouxeram um prejuízo enorme para os capixa..	11/09/2018	vídeo	https://	1.600
		CAMINHADA DO 40 EM CACHOEIRO DE ITAPEMIRIM Da nossa caminhada hoje, em Cachoeiro de Itapemirim. Reforcei com os mor..	05/09/2018	imagem	https://	1.573
		NOTA: O governador eleito Renato Casagrande (PSB) vai adotar uma posição de equilíbrio e responsabilidade neste segundo tur..	09/10/2018	vídeo	Nulo	2.281
Grupo 2 [Propostas de Governo]	Segurança	JÁ FIZEMOS E VAMOS FAZER AINDA MAIS: SEGURANÇA PÚBLICA Nós investimos nos policiais. E isso foi apenas uma das ações d..	26/09/2018	imagem	https://	3.232
		VIOLÊNCIA AUMENTOU NO ES E FICOU AINDA PIOR PARA OS TRABALHADORES MAIS POBRES A situação nos morros de Vitória es..	16/08/2018	imagem	https://	1.821
	Esporte	JÁ FIZEMOS E VAMOS FAZER AINDA MAIS: PROGRAMA CAMPEÕES DO FUTURO Nosso governo levou esporte para muitas comun..	12/09/2018	imagem	https://	2.500
		INVESTIMENTOS NO ESPORTE: TRANSFORMAÇÃO SOCIAL PARA CRIANÇAS E JOVENS CAPIXABAS Hoje foi dia de conversarmos c..	22/08/2018	imagem	https://	2.479
	Ciência e Tecnologia	VEM COM A GENTE: TECNOLOGIA Hoje nosso encontro foi com a Ciência e Tecnológica! Conversamos com profissionais e represen..	14/09/2018	imagem	https://	2.412
		JÁ FIZEMOS E VAMOS FAZER AINDA MAIS: CIÊNCIA E TECNOLOGIA A inovação abre caminhos para o futuro. No nosso governo a ..	15/09/2018	imagem	https://	2.165
	Mobilidade	É HORA DE CRESCER EM MOBILIDADE URBANA: AQUAVIÁRIO Mobilidade urbana tem tudo a ver com qualidade de vida. A gente ..	13/09/2018	imagem	https://	3.461
		JÁ FIZEMOS E VAMOS FAZER AINDA MAIS: CONCURSOS NA EDUCAÇÃO Não vamos admitir que faltem professores nas escolas. N..	07/09/2018	imagem	https://	1.768
	Educação	ESCOLA EM TEMPO INTEGRAL: PARCERIA COM A COMUNIDADE Vamos ampliar o número de escolas em tempo integral mas isso ..	24/08/2018	imagem	https://	1.624
		INCENTIVOS QUE GERAM MAIS EMPREGO E RENDA Melhorar a vida dos capixabas é investir em oportunidades que geram mais ..	03/09/2018	imagem	https://	2.893
	Emprego e renda	É HORA DA CULTURA VOLTAR A CRESCER Hoje nosso bate papo foi com os representantes da cultura. Uma área que perdeu muit..	19/09/2018	imagem	https://	2.873
		REDUZIR O DESEMPREGO É A MAIOR MISSÃO DO PRÓXIMO GOVERNO É preciso recuperar o ritmo da economia do nosso Estado..	17/08/2018	imagem	https://	2.750
	Desemprego e economia	VEM COM A GENTE JUVENTUDE! O nosso bate papo com a juventude hoje foi muito produtivo! Debates propostas para trazer..	23/09/2018	imagem	Nulo	2.107
		JÁ FIZEMOS E VAMOS FAZER AINDA MAIS: SAÚDE Nosso governo entregou o hospital Dr. Jayme Santos Neves na Serra. Totalme..	22/09/2018	imagem	https://	1.692

Fonte: Tableau Public – Elaborado pela autora

As 12 postagens que compõem o grupo 1 e as 14 postagens que compõem o grupo 2 são analisadas considerando a categorização dos 13 temas, sendo que uma delas está em destaque para ilustrar e o restante está organizado em quadros com a transcrição do texto-legenda e imagem reduzidos. Das postagens com vídeo contendo discurso direto de Renato Casagrande, alguns trechos também foram transcritos, para que o leitor compreenda melhor as descrições e interpretações do período eleitoral. É importante destacar de antemão que as estratégias discursivas identificadas e consideradas como principais são: o acionamento de recursos do *logos*, *ethos* e do *pathos* com o agenciamento de emoções positivas e negativas, da memória, da comparação da primeira gestão governamental (2010–2014) e críticas à gestão Paulo Hartung.

Figura 3 – Grupo1: Postagem de 24/09/2018 (Período eleitoral)



Fonte: Facebook, 2018 – Elaborado pela autora

A Figura 3 é a postagem do dia 24 de setembro de 2018, com 11.601 de engajamento, o maior do grupo 1. São seis postagens do tema Pesquisa de Intenção de votos, cinco do tema Ação de Campanha e uma do tema Posicionamento 2º turno, formando as 12 postagens que estão transcritas abaixo no Quadro 1, com identificação de data, engajamento, tema e informação sobre a linguagem utilizada (imagem – card ou foto – ou vídeo).

Quadro 1 – 12 postagens do Grupo 1 “Agenda eleitoral”

	<p>Card 1 [Data: 18/08/2018 - Engajamento: 3.360 - Tema: Pesquisa de intenção de votos] EM PRIMEIRO LUGAR Gratidão é a palavra para definir o que sinto após o resultado da pesquisa Ibope, divulgada agora há pouco pela TV Gazeta (http://bit.ly/IbopeES1808), que indica nossa candidatura com 73% das intenções dos votos (se fossem considerados os votos válidos). O Espírito Santo entendeu que é hora de voltar a crescer. E sei que, para isso, preciso das mãos de todos. Porque a caminhada é dura e longa. E a gente precisa seguir juntos, de mãos dadas. Acesse a pesquisa aqui: http://bit.ly/IbopeES1808. Pesquisa registrada no Tribunal Regional Eleitoral sob o protocolo Nº ES-09067/2018 e no Tribunal Superior Eleitoral sob protocolo Nº BR-06548/2018. [https://www.facebook.com/240383372683895/posts/1831572353564981/]</p>
--	---



Card 2 [Data: 01/09/2018 - Engajamento: 1.954 - Tema: Pesquisa de intenção de votos]

MAIS UM RESULTADO POSITIVO. VAMOS EM FRENTE! A pesquisa Futura, divulgada há pouco pela TV Gazeta, aponta nossa candidatura com 60,8% das intenções de voto, quase 7% a mais da última pesquisa publicada, há 15 dias. Mais um resultado positivo e só tenho a agradecer a todos os capixabas que acreditam no nosso projeto e confiam na minha capacidade de trabalho. Ainda há muito chão pela frente. Vamos continuar caminhando pelos municípios, conversando e ouvindo as pessoas, visitando comunidades e bairros, todos os dias destes próximos 35 que ainda faltam para 7 de outubro.

E com humildade e confiança de que estamos no caminho certo, sigo em frente. Vamos juntos, de mãos dadas! Obrigado! Acesse a pesquisa aqui: <http://bit.ly/PesquisaFutura>. Pesquisa registrada no Tribunal Superior Eleitoral sob protocolo N° ES-06695/2018 [<https://www.facebook.com/240383372683895/posts/1851410431581173/>]



Card 3 [Data: 08/09/2018 - Engajamento: 10.294 - Tema: Pesquisa de intenção de votos]

MUITO OBRIGADO! Com muita humildade e confiança recebo o resultado da pesquisa Ibope, divulgada há pouco pela TV Gazeta, que indica a minha candidatura com 59% das intenções de voto, 5% a mais do que a última pesquisa divulgada pelo mesmo instituto, em agosto. Um cenário positivo, mas que ainda traz um bom caminho a seguir. Vamos continuar trabalhando firme, com os pés no chão, para que todos os capixabas conheçam a nossa proposta de futuro para o Espírito Santo. E assim, no dia 07 de outubro, este resultado se concretize nas urnas, como reflexo da vontade do povo de fazer

o nosso Estado voltar a crescer, de voltar a ter mais diálogo, segurança, saúde, educação. Agradeço a todos que somam forças à nossa caminhada. Vamos juntos, de mãos dadas! Muito obrigado! Acesse a pesquisa aqui: <http://bit.ly/IbopeSetembro> Pesquisa registrada no Tribunal Superior Eleitoral do Espírito Santo sob o protocolo n° ES-06092/2018 e no Tribunal Superior Eleitoral, BR-08894/2018. [<https://www.facebook.com/renatocasagrande/photos/a.483645238357706/1859837494071800/>]



Card 4 [Data: 24/09/2021 - Engajamento: 11.601 - Tema: Pesquisa de intenção de votos]

É HORA DE SEGUIR EM FRENTE A Pesquisa Futura divulgada agora há pouco pela TV Gazeta aponta a nossa candidatura com 56 8% das intenções de voto. Resultado que mostra o desejo dos capixabas de levar para as urnas a vitória de um projeto de desenvolvimento de geração de oportunidades de diálogo e principalmente de muita democracia e respeito. Tá chegando a hora! Vamos juntos dar o primeiro passo para fazer o nosso Estado voltar a crescer. Seguimos firmes nesta reta final com muito trabalho e confiança. Muito obrigado! Acesse a pesquisa aqui: <http://bit.ly/PesqSetFutura> Pesquisa registrada no Tribunal Superior Eleitoral sob o protocolo N° ES-

00691/2018. [<https://www.facebook.com/renatocasagrande/photos/a.483645238357706/1878607798861436/>]



Card 5 [Data: 04/10/2018 - Engajamento: 6.297 - Tema: Pesquisa de intenção de votos]

UMA CONQUISTA DOS CAPIXABAS A pesquisa Dattamarketing, divulgada hoje pelo Jornal A Tribuna, aponta a minha candidatura com 64,41% dos votos válidos. Recebo este resultado com muita alegria e agradecimento ao povo capixaba. Meu muito obrigado à todos que acreditam que, para fazer o Estado voltar a crescer, é preciso renovar nas urnas a esperança em um Governo que gere mais desenvolvimento, mais saúde, educação, segurança, oportunidades. Queremos um governo que resgate a justiça, o diálogo e a democracia. Domingo, vamos juntos dar início a um novo capítulo na história do Espírito Santo. Muito obrigado pela confiança! Vamos em frente! Acesse a pesquisa aqui:

<http://bit.ly/PesquisaATribuna>. Pesquisa registrada no Tribunal Superior Eleitoral sob o protocolo N° ES-00384/2018. [<https://www.facebook.com/renatocasagrande/photos/a.483645238357706/1889671811088368/>]



Vídeo 1 [Data: 06/10/2018 – Engajamento: 3.305 - Tema: Pesquisa de intenção de votos]

Reta final! Estou aqui, nesse nosso lugar, conectado, no nosso Face, onde caminhamos há tanto tempo juntos. Então, é hora da gente ficar ainda mais forte, como têm mostrado as pesquisas eleitorais. E espalhar o #40 pra gente voltar. E governar juntos o Espírito Santo. #éHoraDeVoltarACrescer #Casagrande40.

[trechos] (vídeo 00'01'' – 00'32'') Olá, meus amigos, minhas amigas. A hora da eleição está chegando. Quero agradecer a todos vocês. Também dizer que nossa campanha está forte, está crescendo e não para de crescer. É só vocês verificarem as pesquisas da Futura, do Ibope, Datamarketing, todos me dão uma vantagem, aceitando a minha proposta e a minha história de vida. Chances reais de ganhar a eleição do primeiro turno, isso com levantamentos feitos em todo o estado.

(vídeo 00'48'' – 01'05'') É por isso que eu quero pedir um esforço final a vocês. Que vocês possam continuar trabalhando pedindo o voto da família, dos amigos, dos vizinhos, para que a gente possa chegar de fato a uma vitória robusta no dia sete agora, nesse domingo. Para que a gente possa fazer esse estado voltar a crescer.

[<https://www.facebook.com/renatocasagrande/videos/270208663602805/>]



foto 1 [Data: 16/08/2018 - Engajamento: 4.169 - Tema: Ação de campanha] [Trocou foto de perfil/foto de campanha]

[https://www.facebook.com/240383372683895/posts/1827751173947099/?substory_index=1]

	<p>Card 6 [Data: 05/09/2018 - Engajamento: 1.573 - Tema: Ação de campanha] CAMINHADA DO 40 EM CACHOEIRO DE ITAPEMIRIM Da nossa caminhada hoje em Cachoeiro de Itapemirim. Reforcei com os moradores meu compromisso de levar desenvolvimento ao Sul do Estado: mais saúde educação segurança e infraestrutura. Agradecemos pela força! @#Casagrande40 #éHoraDeVoltarACrescer #CachoeiroDeItapemirim</p> <p>[https://www.facebook.com/240383372683895/posts/1855857167803166/]</p>
	<p>Card 7 [Data: 06/09/2018 - Engajamento: 2.189 - Tema: Ação de campanha] DIA DE CAMINHADA EM VILA VELHA Caminhamos hoje pelo centro de Vila Velha. Gratidão a todos que somam forças à nossa caminhada e acreditam no nosso projeto para o ES. Muita força e incentivo para seguir em frente. Obrigado! 🙏 #VilaVelha #Casagrande40 #éHoraDeVoltarACrescer.</p> <p>[https://www.facebook.com/240383372683895/posts/1857402574315292/]</p>
	<p>Vídeo 2 [Data: 11/09/2018 - Engajamento: 1.600 - Tema: Ação de campanha] O GOVERNO PRECISA ESTAR JUNTO DAS PESSOAS As chuvas de dezembro de 2013 trouxeram um prejuízo enorme para os capixabas. Em momentos como esse, nada é mais importante que socorrer as pessoas e levar um pouco de conforto para quem estava sofrendo. Oferecemos auxílio para que as famílias pudessem reconstruir suas casas, investimos com recursos próprios mais de 400 milhões na agricultura, na reconstrução de estradas e pontes, em repasses aos municípios, na dragagem de rios e canais. Em menos de seis meses, a maior parte da reconstrução já estava concluída. Só um governo com muita responsabilidade poderia fazer um investimento desses para minimizar os efeitos da maior catástrofe natural do nosso Estado. Dê o play, assista e compartilhe o nosso programa! #éHoraDeVoltarACrescer #Casagrande40.</p> <p>(trecho: 00'03'' - 00'17'') Dezembro de 2013 foi uma situação que eu jamais, nunca tinha visto. 24 pessoas perderam a vida, assim, um prejuízo enorme às famílias capixabas. Aquele momento assim foi extraordinário de ver como o capixaba foi fraterno.</p> <p>(trecho: 00'58'' - 01'06'') em momentos ruins como aqueles que vivemos naquele natal de 2013, nada mais importante do que socorrer as pessoas e levar um pouco de conforto para as famílias que estavam sofrendo.</p> <p>(trecho: 01'19'' - 01'35'') investimentos com recursos próprios mais de 400 milhões na agricultura, na reconstrução de estradas e pontos, em repasse aos municípios [...] em menos de seis meses, a maior parte da reconstrução já estava concluída.</p> <p>(trecho: 01'40'' - 01'49'') Só um governo com muita responsabilidade poderia fazer um investimento desses para minimizar os efeitos da maior catástrofe natural do nosso Estado.</p> <p>(trecho: 03'12'' - 03'22'') se eu tiver chance de voltar ao governo do estado, eu quero de novo colocar o estado próximo às pessoas, né?!...junto com as pessoas que precisam do estado.</p> <p>(trecho: 03'29'' - 03'41''). O governo tem que chegar junto das pessoas. Se eu tiver a oportunidade de voltar a governar, vou continuar sendo um governador presente. Ao lado as pessoas que mais precisam.</p> <p>[https://www.facebook.com/watch/?v=5342315870002891]</p>
	<p>Card 8 [Data: 07/10/2018 - Engajamento: 2.521 - Tema: Ação de campanha]</p> <p>Post sem texto-legenda. Foto vitória eleição.</p> <p>[https://www.facebook.com/240383372683895/posts/1894192060636343/]</p>
	<p>Vídeo 3 [Data: 09/10/2018 Engajamento: 2.281 - Tema: Posicionamento 2º turno] NOTA: O governador eleito Renato Casagrande (PSB) vai adotar uma posição de equilíbrio e responsabilidade neste segundo turno das eleições presidenciais. Em defesa dos interesses do Espírito Santo e de todos os capixabas, ele assumirá, neste momento, uma postura de neutralidade no processo.</p> <p>(trecho: 00'12'' - 00'57'') Quero aqui reafirmar a minha posição já explicitada de que me mantereí de forma equilibrada nesse segundo turno [...] eu passei a ser o governador eleito de todos os capixabas, serei o governador de todos os capixabas, portanto tenho que respeitar todas as pessoas que votaram [...] reafirmo aqui meu equilíbrio para que a gente respeitar todos que votaram na nossa candidatura.</p> <p>[https://www.facebook.com/renatocasagrande/videos/2896313649782461]</p>

Fonte: Elaborado pela autora

No tema Pesquisa de intenção de votos são seis postagens (43,3%) que destacam o resultado positivo em pesquisas eleitorais de intenção de votos, sendo uma no dia 18 de agosto (card 1), dois dias após o início da campanha, três em setembro (card 2, card 3, card 4), duas no início e outra no final do mês e, duas em outubro (card 5, vídeo 1) quando faltavam três e um dia para a votação, respectivamente. A partir da publicação da segunda pesquisa, no dia 01 de

setembro, Casagrande cresce gradativamente na intenção de votos até chegar à penúltima divulgação, dia 04 de outubro, em que aparece com 64,4% de intenção dos votos, distância muito acentuada dos seus adversários, em especial, Carlos Manato, do Partido Social Liberal (PSL) que estava em segundo lugar na corrida para o governo do ES, com pouco mais de 11% dos votos.

Pesquisas que apresentam resultados positivos semelhantes, produzidas por diferentes institutos, com distanciamento de datas e publicadas em diferentes veículos de comunicação, evidenciam que há chances de vitória na eleição. As pesquisas de opinião pública podem ajudar a medir a popularidade de um candidato ou governo, traçar e desenvolver um planejamento de trabalho e conhecer melhor o eleitoral ou o cidadão, e podem ser utilizadas tanto no período eleitoral quanto no governamental. As pesquisas podem ser encomendadas por veículos de comunicação, políticos, partidos, sindicatos e outras organizações e, embora, haja críticas em torno das pesquisas no que diz respeito à falta de representatividade das amostras, por exemplo, podem influenciar sim o planejamento político e os públicos. As pesquisas de opinião constroem uma ideia de unanimidade e reforçam relações de força e o discurso (BOURDIEU, 1973).

Há predominância de *ethos* e *logos* trabalhando juntos pelo esforço argumentativo para creditar Renato Casagrande como candidato mais preparado. Pesquisas de intenção de votos só podem ser divulgadas quando registradas numa instituição judiciária, que no caso, é o Tribunal Superior Eleitoral (TSE), somando aos institutos de pesquisa (Ibope, Futura e Datamarketing) e às organizações de comunicação (Rede Gazeta e Rede Tribuna), busca-se à credibilidade e à confiança. Embora o candidato cite nas postagens “saúde”, “segurança” e “educação”, como no dia 08 de setembro, não traz nenhum argumento ou menção de projeto ou proposta para essas áreas.

Portanto, as seis primeiras postagens organizadas no Quadro 1 destacam o percentual favorável ao candidato Renato Casagrande tanto no texto-legenda quanto nos cards e a mensagem é reiterada na postagem do vídeo e texto-legenda publicado em 06 de outubro, um dia antes da eleição. O candidato no vídeo mantém um semblante otimista e uma atitude cautelosa citando as três instituições de pesquisa de opinião que apontam sua vitória já em primeiro turno e pede aos apoiadores que continuem buscando votos entre amigos e

familiares, sendo assim, um momento de desfecho da campanha que une agradecimento e pedido do voto, estratégias mais próximas do *pathos*.

Os cards 1, 2, 3, 4 e 5 estão alinhados com a identidade visual da campanha e sempre há uma imagem de fundo do candidato confiante e sorridente e em quase todas, ele está próximo de outras pessoas. Cumprimentar eleitores ou apoiadores de forma mais espontânea e posar para fotos ou vídeos faz parte da rotina de campanha eleitoral porque proporciona a sensação de proximidade e simplicidade por parte do candidato.

Adiante, as outras cinco postagens (foto 1, card 6, card 7, card 8, vídeo 2) estão categorizadas no tema Ação de campanha que representa 14,2% do grupo 1. As publicações dos dias 5 e 6 de setembro são de caminhadas nos municípios de Cachoeiro de Itapemirim e Vila Velha, respectivamente. Essas agendas são ações demonstrativas de que a campanha é bem recebida pela população e o apoio para chegar ao segundo mandato é crescente. Interessante perceber que dessas postagens, a que recebe mais engajamento foi a troca de foto do perfil, que não consta como impulsionada (Tabela 1), não tem texto-legenda e nem sequer é acompanhada das *hashtags* que compõem quase todas as postagens: “#VoltaCasão,#CasãoJáFez, #CasãoVaiFazerAindaMais,#éHoraDeVoltarACrescer, #Casagrande40”. O engajamento de 4.169 pode ser explicado pelo fato de o dia 16 de agosto ter sido oficialmente o primeiro dia de campanha. A substituição do perfil pela foto oficial a ser adotada na campanha simboliza o início do trabalho e das divulgações da eleição.

A postagem com 2.521 de engajamento foi publicada em 07 de outubro (card 8), horas após a vitória de Renato Casagrande com 55,49% dos votos. O registro é feito com imagem em que o candidato aparece sorridente e cercado por muitas pessoas, também sem texto-legenda ou *hashtag*. A mensagem é um desfecho alegre que resume algumas das estratégias utilizadas para a construção do discurso, como os verbos que evocam o passado, o presente e o futuro e os pronomes em primeira pessoa do plural para dizer que ele volta ao governo, mas não sozinho, e sim com o coletivo “*a gente voltou*”, assim como colocado por Piovezani (2007) e Pinto (2006). Casagrande procura mostrar uma postura de humildade que agencia ao longo das publicações aqui expressa em “*você nos deu*”, como o desejo do povo.

A única postagem de vídeo da categoria tema Ação de campanha foi realizada no dia 11 de setembro (vídeo 2), e retomava ações do primeiro mandato de Casagrande para lidar com a

pior enchente da história do Espírito Santo que aconteceu no período do natal de 2013. Foram muitas perdas pessoais e materiais que Casagrande reconhece, em vídeo, com lamento e estratégias de proximidade. A tentativa é de resgatar as políticas de reconstrução das cidades e a assistência às pessoas, reforçando seu compromisso, trabalho e solidariedade para com os afetados daquela tragédia climática. Casagrande também se vale do testemunho de pessoas que perderam bens, parentes e amigos que atestam as ações do governo de socorrer as pessoas e recuperar as perdas.

A tragédia e a ação do governo são associadas ao período do natal, momento em que o evento ocorreu. O candidato dialoga de forma espontânea e demonstra estar à vontade e familiarizado ao ambiente que remete às suas raízes do interior do ES. Ao final, pede voto em tom de humildade, como faz em outras postagens analisadas. O vídeo, encerrado com a mensagem de que o “*programa é uma homenagem à força e à solidariedade do povo capixaba*”, é construído fortemente em torno do *pathos* e do *ethos*. O diálogo sobre a tragédia de 2013 traz memórias tristes, somada a edição do vídeo, a estratégia discursiva de Casagrande busca explorar emoções como compaixão, empatia e solidariedade e evoca qualidades como seriedade, experiência, humanidade e liderança que compõem o *ethos* de credibilidade e identificação tratados por Charaudeau (2011).

A postagem do dia 09 de outubro (vídeo 3), por já não se tratar de agenda eleitoral, uma vez que Casagrande alcançou a vitória, ficou classificada na categoria intitulada Posicionamento 2º turno, porque o assunto tratava exatamente e somente sobre isso. O título “nota” e o texto-legenda trazia uma abordagem objetiva, séria, em linguagem indireta, claramente escrito pela assessoria, mas no vídeo, em primeira pessoa, o governador eleito explica seu posicionamento, uma reiteração do que a assessoria já tinha colocado por escrito, mas que Casagrande tenta personificar e humanizar oralmente, visto que ele assumiu uma posição de neutralidade, justificando que trabalha para os interesses do ES e precisa respeitar a posição de todos os capixabas.

Embora se coloque partidariamente no campo da esquerda, não assumiu um lado na disputa polarizada entre Jair Bolsonaro (à época do PSL) e Fernando Haddad (PT). A neutralidade é uma escolha, assim como definir um lado, e agindo assim, Casagrande optou pelo silêncio que não deixa de ser discurso, pois significa (ORLANDI, 2001), e no caso, pode-se interpretar que Casagrande não queria atrelar, antes mesmo de assumir o segundo mandato, rejeições à

sua imagem política, usando da argumentação de ser uma atitude equilibrada e respeitosa para tentar agradar o eleitorado capixaba que votou nele e pareceu ser tão distinto na escolha para presidente da República, uma vez que enquanto em âmbito estadual, o Espírito Santo, elegeu um socialista, no âmbito federal, ajudou a eleger um conservador.

Pode até parecer uma situação contraditória por parte do eleitor, entretanto quando se considera o desgaste gerado pela maior crise na segurança pública (Card 9, Quadro 2) no ano anterior ao processo eleitoral, o capixaba tinha motivos suficientes para querer uma mudança que no lugar da tensão e do medo, existisse esperança e segurança. Mesmo com votos opostos entre estadual e federal, pode-se considerar que o voto capixaba é tradicional, visto que desde 2006⁷⁸, o governo é alternado entre Paulo Hartung e Renato Casagrande. A população já os conhecia e naquela situação não existia por que arriscar uma terceira via que não tivesse experiência política.

No grupo 1, interpretam-se os recursos emocionais mais positivos como esperança e união, uma vez que são constantes nas publicações, palavras como “*confiança*”; “*trabalho*”; “*humildade*” e “*esperança*” e/ou suas derivações. Os verbos, sempre conjugados na primeira pessoa do plural (nós), artifício muito usado por políticos, significa o coletivo seja representando o grupo político, apoiadores ou a participação da sociedade, assim o candidato quer mostrar que não trabalha sozinho e não vai governar sozinho.

Casagrande também recorre à memória do seu primeiro governo, acentuando que foi um período de “*diálogo*” e de realizações de projetos. A noção de retomada e continuidade é reforçada em todas as publicações do período de eleição com frases como: “*É hora de voltar a crescer*” ou “*Estado voltar a crescer*”. Essa é a ideia central da campanha de Casagrande, que adota como slogan principal a frase “*Para o Espírito Santo voltar a crescer*”.

⁷⁸ 2º mandato de Paulo Hartung.

Figura 4 – Grupo 2: Postagem de 16/08/2018 (Período eleitoral)



Fonte: Facebook, 2018 – Elaborado pela autora

A Figura 4 é a postagem do dia 16 de agosto 2018 e está na categoria tema Segurança, sendo o mais engajado (6%) do grupo 2 que é formado apenas de postagens de card com texto-legenda. Os temas que foram abordados em duas postagens cada são: Ciência e Tecnologia; Educação; Esporte; e Segurança. Já os temas trazidos em uma postagem cada, são: Cultura, Desemprego e economia; Emprego e renda; Juventude; Mobilidade e Saúde, totalizando assim, 14 postagens que compõem o grupo 2 intitulado “Propostas de governo”, em que Renato Casagrande aborda suas promessas e projetos para o segundo mandato.

Quadro 2 – 14 Postagens do Grupo 2 “Propostas de governo”

	<p>Card 9 [Data: 16/08/2018 - Engajamento: 1.821 - Tema: Segurança] VIOLÊNCIA AUMENTOU NO ES E FICOU AINDA PIOR PARA OS TRABALHADORES MAIS POBRES A situação nos morros de Vitória está fora de controle. Essa foi a afirmação de um policial divulgada hoje pelo Jornal A Gazeta. Esse é só mais um dado que mostra o descaso da gestão atual com a política de segurança. Enquanto o governo atual se orgulha em cortar gastos, a população capixaba sofre com a violência. Em 2017, foram 4 mortes violentas por dia e os homicídios aumentaram em 20%, quando comparados ao ano anterior. Não faz sentido reduzir gastos em uma área que precisa de tanta atenção. Em meu governo, investimos mais de R\$ 400 milhões em segurança pública, quase quatro vezes mais que a atual gestão. Estivemos</p>
--	--

entre os seis estados que mais reduziram a violência e isso só foi possível porque criamos o primeiro programa de enfrentamento à criminalidade da história do ES: O Estado Presente. É preciso investir nas polícias, valorizando os profissionais e adquirindo novas viaturas e equipamentos. É preciso oferecer proteção social, principalmente para as famílias que vivem nas áreas de risco. Também é necessário levar segurança ao interior. A gestão atual segue outro caminho, mas a situação difícil de medo e insegurança que vivemos só mostra a urgência em retomar os investimentos nas áreas sociais. Precisamos reconstruir a segurança pública do nosso Estado. Com ações estratégicas e os investimentos certos, vamos trabalhar para trazer mais paz e tranquilidade aos capixabas. #VamosReconstruir #aGenteVaiAcelerar #VoltaCasão. [\[https://www.facebook.com/renatocasagrande/photos/a.483645238357706/1828133910575492/\]](https://www.facebook.com/renatocasagrande/photos/a.483645238357706/1828133910575492/)



Card 10 [Data: 26/09/2018 - Engajamento: 3.232 - Tema: Segurança] JÁ FIZEMOS E VAMOS FAZER AINDA MAIS: SEGURANÇA PÚBLICA
Nós investimos nos policiais. E isso foi apenas uma das ações dentro de um amplo programa de combate à criminalidade, o Estado Presente. É preciso devolver a segurança e tranquilidade aos capixabas. Vamos recompor o efetivo e investir em tecnologia para melhorar suas atividades. E assim seguimos em frente. #Investimentos #CasãoJáFez #CasãoVaiFazerAindaMais. [\[https://www.facebook.com/renatocasagrande/photos/a.483645238357706/1861852327203650/\]](https://www.facebook.com/renatocasagrande/photos/a.483645238357706/1861852327203650/)



Card 11 [Data: 12/09/2018 - Engajamento: 2.500 - Tema: Esporte] JÁ FIZEMOS E VAMOS FAZER AINDA MAIS: PROGRAMA CAMPEÕES DO FUTURO Nosso governo levou esporte para muitas comunidades com o Programa Campeões de Futuro, que implantou núcleos e tornou a prática esportiva um aliado da educação, além de afastar crianças e jovens do risco social. E ainda temos muito a fazer, porque o esporte é muito mais do que o próprio exercício em si! #Investimentos #CasãoJáFez #CasãoVaiFazerAindaMais [\[https://www.facebook.com/renatocasagrande/photos/a.483645238357706/1861741803881369/\]](https://www.facebook.com/renatocasagrande/photos/a.483645238357706/1861741803881369/)



Card 12 [Data: 22/08/2018 - Engajamento: 2.479 - Tema: Esporte] INVESTIMENTOS NO ESPORTE: TRANSFORMAÇÃO SOCIAL PARA CRIANÇAS E JOVENS CAPIXABAS Hoje foi dia de conversarmos com atletas e paratletas capixabas sobre o esporte, que é muito mais do que a prática do exercício em si. É meio de inclusão, combate problemas sociais e agrega mais educação, respeito e saúde na vida de jovens e crianças. É reconhecendo essa importância que o nosso Governo vai estimular a prática de esportes em todo o Estado, principalmente nas escolas públicas dos municípios capixabas. Nossa proposta é investir no esporte e incentivar todas as modalidades, realizar eventos e competições que envolvam a juventude, ampliar os jogos escolares, inclusive na modalidade paralímpica, para que o jovem com deficiência também faça parte das atividades esportivas. Também vamos criar centros esportivos em todas as regiões do Estado e apoiar os atletas e seus técnicos. E assim vamos em frente, fazendo mais pelo esporte e pelo futuro dos capixabas. #ÉhoraDeVoltarACrescer #VoltaCasão #Casagrande40 [\[https://www.facebook.com/240383372683895/posts/1838554289533454/\]](https://www.facebook.com/240383372683895/posts/1838554289533454/)



Card 13 [Data: 13/09/2018 - Engajamento: 3.461 - Tema: Mobilidade] É HORA DE CRESCER EM MOBILIDADE URBANA: AQUAVIÁRIO Mobilidade urbana tem tudo a ver com qualidade de vida. A gente quer que as pessoas se desloquem na Grande Vitória com mais facilidade, sem estresse e congestionamentos. Nossa proposta para desafogar o trânsito das vias principais, como a segunda e a terceira ponte, é implantar o aquaviário, que vai levar com rapidez e segurança quem se desloca entre Vitória, Vila Velha e Cariacica. As barcas serão totalmente integradas ao Sistema Transcol e às ciclovias. Mais um modal que vai facilitar muito o transporte na região metropolitana e, de quebra,

incentivar o turismo na Baía de Vitória. Vamos em frente! #ÉhoraDeVoltarACrescer #Casagrande40 #Aquaviário [\[https://www.facebook.com/renatocasagrande/photos/a.483645238357706/165883743467175/\]](https://www.facebook.com/renatocasagrande/photos/a.483645238357706/165883743467175/)



Card 14 [Data: 14/09/2018 - Engajamento: 2.412 - Tema: Ciência e Tecnologia] VEM COM A GENTE: TECNOLOGIA Hoje nosso encontro foi com a Ciência e Tecnologia! Conversamos com profissionais e representantes do segmento sobre as nossas propostas para a área de inovação. Com o apoio dos pesquisadores, das instituições e do Governo, a produção tecnológica do Espírito Santo avança e se torna referência dentro e fora do país. Vamos juntos! 😊 #VemComAGente #Casagrande40 #ÉhoraDeVoltarACrescer [\[https://www.facebook.com/240383372683895/posts/1867456619976554/\]](https://www.facebook.com/240383372683895/posts/1867456619976554/)



Card 15 [Data: 15/09/2018 - Engajamento: 2.165 - Tema: Ciência e Tecnologia] JÁ FIZEMOS E VAMOS FAZER AINDA MAIS: CIÊNCIA E TECNOLOGIA A inovação abre caminhos para o futuro. No nosso governo, a Ciência e Tecnologia tiveram prioridade, com investimentos que ampliaram a oferta de cursos profissionalizantes e deram visibilidade à produção científica capixaba. E vamos fazer muito mais, fortalecendo a inclusão digital nas escolas da rede estadual e reorganizando o ambiente de inovação do ES. É hora de voltar a crescer! 😊 #Casagrande40 #ÉhoraDeVoltarACrescer #Investimentos #CasãoJáFez #CasãoVaiFazerAindaMais. [\[https://www.facebook.com/renatocasagrande/photos/a.483645238357706/1863739357014947/\]](https://www.facebook.com/renatocasagrande/photos/a.483645238357706/1863739357014947/)

	<p>Card 16 [Data: 24/08/2018 - Engajamento: 1.624 - Tema: Educação] ESCOLA EM TEMPO INTEGRAL: PARCERIA COM A COMUNIDADE Vamos ampliar o número de escolas em tempo integral, mas isso será feito com base no diálogo com as comunidades, com os bairros e os profissionais da educação. Não adianta ampliar o que não funciona. O modelo atual de formação integral não dialoga com a comunidade e essa é a primeira coisa que precisamos reverter. A jornada ampliada do aluno na escola precisa ter condições concretas para acontecer e ser acompanhada da valorização do professor. A escola não pode estar deslocada da realidade das comunidades. #ÉhoraDeVoltarACrescer #Casagrande40 #VoltaCasão [https://www.facebook.com/240383372683895/posts/1841269942595222/]</p>
	<p>Card 17 [Data: 07/09/2019 - Engajamento: 1.768 - Tema: Educação] JÁ FIZEMOS E VAMOS FAZER AINDA MAIS: CONCURSOS NA EDUCAÇÃO Não vamos admitir que faltem professores nas escolas. Na última gestão, contratamos mais de 2 mil. Nosso governo vai contratar novos educadores por concurso público e dar oportunidade para que eles se capacitem cada vez mais. E assim a gente segue em frente, dando à educação a atenção que ela merece. 😊 #Casagrande40 #ÉhoraDeVoltarACrescer #CasãoJáFez #CasãoVaiFazerAindaMais [https://www.facebook.com/240383372683895/posts/1858571690865047/]</p>
	<p>Card 18 [Data: 03/09/2018 - Engajamento: 2.893 - Tema: Emprego e renda] INCENTIVOS QUE GERAM MAIS EMPREGO E RENDA Melhorar a vida dos capixabas é investir em oportunidades que geram mais emprego e renda. E isso inclui apoiar a micro e pequena empresa, a economia solidária, a agricultura familiar e criar um ambiente favorável para que as pessoas possam empreender, ampliar seu negócio. #ÉhoraDeVoltarACrescer #Casagrande40 #EmpregoErenda. [https://www.facebook.com/240383372683895/posts/1853874774668072/]</p>
	<p>Card 19 [Data: 19/09/2018 - Engajamento: 2.873 - Tema: Cultura] É HORA DA CULTURA VOLTAR A CRESCER Hoje nosso bate papo foi com os representantes da cultura. Uma área que perdeu muito a sua força e recebeu cortes significativos nos últimos quatro anos. Precisamos voltar a olhar pela cultura com a importância que ela merece, como meio de socialização, de combate à criminalidade e como elemento da história de um povo. Recentemente, nosso país perdeu um dos grandes acervos de patrimônio histórico-cultural brasileiro: o Museu Nacional. Não podemos permitir que a cultura do nosso Estado também se perca pela falta de atenção e de investimentos. Na nossa gestão, criamos o Fundo de Cultura do Espírito Santo (Funcultura) e garantimos recursos para valorizar e incentivar as raízes culturais do povo capixaba. Também instituímos o Plano Estadual de Cultura e criamos o Programa Cultura Presente. Queremos retomar estas iniciativas e dar condições para que as nossas tradições estejam sempre presentes no dia a dia e na memória do povo capixaba. Vamos juntos! 😊 #Casagrande40 #ÉhoraDeVoltarACrescer [https://www.facebook.com/240383372683895/posts/1872981552757394/]</p>
	<p>Card 20 [Data: 17/09/2018 - Engajamento: 2.750 - Tema: Desemprego e economia] REDUZIR O DESEMPREGO É A MAIOR MISSÃO DO PRÓXIMO GOVERNO É preciso recuperar o ritmo da economia do nosso Estado. Está faltando emprego para muitos capixabas: Já são 12,5% de desocupação e 264 mil pessoas à procura de trabalho e vivendo na incerteza, sem saber como irão sustentar a si mesmos e a suas famílias. Um índice alarmante e em muito provocado por uma política econômica desastrosa, desde 2015, mas que se agravou com a política de austeridade do atual governo estadual. O Estado está parado, e a atual gestão insiste em congelar obras e projetos, trazendo sérios prejuízos à economia e à sociedade. Em 2014, nosso governo investiu R\$ 1,9 bilhão em obras, mas esse número caiu 87% no primeiro ano do governo atual, que destinou só R\$ 250 milhões. Apenas 13% do orçamento público. Redução que se deu principalmente em setores essenciais. Curiosamente, os investimentos em Administração Geral - manutenção de prédios e estruturas de Governo - foi o único que se manteve praticamente inalterado (e os gastos com uso de helicópteros continuam sob sigilo). É preciso incentivar a criação de novos postos de trabalho, ampliar a oferta de qualificação profissional e fortalecer o agronegócio. Também é fundamental desenvolver políticas de crédito, apoiar as cooperativas e o micro e pequeno empresário. De nada adianta ter superávit em caixa e deixar o cidadão prejudicado. O capixaba quer trabalhar e é dever do Estado garantir a ele este direito. E nós assumimos o compromisso de lutar por isso. #EmpregoERenda #ÉhoraDeVoltarACrescer #VoltaCasão [https://www.facebook.com/240383372683895/posts/1829922647063285/]</p>
	<p>Card 21 [Data: 22/09/2018 - Engajamento: 2.107 - Tema: Juventude] VEM COM A GENTE, JUVENTUDE!O nosso bate papo com a juventude hoje foi muito produtivo! Debates propostas para trazer mais oportunidades aos jovens. Na nossa gestão, lançamos o “Plano Juventude Viva”, em parceria com o Governo Federal, com programas de incentivo ao trabalho, educação, saúde, cultura, esporte e acesso à justiça. Vamos retomar estas iniciativas e investir na educação e qualificação profissional, com foco para as áreas tecnológicas, aumentar a oferta de bolsas para o jovem de baixa renda, apoiar o acesso à terra, ao crédito, aos meios de produção e à educação básica. Também é preciso incentivar o espírito empreendedor, a entrada dos jovens no mercado de trabalho e fortalecer o enfrentamento à violência, com prioridade para a juventude negra. Estas são algumas ações para levar mais proteção social e oportunidades aos jovens capixabas. Cuidar da juventude é prioridade no governo #Casagrande40. #ÉhoraDeVoltarACrescer [https://www.facebook.com/240383372683895/posts/1876303949091821/]</p>

	<p>Card 22 [Data: 21/09/2018 - Engajamento: 1.692 – Tema: Saúde] JÁ FIZEMOS E VAMOS FAZER AINDA MAIS: SAÚDE Nosso governo entregou o hospital Dr. Jayme Santos Neves, na Serra. Totalmente equipado, com profissionais especializados e atendimento humanizado. E nós vamos investir em mais hospitais: vamos colocar pra funcionar o Hospital Geral de Cariacica! #Investimentos #CasãoJáFez #CasãoVaiFazerAindaMais [https://www.facebook.com/240383372683895/posts/1861844247204458/]</p>
--	---

Elaborado pela autora

Embora os temas do grupo 2 do período eleitoral sejam mais distintos, trazem características muito semelhantes entre si, por exemplo, o público destinatário para quem Casagrande se dirige ou soluções parecidas para demandas diferentes como tecnologia e inovação que aparece nos temas Educação, Ciência e Tecnologia, por isso, serão analisados em conjunto. As estratégias do *logos*, *pathos* e *ethos* aparecem em simbiose equilibrando argumentação por meio de dados e fatos e pela emoção.

O tema de destaque do grupo 2 é a Segurança formado por duas postagens (card 9, card 10) que somadas chegam a 5.053 de engajamento (6%). Tanto a postagem de 16 de agosto quanto a de 26 de setembro enfatizam o aumento da violência quando Casagrande estava fora do governo, os resultados alcançados na primeira gestão como governador e o Programa *Estado Presente*. Identifica-se que Casagrande dedica atenção especial ao tema, o que pode ser explicado pela crise da segurança no Espírito Santo, especialmente em fevereiro de 2017, quando a Polícia Militar entrou em greve, ainda durante o governo de Paulo Hartung. Foram 21 dias sem efetivo policial nas ruas, em que os capixabas passaram por muitos momentos de tensão, medo e violência, registrando mais de 200 mortes e vários comércios saqueados. A população viu seu direito de ir e vir cerceado⁷⁹. Esse momento foi apreendido pelo discurso de Casagrande, que nas postagens também usou a estratégia de ataque ao governo Paulo Hartung, conhecido pela gestão fiscal, pois para Renato, o equilíbrio econômico não pode estar acima de investimentos em áreas prioritárias, como a segurança.

Casagrande também enfatiza o programa *Estado Presente: em defesa da vida*, criado por ele e implantado em 2011, na sua primeira gestão como governador. O programa trabalha em dois eixos: controle da criminalidade e prevenção à violência, portanto foca em reduzir a criminalidade integrando ações preventivas da polícia com ações de proteção e desenvolvimento social para afastar crianças e jovens do tráfico de drogas, por isso é

⁷⁹ O governo Paulo Hartung alegava que a greve era chantagem e policiais foram indiciados por crimes de revolta. Em 25 de fevereiro de 2017, o governador Paulo Hartung assinou um decreto para reestruturação da PM. A criação de companhias independentes e novos Comandos de Policiamento Ostensivo estão entre as medidas (GAZETAONLINE, 2017).

desenvolvido em conjunto com outras secretarias de governo como a Secretaria da Ciência, Tecnologia, Inovação, Educação Profissional e Desenvolvimento Econômico (Sectides) e a Secretaria de Trabalho, Assistência e Desenvolvimento Social (Setades). De fato, o Programa *Estado Presente* teve reconhecimento para além do Espírito Santo. Um estudo sobre o impacto do Programa como política para área da segurança, realizado pelo Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA)⁸⁰, vinculado ao Ministério da Economia, informa que com o *Estado Presente*, o Espírito Santo conseguiu sair dos três primeiros lugares entre os estados mais violentos do país, ocupado entre 1980 até 2010, e diminuiu em 10,2% o número de homicídios entre 2010 e 2014. Casagrande combina dados positivos do seu primeiro governo com as promessas, caso ele assumira o ES pela segunda vez e dados negativos da gestão de seu adversário, especialmente de 2017.

Quando se observa os *cards* sobre Segurança, somados aos textos-legendas, nota-se que há um intuito comparativo entre a gestão PH e a gestão RC, num jogo de sentidos de emoções negativas entre cólera, tensão, temor, insegurança, violência, medo e tristeza para representar todas as perdas e transtornos da crise de 2017 e emoções positivas com as promessas de segurança, paz e tranquilidade para a sociedade e de valorização profissional, condições de trabalho e entrega de viaturas para os policiais.

A crítica, a comparação à gestão Paulo Hartung e o acionamento de emoções negativas também estão presentes em mais quatro temas: Cultura; Educação; Emprego e renda; Desemprego e economia. No tema Cultura (card 19), no dia 19 de setembro, Casagrande traz à tona o incêndio de grandes proporções que aconteceu no mesmo mês, no Museu Nacional (RJ), com significativa perda histórica e cultural – um momento de lamento, tristeza e indignação – e tenta associar esses afetos numa comparação apelativa com a realidade cultural do Espírito Santo quando coloca: “*Não podemos permitir que a cultura do nosso Estado também se perca pela falta de atenção e de investimentos*”; No tema Educação (card 16, card 17), postagem de 24 de agosto, quando o candidato critica o programa de escola em tempo integral⁸¹ estadual, pois o modelo capixaba foi implantado no governo Paulo Hartung,

⁸⁰ Uma avaliação de impacto de política de segurança pública: o Programa Estado Presente do Espírito Santo (CERQUEIRA, 2020).

⁸¹ A proposta da escola em tempo integral que foi aprovada no Plano Nacional de Educação 2014-2024, sob a Lei nº 13.005, em 15 de junho de 2014, foca no melhoramento do ensino das escolas públicas e repensa a prática pedagógica, a organização curricular e o uso do espaço escolar modernizado, ampliando o desenvolvimento físico, intelectual, social e cultural do aluno, com carga horária igual ou superior a 7 horas durante o ano letivo.

instituído pela Lei Complementar nº 799, de 15 de junho de 2015, denominado *Escola Viva*. As críticas de Casagrande são desde sua origem⁸² por acreditar que não havia diálogo com a comunidade formada por professores, alunos e seus familiares⁸³. Na mesma postagem, no card 16, a frase diz que “*É inadmissível fechar escolas em pleno ano letivo*”, outra crítica ao governo Paulo Hartung que realmente fechou escolas⁸⁴, pois poderia prejudicar alunos letivos, assim Renato Casagrande joga, mesmo que de forma menos apelativa, com a tensão, se não um pouco de medo ou raiva, por ativar a memória de públicos específicos (professores e alunos) que estiveram naquele período que ele caracteriza como sem diálogo com a comunidade; Já nos temas Emprego e renda (card 18) e Desemprego e economia (card 20) nos dias 03 e 17 de setembro, respectivamente, Renato Casagrande se vale de dados de setores da economia e informações de áreas específicas do governo para atacar de forma direta e apelativa o ex-governador Paulo Hartung. Observa-se a estratégia de denegação (CHARAUDEAU, 2006), não identificada nas outras postagens com mais engajamento do período eleitoral uma vez que cita ações do adversário a serem lidas como comprometedoras, um risco assumido pelo candidato que atua com provas ou com blefe, e poderia ter que comprovar suas acusações. Também se observa o uso da difamação (ARISTÓTELES, 2000) clara nessas e em outras postagens que visam o descrédito do governo PH.

Compreende-se, assim, que os ataques são mais incisivos nas postagens sobre Emprego e Desemprego (card 18, card 20) porque são muito focadas na economia, área de domínio de Paulo Hartung, conhecido pela política de gestão fiscal. Dessa forma, Casagrande parece procurar atingir o ponto mais importante do governo de Hartung. Ele ainda coloca que o governo PH preocupa-se mais com dinheiro no caixa do estado do que com a qualidade de vida das pessoas, pois sem trabalho, não tem salário e o sustento familiar fica prejudicado. Munido de indicadores econômicos, o candidato quer mostrar que entende tão bem de economia quanto seu adversário, mas aponta como diferencial seu olhar para empresas de pequeno e médio porte e pequenos empreendedores, tanto da cidade quanto do campo, para que a economia gire em torno das localidades.

A meta 6 prevê que a educação em tempo integral seja instituída no mínimo em 50% das escolas públicas e atender pelo menos 25% dos alunos da educação básica.

⁸² Casagrande critica implantação do projeto *Escola Viva* (SÉCULO DIÁRIO, 2015).

⁸³ O *Escola Viva* recebeu críticas da comunidade e de outros políticos como o deputado Sérgio Majeski (PSB) e foi aprovado na Ales sob protestos dos estudantes (SÉCULO DIÁRIO, 2015).

⁸⁴ Na sessão de prestação de contas em 2016, o ex-governador Paulo Hartung respondeu ao deputado Sérgio Majeski que não considera o fechamento de escolas um problema, visto que como o tamanho das famílias está diminuindo, a demanda por Educação é menor, assim o dinheiro de uma escola sem uso, pode ser aplicado em outra para melhorar a qualidade de ensino (GAZETAONLINE, 2016).

A valorização e a inclusão das pessoas são argumentos presentes em quase todas as publicações, diferenciando-se de acordo com os públicos citados. No tema Esporte (card 11, card 12) e no tema Cultura (card 19), o candidato trabalha como caminhos para a inclusão social e para o afastamento de crianças e jovens do tráfico de drogas. Para tangibilizar suas promessas, Casagrande cita o programa *Campeões do Futuro*, criado na sua primeira gestão, para oferecer acesso gratuito ao esporte nos 78 municípios capixabas para crianças e adolescentes entre 6 e 17 anos prioritariamente em áreas de vulnerabilidade social e o *Cultura Presente* que faz parte do Programa *Estado Presente* que visa a prevenção e redução da criminalidade.

O incentivo ao empreendedorismo, à tecnologia e à inovação perpassam os temas Emprego e renda (card 18), Educação (card 16, card 17), Juventude (card 21), Ciência e Tecnologia (card 14, card 15), que são mais focados nos públicos jovens, professores e pesquisadores. Para os professores, a promessa é de concurso público e capacitação e para alunos qualificação profissional, empreendedorismo e escola de tempo integral, enfatizando ainda ações para jovens negros e/ou de baixa renda que não competem em igualdade de oportunidades de estudo e de trabalho. Nas postagens sobre Ciência e Tecnologia, o endereçamento do discurso é para a comunidade científica, e a ênfase é o incentivo à produção científica. Pode-se observar que é um esforço para dar voz a esses profissionais e colaborar com a melhoria da qualidade de vida através de ações inovadoras. Os temas estão na mesma área de argumentação da tecnologia, inovação e coletividade e o candidato faz colocações como: “*programas de incentivo ao trabalho*”; “*educação e qualificação profissional*”; “*áreas tecnológicas*”; “*incentivar o espírito empreendedor*”; “*reorganizar o ambiente de inovação do ES*”; “ *cursos profissionalizantes*”; “*inclusão digital*”.

Das 26 postagens, o tema Mobilidade (card 13) apareceu somente uma vez, mas foi suficiente para alcançar um bom engajamento (4,1%). O tema abordado em 13 de setembro tratava de uma proposta bem específica, a implantação do sistema aquaviário. Na Grande Vitória, o sistema de transporte aquaviário funcionou entre as décadas de 1970 e 1990, atendendo mais de 400 mil capixabas dos municípios de Vitória e Vila Velha, mas foi suspenso devido ao alto custo de manutenção. O retorno do modal é apresentado por Renato Casagrande, tendo em vista o aumento de veículos nas ruas e as limitações viárias para se chegar à capital, o que afeta o trânsito e o resultado são os congestionamentos apontados pelo candidato. Essa,

portanto, parece ser uma das principais propostas dele para desafogar o trânsito na Segunda (Ponte do Príncipe) e na Terceira (Ponte Deputado Darcy Castello de Mendonça) Pontes. A nova proposta de mobilidade sobre a água, segundo Casagrande, será integrada ao sistema de transporte coletivo (Transcol) e também incentivaria outra área, o turismo, uma vez que o sistema permitiria apreciar ícones locais como o Convento da Penha, o Morro do Moreno e a Terceira Ponte. É uma promessa que ainda não saiu do papel. O foco desta postagem é a qualidade de vida. Como aponta para o futuro não há ligações aqui com seu primeiro governo, como é habitual em praticamente todas as postagens analisadas que buscam acionar efeito de credibilidade e experiência (*ethos*). A imagem de uma barca projetada perto da Praça do Papa num dia de sol, com o número 40 (card 13), direciona ou fortalece a projeção mental de que a promessa pode se tornar realidade pela gestão Casagrande (cujo partido recebe o número 40), e também tenta jogar ainda com o possível saudosismo da população capixaba que usou o modal no passado.

Outra postagem que traz como destaque a qualidade de vida e a realização de obras é a do tema Saúde, publicada dia 21 de setembro (card 22) quando faltavam 16 dias para a votação. Dentre as 25 postagens com mais engajamento, foi responsável pelo menor desempenho neste quesito, apenas 2% e embora Casagrande cite a saúde em outras postagens como no grupo 1 (22/08, 08/09, 22/09, 04/10/2018), essa é a única focada especificamente no tema. A saúde foi tratada de forma menos explicativa e emocional, porque o candidato é direto para falar da entrega da obra do Hospital Dr. Jayme Santos Neves⁸⁵ e da promessa do Hospital Geral de Cariacica, sem incluir agradecimentos, pedidos, comparações e sem citar emoções e desejos como usado anteriormente: “*vamos juntos, de mãos dadas*”, “*Agradeço a todos que somam forças nessa caminhada*”, “*melhorar a vida dos capixabas é investir em oportunidades...*”, “*com humildade e confiança, recebo o resultado da pesquisa...*”, entre outros. Mas, citar a entrega do maior hospital público do Espírito Santo, que ocorreu no final de 2013, destaca uma grande conquista daquele período para a área da saúde, mostrando que o candidato tem capacidade de trabalhar e de entregar obras. A postagem traz como promessa mais investimentos em hospitais e atendimento humanizado. Embora, aparentemente, nas 26 postagens com mais engajamento, Saúde tenha circulado de forma geral, sem uma atenção específica, tornou-se em 2021, a prioridade não só do governo estadual, mas do mundo todo, tendo em vista a pandemia da Covid-19 (Sars-Covid-19).

⁸⁵ O hospital Jayme Santos Neves foi concluído e entregue em 11 de novembro de 2013, segundo informações do site oficial do governo (SESA, 2013).

Como visto, o candidato trabalha bastante o passado e o futuro, citando ações da primeira gestão e promessas caso vença a eleição, portanto os argumentos lógicos reforçam o discurso de experiência e competência na gestão pública (*logos, ethos*). A recorrente tentativa pela valorização das pessoas e do coletivo dá a entender que o desenvolvimento precisa ser sustentável (social, econômico e ecológico) e com isso, o candidato chama a responsabilidade para si, para passar através do diálogo, compromisso, seriedade e competência (*ethos, pathos*). Essa mescla entre a primeira gestão, promessas e diálogo com os públicos também compõem a criação dos cards que enfatizam resultados alcançados e projetos de futuro, dando o tom de força, segurança e confiança de quem sabe o que está fazendo na voz passiva “*Foram R\$100 milhões de orçamento para à Ciência e Tecnologia em 2014. Antes de 2011 esse valor era de R\$ 3 milhões*” quanto na voz ativa “*Quero apoiar a micro e pequena empresa, a economia solidária, a agricultura familiar e criar um ambiente favorável para que as pessoas possam empreender, ampliar seu negócio*”. A aproximação física de Renato Casagrande entre os públicos assim como no grupo 1 “Agenda eleitoral” também acontece no grupo 2 “Propostas de governo”, e destacam a pluralidade das pessoas: estudantes, professores, pesquisadores, brancos, negros, mulheres, crianças e jovens, denotando que o candidato está presente e ouve as respectivas pautas.

A crítica à gestão Paulo Hartung permeia as postagens do grupo 2, e mostra que ele se manteve como principal adversário de Renato Casagrande, mesmo que PH não tenha sido candidato nas eleições de 2018, e o socialista não polarizou com a senadora Rose de Freitas (MDB) e nem com Carlos Manato (PSL), embora este fosse do grupo político oposto. Rose em agosto de 2018 tinha 13% nas pesquisas e em outubro terminou com 11%, e Manato de 4% cresceu para 14%, mas não chegou a apresentar grande ameaça.

Observa-se que a campanha eleitoral de Casagrande seguiu os três momentos colocados pela marqueteira Bete Rodrigues em entrevista à Helena de Almeida Macedo: 1) contar sua história e suas competências, 2) elaborar e apresentar um plano de governo e 3) pedir o voto. (RORIGUES, 2007 apud MACEDO, 2010).

As estratégias discursivas que compõem todo o período eleitoral mostram um constante esforço de associar emoções positivas ao discurso de Casagrande, emoções negativas ao seu adversário Paulo Hartung, e a construção e manutenção de uma memória. Como coloca Orlandi (1999; 1998) a linguagem não é transparente e o discurso são efeitos de sentidos entre

o emissor e o receptor, assim, a formação discursiva inclui o contexto histórico e social, dessa forma a memória faz parte do discurso. A memória discursiva (Pechêux, 1977 apud ORLANDI, 1999) somada as histórias profundas, que como explicado por Courtine (2017), são lembranças de momentos históricos e despertam emoções numa coletividade, formam um composto claro no discurso de Casagrande porque além de fazer lembrar as conquistas de seu mandato, destacando credibilidade e experiência como base para creditar promessas, faz lembrar no eleitor momentos pelos quais não se quer passar novamente como medo, tristeza ou raiva, buscando afeta-lo de forma que aja em favor de Casagrande, o veja como o melhor candidato e isso se traduza no voto.

3.5 RENATO CASAGRANDE – ANÁLISE DAS 25 POSTAGENS COM MAIS ENGAJAMENTO NO PERÍODO GOVERNAMENTAL (01/01/2019 – 30/06/2019)

Para a seleção das 25 postagens com mais engajamento do período governamental, foram usados os mesmos critérios de seleção e organização do período eleitoral. Reitera-se que as 25 postagens significam 10% do total de publicações (250) dos seis primeiros meses de mandato. A partir da leitura das postagens, se identificou os assuntos tratados por Renato Casagrande para organiza-los em temas e separá-los em grupos.

Tabela 3 – 25 postagens com mais engajamento (Período governamental)

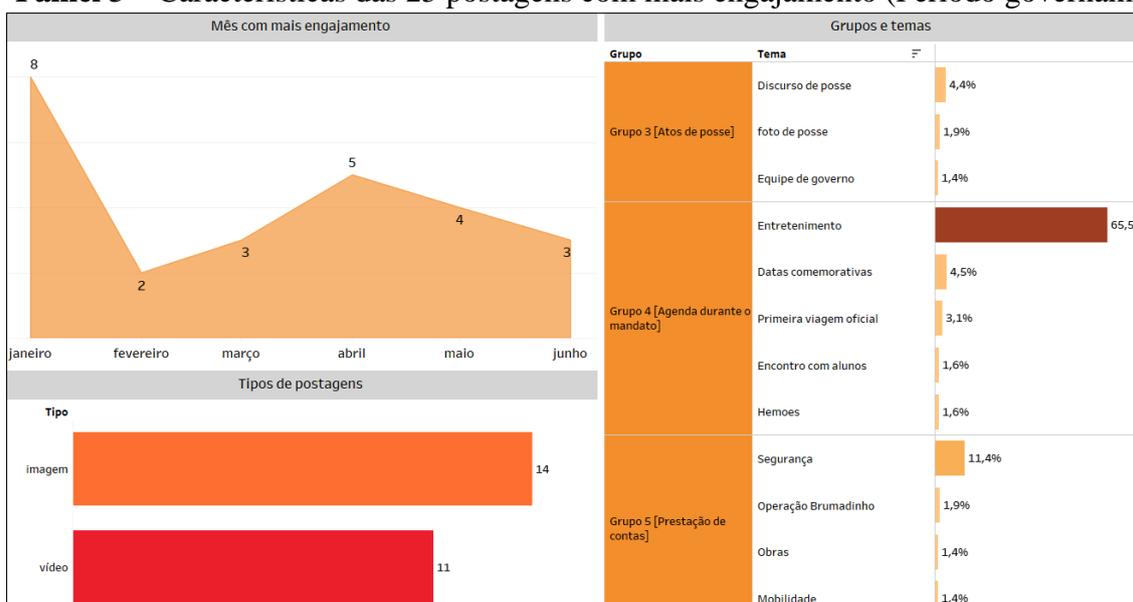
Post	Data	Engajamento
O Espírito Santo está em festa. Jeremias Reis é o campeão da temporada 2019 do programa The Voice Kids. Jeremias o povo capixaba está orgulhoso por testemunhar sua v...	14/04/2019	26.818
Hoje estivemos na Faculdade de Música do Espírito Santo (FAMES) para receber e parabenizar o capixaba Jeremias Reis. Assim como anunciamos anteriormente colocamos ...	15/04/2019	10.493
Hoje é dia de The Voice Brasil Kids e o Espírito Santo está na final! Vamos torcer e votar com muito orgulho no talento do Jeremias. Estamos confiantes na sua vitória! Mas i...	14/04/2019	7.805
Bom dia amigos! Acabei de encontrar com o Jeremias Reis nosso representante no The Voice Kids. Ele está embarcando para o Rio de Janeiro para se apresentar amanhã. De...	16/03/2019	5.123
Valeu Jeremias Reis! Parabéns pela vitória em mais uma fase do Programa The Voice Kids. Seu talento e carisma conquistaram todos nós capixabas e agora todo o Brasil!	17/03/2019	3.269
FECHANDO A FERIDA: Boa tarde amigos! A Assembleia Legislativa aprovou na manhã de hoje o projeto de lei complementar de nossa autoria que concede a anistia aos 2 6...	16/01/2019	2.655
UMA NOVA PÁGINA NO COMBATE À VIOLÊNCIA O Espírito Santo começa a virar a triste página da desorganização no combate à violência. Após a segurança pública ficar em ...	03/02/2019	2.534
Discurso de posse no Palácio Anchieta.	01/01/2019	1.921
Discurso de posse na Assembleia Legislativa.	01/01/2019	1.754
Olá! Hoje às 21h30 vai ao ar o programa GloboNews Política com a minha participação junto ao repórter Gerson Camarotti e o Senador Major Olimpio discutindo sobre o de...	24/05/2019	1.586
Renato Casagrande updated their profile picture. [foto de governo]	27/02/2019	1.585
Demos hoje mais um passo para a reestruturação da Segurança Pública com a entrega de 50 novas viaturas caracterizadas para a Polícia Civil que serão utilizadas nos traba...	24/06/2019	1.561
Bom dia amigos! Na madrugada deste domingo (27) a equipe de Operações com Cães K9 saiu do nosso QCG na Enseada do Suá em Vitória com destino a Brumadinho em Mi...	27/01/2019	1.553
Renato Casagrande was live. [Reunião em Brasília - Economia; Segurança; Infraestrutura]	09/01/2019	1.415
Descansando do almoço da melhor forma possível: batendo um papo com os alunos do 4º ano da Escola Expoente em Castelo. Aproveitei o tempo para contar um pouco da m...	30/05/2019	1.329
A segunda-feira começou de forma muito especial para mim. Mais do que incentivar boas ações acredito na importância de praticá-las. Por isso logo cedo estive no Hemoes...	08/04/2019	1.324
Depois de participar da Adoração do Divino momento importante neste feriado participei à tarde do 15º Festival da Torta Capixaba na Ilha das Caieiras. Para quem está po...	19/04/2019	1.298
Estamos em Conceição da Barra prestigiando a maior moqueca do mundo com a presença do fiscal do Guinness Book. São 180 quilos de peixe feitos na tradicional panela de b...	29/06/2019	1.268
Tive a grande alegria de me encontrar hoje com a brilhante atriz Nicete Bruno e o ator Edwin Luisi. Eles estão passando os finais semana no Espírito Santo gravando o filme ...	16/05/2019	1.238
Meu desejo de muita paz saúde e todo amor do mundo a todas as mães que podem hoje receber um abraço dos seus filhos e também as que em oração podem abençoá-los...	12/05/2019	1.238
Olá amigos. Sancionei agora a Lei que concede anistia das penalidades e procedimentos administrativos aos policiais militares que participaram do movimento reivindicatô...	16/01/2019	1.204
Começamos o sábado em Itarana onde estamos entregando à população mais uma obra: a pavimentação da Rodovia ES-484 no trecho entre Itarana e Rizzi. O investimento d...	23/03/2019	1.193
Renato Casagrande was live. [Reunião em Brasília pautas sobre o Espírito Santo]	09/01/2019	1.173
Bom dia! Na manhã desta quarta-feira (02) realizamos a primeira reunião oficial com a equipe de governo e apresentamos a oportunidade para apresentar os secretários e ...	02/01/2019	1.170
Renato Casagrande was live. [mobilidade; inovação - Transcol]	24/06/2019	1.130

Fonte: Tableau Public – Elaborado pela autora

Observa-se que da postagem com engajamento mais alto para o mais baixo há um número muito discrepante, pois a primeira tem 26.818 e a última 1.130 e o tema dessa postagem mais engajada é completamente diferente do restante, pois não tratava sobre política, como se verá

com mais detalhes no Quadro 4. A planilha do período governamental também foi inserida no Tableau Public para gerar a visualização. Não foi identificado, a partir da busca na biblioteca de anúncios do Facebook, impulsionamento de conteúdo em nenhuma das publicações selecionadas, por isso, não há especificação de investimento na Tabela 3 e no Painel 3.

Painel 3 – Características das 25 postagens com mais engajamento (Período governamental)



Fonte: Tableau Public – Elaborado pela autora

Diferente do período eleitoral, no período governamental dois meses tiveram mais postagens sendo janeiro (8), com intuito de mostrar no Facebook que o governador eleito, iniciou efetivamente o trabalho no segundo mandato e abril (5) que teve como assunto principal a participação e vitória do capixaba Jeremias no programa The Voice Kids, como será detalhado no Quadro 4. Outra diferença é o tipo de postagem, enquanto nas postagens com mais engajamento do período eleitoral sobressaiu aquelas com imagem (card ou foto), no período governamental não houve grande diferença, sendo 14 postagens com foto e 11 com vídeo, sendo sete ao vivo (*lives*) e quatro gravados. Nas redes sociais digitais, o vídeo engaja mais porque é mais pessoal, dinâmico, versátil e transmite autoridade daquele que fala (MLABS, 2017).

As 25 postagens foram organizadas em três grupos. Grupo 3 intitulado “Atos de posse”, porque as postagens estão principalmente focadas no discurso de posse e na composição da equipe de governo, momento em que o governador apresenta diretrizes de como serão os quatro anos de mandato, o grupo 3 corresponde à 7,7% do engajamento e as postagens de destaque são do discurso de posse (4,4%). O grupo 4 “Agenda durante o mandato”

corresponde à reuniões e encontros dentro ou fora da política, os quais o governador eleito realizou nos seis primeiros meses. Foram categorizados cinco temas no grupo 4: Entretenimento (65,5%); Datas comemorativas (4,5%); Primeira viagem oficial (3,1%); Encontro com alunos (1,6%); e Hemoes (1,6%). O tema Entretenimento é o mais engajado de todas as 25 postagens analisadas.

Já o grupo 5 foi intitulado de “Prestação de contas” porque o governador utiliza as redes digitais para o cumprimento de promessas como entrega de projetos e de obras no intuito de demonstrar para seus eleitores os resultados como governador. Os temas que compõem o grupo 5 são: Segurança (11,4%); Operação Brumadinho (1,9%); Obras (1,4%) e Mobilidade (1,4%). Assim como no período eleitoral, a segurança aparece como um dos temas mais engajados, reforçando a importância que o governador direciona no discurso para esta área.

Tabela 4 – 25 postagens com mais engajamento categorizadas (Período governamental)

Grupo	Tema	Post	Data	Tipo	
Grupo 3 [Atos de posse]	Discurso de posse	Discurso de posse no Palácio Anchieta.	01/01/2019	vídeo	1.921
		Discurso de posse na Assembleia Legislativa.	01/01/2019	vídeo	1.754
	foto de posse	Renato Casagrande updated their profile picture. [foto de governo]	27/02/2019	imagem	1.585
Grupo 4 [Agenda durante o mandato]	Equipe de governo	Bom dia! Na manhã desta quarta-feira (02) realizamos a primeira reunião oficial com a equipe de governo e apresentamos a oportunida..	02/01/2019	vídeo	1.170
		O Espírito Santo está em festa. Jeremias Reis é o campeão da temporada 2019 do programa The Voice Kids. Jeremias o povo capixaba es..	14/04/2019	imagem	26.818
	Entretenimento	Hoje estivemos na Faculdade de Música do Espírito Santo (FAMES) para receber e parabenizar o capixaba Jeremias Reis. Assim como an..	15/04/2019	imagem	10.493
		Hoje é dia de The Voice Brasil Kids e o Espírito Santo está na final! Vamos torcer e votar com muito orgulho no talento do Jeremias. Esta..	14/04/2019	imagem	7.805
		Bom dia amigos! Acabei de encontrar com o Jeremias Reis nosso representante no The Voice Kids. Ele está embarcando para o Rio de Ja..	16/03/2019	vídeo	5.123
	Datas comemorativas	Valeu Jeremias Reis! Parabéns pela vitória em mais uma fase do Programa The Voice Kids. Seu talento e carisma conquistaram todos nó..	17/03/2019	imagem	3.269
		Tive a grande alegria de me encontrar hoje com a brilhante atriz Nicete Bruno e o ator Edwin Luisi. Eles estão passando os finais semana ..	16/05/2019	imagem	1.238
		Depois de participar da Adoração do Divino momento importante neste feriado participei à tarde do 15º Festival da Torta Capixaba na ..	19/04/2019	imagem	1.298
		Estamos em Conceição da Barra prestigiando a maior moqueca do mundo com a presença do fiscal do Guinness Book. São 180 quilos de p..	29/06/2019	imagem	1.268
		Meu desejo de muita paz saúde e todo amor do mundo a todas as mães que podem hoje receber um abraço dos seus filhos e também as q..	12/05/2019	imagem	1.238
Primeira viagem oficial	Renato Casagrande was live. [Reunião em Brasília - Economia; Segurança; Infraestrutura]	09/01/2019	vídeo	1.415	
	Renato Casagrande was live. [Reunião em Brasília pautas sobre o Espírito Santo]	09/01/2019	vídeo	1.173	
Encontro com alunos	Descansando do almoço da melhor forma possível: batendo um papo com os alunos do 4º ano da Escola Expoente em Castelo. Aproveitei..	30/05/2019	vídeo	1.329	
Hemoes	A segunda-feira começou de forma muito especial para mim. Mais do que incentivar boas ações acredito na importância de praticá-las. P..	08/04/2019	imagem	1.324	
Grupo 5 [Prestação de contas]	Segurança	FECHANDO A FERIDA: Boa tarde amigos! A Assembleia Legislativa aprovou na manhã de hoje o projeto de lei complementar de nossa au..	16/01/2019	imagem	2.655
		UMA NOVA PÁGINA NO COMBATE À VIOLÊNCIA O Espírito Santo começa a virar a triste página da desorganização no combate à violência..	03/02/2019	imagem	2.534
	Olá! Hoje às 21h30 vai ao ar o programa GloboNews Política com a minha participação junto ao repórter Gerson Camarotti e o Senador ..	24/05/2019	imagem	1.586	
	Demos hoje mais um passo para a reestruturação da Segurança Pública com a entrega de 50 novas viaturas caracterizadas para a Polici..	24/06/2019	imagem	1.561	
	Olá amigos. Sancionei agora a Lei que concede anistia das penalidades e procedimentos administrativos aos policiais militares que parti..	16/01/2019	vídeo	1.204	
	Operação Brumadinho	Bom dia amigos! Na madrugada deste domingo (27) a equipe de Operações com Cães K9 saiu do nosso QCG na Enseada do Suá em Vitor..	27/01/2019	vídeo	1.553
Obras	Começamos o sábado em Itarana onde estamos entregando à população mais uma obra: a pavimentação da Rodovia ES-484 no trecho e..	23/03/2019	vídeo	1.193	
Mobilidade	Renato Casagrande was live. [mobilidade; inovação - Transcol]	24/06/2019	vídeo	1.130	

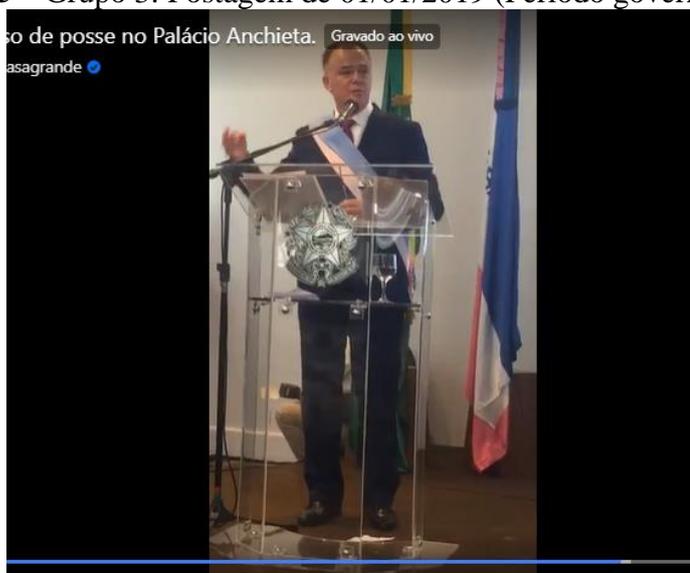
Fonte: Tableau Public – Elaborado pela autora.

O tema Entretenimento corresponde a mais de 65% do engajamento no período governamental (Painel 3) e é composto por seis postagens (Tabela 4), sendo cinco sobre a participação do capixaba Jeremias do Programa The Voice Kids e uma postagem sobre o encontro com os artistas globais Nicete Bruno e Edwin Luisi no Palácio Anchieta. Esse conjunto de postagens está categorizado como tema Entretenimento porque não trazem no seu conteúdo assuntos diretamente sobre políticas públicas. O tema “Atos de posse” é formado por quatro publicações sobre a posse do governador entre o discurso e a composição da equipe de trabalho. Datas comemorativas têm três postagens sendo duas que envolvem a

cultura capixaba e uma é a lembrança do Dia das Mães. O tema Primeira viagem oficial é composto por duas *lives* gravadas na primeira viagem e agenda oficial a Brasília como governador. Os temas Encontro com alunos e Hemoes tem engajamento mais baixo do que as outras publicações, sendo a primeira um encontro mais descontraído com estudantes de uma escola de Castelo, cidade natal do governador, e a segunda um incentivo por parte dele à doação de sangue, respectivamente. O tema Segurança é composto por cinco postagens sendo o mais engajado do grupo 5 e aborda a resolução de algumas questões da greve de 2017. O tema Operação Brumadinho destaca a participação do ES na tragédia ambiental em Minas Gerais. Os temas Obras e Mobilidade, cada um com uma postagem, abordam entregas do governo Casagrande no segundo mandato.

As quatro postagens que compõem o grupo 3, as treze que compõem o grupo 4 e as oito do grupo 5 são analisadas considerando a categorização dos 12 temas, sendo que uma delas está em destaque para ilustrar e o restante está organizado em quadros com a transcrição do texto- legenda e imagem reduzidos e, das postagens com vídeo que tem discurso direto de Renato Casagrande, alguns trechos também foram transcritos, para que o leitor compreenda melhor as descrições e interpretações do período governamental. Destaca-se de antemão que as estratégias discursivas identificadas no período governamental também consideram os recursos do *logos*, *ethos* e *pathos*, mas com evidência para os dois últimos. O já governador, embora atribua no seu discurso a crítica à gestão Paulo Hartung não dá ênfase como o fez durante o período eleitoral. O acionamento de emoções negativas é contido e aparece pouco, pois o discurso de Casagrande está mais próximo de emoções positivas e resultados do novo mandato.

Figura 5 – Grupo 3: Postagem de 01/01/2019 (Período governamental)



Facebook, 2019. Elaborado pela autora

A Figura 5 corresponde à *live* do discurso no Palácio Anchieta e obteve o maior engajamento do grupo 3 “Atos de posse”, ao todo com quatro postagens listadas no Quadro 3. Todas as 25 postagens do período governamental estão organizadas nos quadros por tema, ordem crescente de data, engajamento, e também se é uma publicação de imagem (foto) ou vídeo. Nos grupos 3 e 4 não há cards.

Quadro 3 – 04 postagens do Grupo 3: “Atos de posse”

	<p>Vídeo 4 [Data: 01/01/2019 - Engajamento: 1.921 - Tema: Discurso de posse] Discurso de posse no Palácio Anchieta.</p> <p>(trecho: 10’52’’ – 11’10’’) Essa faixa coube bem aqui, mas ao mesmo tempo ela tem um nível de responsabilidade muito grande...quem não sabe o que passa na cabeça da gente...nós que saímos de uma família muito humilde, muito simples, lá no interior de Castelo...</p> <p>(trecho: 11’59’’ – 12’08’’) ...então estar aqui no governo do estado pela segunda vez, é uma alegria, uma honra muito grande, mas também é uma responsabilidade que vocês não podem imaginar...</p> <p>(trecho: 12’26’’ - 13’22’’) ...que a política como profissão é a pior das profissões porque não tem dia, não tem nem dia primeiro do ano, não tem hora, não tem sábado, não tem domingo. Quem quiser ir para política como profissão, é melhor achar outra profissão que é mais cômodo, mais confortável, você fica no final de semana com sua família...é melhor...então como profissão não vale nada. Como missão, é a melhor das missões. Não há nada mais nobre do que a política bem feita, buscando a justiça com amor, com fraternidade, buscando a justiça com caridade, é de fato que nada do que você faz sem amor vale a pena. A bíblia já diz que você pode fazer tudo, pode ser caridoso, mas se não tiver amor na sua caridade não vale a pena.</p> <p>(trecho: 16’56’’ - 18’24’’) Graças à responsabilidade com que foi conduzido no campo fiscal durante os últimos oito anos, o estado conseguiu atravessar a crise sem sucumbir, as dívidas com fornecedores e servidores. Mas, as opções feitas pelo governo que a agora se encerra, custaram um preço alto no campo social e econômico [...] consequência de um modelo conservador adotado como norte para a gestão. Há quatro anos, quando entreguei o estado ao meu sucessor, entreguei uma gestão classificada com nota A pela secretaria do tesouro nacional. Hoje, quatro anos depois, recebo um estado que manteve essa classificação, mas enfrenta enormes carências em áreas essenciais como a segurança, saúde, educação e infraestrutura. Por questões meramente políticas, programas fundamentais para a melhoria da condição de vida das famílias capixabas acabaram reduzidos ou simplesmente abandonados. Por todo o Estado, dezenas de obras [...] em diversos estágios de execução, tiveram sua conclusão adiada ou continuam interrompidas.</p> <p>(trecho: 19’27’’ - 20’44’’) Fomos eleitos em outubro para retomar os investimentos em segurança pública, para retomar os investimentos em saúde, educação, qualificação profissional [...] fomos eleitos para resgatar os projetos de mobilidade metropolitana que passaram os últimos quatro anos mofando nas gavetas. Fomos eleitos para concluir as obras iniciadas no meu primeiro mandato que estão se deteriorando por abandono. Fomos eleitos para trazer do volta ao Espírito Santo, uma gestão democrática, humanista e inovadora que só se realiza com a produção de resultados concretos para o conjunto da população. Temos um compromisso inarredável com o equilíbrio fiscal porque entendemos que essa é a base para chegar a</p>
--	--

tais resultados, está aí, a cautela, o bom senso, o equilíbrio, o rigor nos projetos, na aplicação dos recursos públicos serão marcas indissociáveis do novo governo como fora no mandato anterior.

(trecho: 21'37'' - 23'28'') Voltaremos a investir na regionalização dos serviços de saúde em parceria com os municípios [...] vamos retomar o programa Estado Presente colocando novamente sobre a orientação direta do governador [...] para reduzir os crimes de homicídios, vamos enfrentar os crimes contra o patrimônio que cresceram nos últimos anos por falta de investimentos na política [...] na área da educação, adotaremos novas tecnologias e métodos de ensino [...] e incentivo à inovação [...] daremos prioridade total para o transporte coletivo, a adoção de novos modais e conclusão de obras e áreas em andamento na grande Vitória como o Portal do Príncipe e a Leitão da Silva.

(trecho: 24'47'' - 25'04'') Nossa equipe sai de uma política com traço, de comportamento mais conservador, para uma política que aponta para um presente e o futuro do estado do Espírito Santo. Pessoas novas em idade, novas também não só na idade, na atuação política e pessoas mais experientes.

(trecho: 25'11'' - 25'19'') ...que o nosso estado retome o caminho crescimento econômico, do desenvolvimento social, da pluralidade de opiniões, do diálogo, da transparência [...]

(trecho: 26'59'' - 27'14'') Há pouco na solenidade de posse, realizada na Assembleia Legislativa, falei sobre a importância de fortalecermos as demais instituições do estado e sobre a necessidade de trabalharmos juntos na construção desse novo tempo...

(trecho: 28'27'' - 28'51'') Vamos trabalhar junto ao governo federal, com o apoio da nossa bancada [...] presidente Bolsonaro também está tomando posse, acabou de tomar posse nesse momento. Nós faremos uma ponte com o governo federal para que ele possa cumprir com suas obrigações aqui no Espírito Santo.

(trecho: 32'53'' - 33'11'') Governarei os quatro anos, não governarei só os últimos meses do mandato [...] com ética, transparência, diálogo e de forma inovadora.

(trecho: 14'32'' - 16'44'') ...o que vemos no horizonte é um cenário de grandes expectativas, mas um cenário de muitas, mas muitas incertezas. Estamos apenas começando a deixar para trás, uma crise, que em seu ponto mais agudo parecia ameaçar os próprios fundamentos da nossa República [...] estagnação econômica, taxas recordes de desemprego, esgarçamento das instituições públicas [...] e profunda radicalização, profunda radicalização da política nacional. A gente viu como tivemos brigas dentro de famílias, entre amigos nesse tempo em que nós vivenciamos de disputa política...e a disputa, na verdade continua presente, o radicalismo continua presente. Ao que tudo indica, o pior da tempestade já passou, mas ainda navegamos em águas agitadas e não há nenhuma garantia que estamos em direção a um porto seguro. Cabe, portanto, ao novo presidente e a todos os governadores que hoje começam escrever uma nova página da nossa história, manter uma postura de cautela diante dos desafios que nos aguardam [...] mas para mim, cautela, em hipótese alguma, significa algum imobilismo, nem fuga das nossas responsabilidades que assumo a partir de agora com essa faixa.

[<https://www.facebook.com/renatocasagrande/videos/307712539862354/>]



Vídeo 5 [Data: 01/01/2019 - Engajamento:1.754 – Tema: Discurso de posse] Discurso de posse na Assembleia Legislativa. [<https://www.facebook.com/renatocasagrande/videos/2513838515299402/>]



Vídeo 6 [Data: 02/01/2019 - Engajamento: 1.170 - Tema: Equipe de governo] Bom dia! Na manhã desta quarta-feira (02), realizamos a primeira reunião oficial com a equipe de governo e apresentamos a oportunidade para apresentar os secretários e diretores de autarquias. Ótima quarta-feira!

(trecho: 0'03'' - 0'09'') bom dia amigos e amigas, bom dia aos que estão me acompanhando pela minha página no Facebook.

(trecho: 1'18'' - 1'24'') Alegria em estar à frente do governo, alegria, a honra e a responsabilidade de estar à frente do governo mais uma vez.

(trecho: 1'41'' - 1'57'') ...eu quero que vocês que estão acompanhando pela nossa página possam conhecer um pouco mais a nossa equipe. eu vou então aqui, dar posse simbólica, os atos no Diário oficial já foram publicados...

[<https://www.facebook.com/renatocasagrande/videos/380704412699553/>]



Foto 2 [Data: 27/02/2019 - Engajamento: 1.585 – Tema: foto de mandato] Renato Casagrande updated profile picture

[<https://www.facebook.com/renatocasagrande/photos/a.240383769350522/2096615637060650/>]

Elaborado pela autora

No grupo 3, as postagens do tema “Atos de posse” mesclam a felicidade de Casagrande por ter conquistado o segundo mandato e por sua trajetória política, além de algumas críticas mais sutis à Paulo Hartung, comparadas as do período eleitoral. Das quatro postagens que

caracterizam o grupo 3, três são *lives*, duas do discurso de Renato Casagrande no dia primeiro de janeiro, no Palácio Anchieta, sede do poder executivo (vídeo 4) e na Assembleia Legislativa (vídeo 5) e, no dia seguinte, uma *live* para apresentar a equipe de trabalho (vídeo 6). A outra postagem é a troca de foto do perfil no Facebook (foto 2) que antes era a de campanha, e naquele momento torna-se a imagem oficial de Casagrande como governador, simbolizando na rede digital a transição para o segundo mandato. Os vídeos do discurso ultrapassam meia hora cada e o de apresentação da equipe de governo tem mais de 20 minutos, por isso, não será possível fazer uma análise mais aprofundada de cada vídeo ou destacar tantos trechos haja vista que no discurso, Casagrande abarca muitos momentos históricos de sua trajetória e da política nacional e internacional, portanto, optou-se por um resumo geral das principais estratégias e os trechos do discurso de posse no Palácio Anchieta (vídeo 4) e da apresentação da equipe de governo (vídeo 6).

O governador eleito sintetiza no seu discurso de pronunciamento tanto na Ales (vídeo 5) quanto no Palácio Anchieta (vídeo 4) e na apresentação da equipe de governo (vídeo 6), as ações para o segundo mandato (2019–2022). O discurso de posse do dia primeiro de janeiro, tanto na Ales quanto no Palácio Anchieta é o mesmo. Entretanto, na Ales, Casagrande tem uma postura mais formal, voltada para o *logos* e para o *ethos*, enquanto que no Palácio Anchieta parece estar mais descontraído, mais emotivo, jogando então com o *pathos*.

Na parte que compõe os agradecimentos, o governador, além de lideranças políticas e autoridades, também cita e agradece a presença da família mais de uma vez, e de líderes religiosos de diferentes denominações, o que reforça sua atenção com os valores da família, o respeito à fé, para além do período eleitoral. Ele se coloca como um homem de fé, por várias vezes ao longo dos períodos eleitoral e governamental, mas de maneira que não atrela diretamente política e religião.

Casagrande também destaca que Jacqueline Moraes, sua vice-governadora, foi a primeira mulher e negra a assumir o cargo, isso mostra um momento histórico importante e marca a pluralidade de um governo, que busca estar próximo de grupos distintos, com espaço para o empoderamento feminino na política e oportunidade para debater pautas e dialogar com cidadãos que não estão em grupos sociais privilegiados.

Quando no discurso Casagrande cita sua trajetória política desde o início como deputado estadual até chegar ao comando do Espírito Santo lembra alguns desafios, como a luta pela não redistribuição dos *royalties* do petróleo, e suas principais realizações no governo de 2011 a 2014, como a entrega do hospital Jayme Santos Neves e dos programas que ele identifica como inovadores: “*Estado Presente*”, “*Rede Abraço*”, “*Centro de Especialidades Médicas*” e “*CNH Social*”. Assim, observa-se que Casagrande retoma estratégias utilizadas durante a campanha para reforçar o discurso trabalhado no período eleitoral como o destaque para alguns projetos e a lembrança do seu primeiro governo, para dizer que o Espírito vai voltar ao crescimento, vai retomar obras paradas e concluir outras em andamento como a Avenida Leitão da Silva. Casagrande reitera ainda algumas promessas de campanha como os investimentos em segurança pública quando cita o programa *Estado Presente* e em mobilidade urbana referindo-se ao Transcol e a outros modais, numa alusão velada ao sistema aquaviário.

Para o governador obras e programas não foram continuados e concluídos após seu primeiro mandato por questões políticas. Sabe-se que Renato Casagrande e Paulo Hartung tornaram-se adversários políticos em 2014, quando RC tentava a reeleição. Quando o governo sucessor não é de continuidade, existe uma prática de que ações do antecessor sejam silenciadas, e no caso, parte de ambos os lados, pois da mesma forma que Paulo Hartung não divulgou projetos de Casagrande, este também não o fez em relação ao seu antecessor, como apresentado no tema Educação, do grupo 2 ainda no período eleitoral.

Outro ponto que o governador marca como parte de sua gestão é a pluralidade de opinião e o diálogo, que segundo ele, não são características do seu antecessor. Casagrande destaca que o Espírito Santo recebeu nota A em gestão fiscal fornecida pela Secretaria do Tesouro Nacional, denotando equilíbrio financeiro. O Espírito Santo, tanto na gestão PH quanto na gestão RC, mantém-se bem posicionado no controle fiscal, mas Casagrande enfatiza pautas relacionadas à economia, porque quer mostrar que é um gestor eficiente, e que a responsabilidade com as contas do estado não está reservada ao seu antecessor, Paulo Hartung, que tem os governos marcados pela gestão fiscal e pelo equilíbrio econômico. Portanto, mesmo que de forma mais sucinta, a crítica à gestão PH esteve presente no dia da posse de Casagrande. A diferença que o socialista buscou frisar é que se preocupa com o desenvolvimento social, e investimentos em setores que ele considera imprescindíveis e não podem estar submetidos a um controle

rígido, assim como fez enquanto era candidato no período eleitoral, referindo-se à segurança pública.

Tanto na Ales quanto no Palácio Anchieta, o governador fala de união entre os poderes e articulação com o governo federal, inclusive, cita o presidente Bolsonaro reforçando que buscaria um diálogo aberto, independente de questões políticas, para que a gestão federal cumprisse com investimentos no Espírito Santo (nas rodovias federais e nos portos, por exemplo). A bancada federal do Espírito Santo no Congresso Nacional, é majoritariamente de direita, pelo menos seis representantes⁸⁶ estão posicionados à direita da política, mais próximos do presidente da República e mais distante do discurso de Casagrande, formando, portanto um grupo de oposição.

Em seu discurso o governador deixa claro que quer dialogar e estar mais próximo de toda a bancada federal e circular pelos diferentes entes políticos, o que na prática não se concretizou como desejado por ele, visto que seu posicionamento sobre algumas pautas vão de encontro com o que é defendido por Bolsonaro como a flexibilização do porte de armas ainda em 2019. O discurso de união e de equilíbrio, buscando marcar distância da polarização política, não se sustentou, e um ano depois caminhou no sentido contrário, mais próximo da sua fala sobre desafios, uma vez que a pandemia do novo coronavírus foi politizada e exigiu um posicionamento mais enfático do governador Renato Casagrande nas medidas de prevenção à Covid-19 que foram contrárias ao posicionamento do governo federal.

O governador empossado também destacou sua equipe de governo, classificando-a como experiente e inovadora. Atitude que se repetiu na *live* do dia 02 de janeiro (vídeo 6) e durante cerca 20 minutos apresentou cada membro de sua equipe e posou para fotos. O governador também reiterou os sentimentos de estar novamente à frente do governo do Espírito Santo. A escolha por realizar uma *live* também para a apresentação da equipe deixa claro que assim como usou as redes digitais para fazer campanha, também vai utilizar as ferramentas digitais no mandato. O ato de apresentar a equipe no ambiente digital contribui para que a população passe a conhecer aqueles que estarão na linha de frente do governo nos próximos anos. Interessante apontar que Casagrande se direciona para o Facebook como um meio, como um canal de interação mediada online que de fato é: “...*bom dia aos que estão me acompanhando*

⁸⁶ Norma Ayub (DEM), Evair de Melo (PP), Amaro Neto (PRB), Da Vitória (PPS), Dra. Soraya Manato (PSL), Lauriete (PR).

pela minha página no Facebook”; “...eu quero que vocês que estão acompanhando pela nossa página possam conhecer um pouco mais...”, ou seja, o poder do discurso no território digital é consciente, pois Casagrande se direciona demonstrando confiança, diluindo barreiras, uma vez que o discurso de posse e apresentação de governo não são feitos em praça pública. O governador usa as redes para falar nos dois primeiros dias de mandato diretamente com o eleitor, sem edição e criando uma perspectiva que corrobore seu discurso. Percebe-se então a territorialização que Casagrande constrói nas RSD, uma vez que existe frequência de postagens e uso de ferramentas para se apropriar daquele espaço e tornar sua presença, seu discurso e sua equipe mais próximos dos usuários.

Muitos da equipe de governo de Casagrande também utilizam as RSD com vistas à divulgação do trabalho e também por pretensão futura para cargos eletivos. Alguns membros do governo que estão fortemente presente nas RSD são a secretária estadual de Turismo (Setur), Lenise Loureiro, o secretário estadual de Inovação e Desenvolvimento Econômico (Sectides), Tyago Hoffmann, o secretário estadual de Segurança Pública e Defesa Social (Sesp), coronel Alexandre Ofranti Ramalho, a vice-governadora Jacqueline Moraes, dentre outros.

Considerando as postagens, especialmente dos vídeos 4, 5 e 6, o governador externa, algumas vezes, sua felicidade em estar no segundo mandato e a responsabilidade do cargo, mas demonstra mais alegria do que tensão pelos desafios do futuro. Embora argumente que a política é uma missão e não uma profissão (vídeo 4), Casagrande ascende profissionalmente como político desde a década de 1980 acumulando quase quarenta anos na vida pública. Onde há política, há poder (SODRÉ, 2006) e é preciso um desejo muito forte para manter-se no centro, o que implica muitos desafios. Macedo coloca que “política não é um jogo para acomodados. Só os positivamente ambiciosos, em termos pessoais ou sociais, vão encontrar ânimo e travar as lutas que se inserir e permanecer no poder implicam” (2010, p.20).

Figura 6 – Grupo 4: Postagem de 14/04/2019 (Período governamental)



Facebook, 2019. Elaborado pela autora

A Figura 6 é a postagem de 14 de abril que teve maior engajamento (26.818) no período governamental. Reitera-se que não foi localizado na biblioteca de imagens, impulsionamento em 2019, desta forma entende-se que a soma da interação gerada é orgânica. As 13 postagens do grupo 4 estão organizadas no Quadro 4. São seis postagens do tema Entretenimento, três do tema Datas comemorativas, duas do tema Primeira viagem oficial, uma do tema Encontro com alunos e uma do tema Hemoes.

Quadro 4 – 13 postagens do Grupo 4: “Agenda durante o mandato”

	<p>Vídeo 7 [Data: 16/03/2019 - Engajamento: 5.123 - Tema: Entretenimento] Bom dia, amigos! Acabei de encontrar com o Jeremias Reis, nosso representante no The Voice Kids. Ele está embarcando para o Rio de Janeiro para se apresentar amanhã. Desejei boa sorte e vamos todos ficar ligados e votar para que ele passe para mais uma fase do programa. #EstamosComVocêJeremias (trecho: 00'15'' - 00'26'') Amanhã, domingo, à tarde, estará no The Voice Kids representando o nosso estado. Todo mundo entrando lá e votando em Jeremias...pede o voto ai pra turma. (trecho: 00'28'' – 00'35'' Jeremias) Então pessoal, eu peço que todo mundo vote, porque agora estou na fase dos shows ao vivo e preciso muito do voto de vocês pra continuar no programa. [https://www.facebook.com/240383372683895/posts/2119703071418573/]</p>
	<p>Foto 3 [Data: 17/03/2019 – Engajamento: 3.269 - Tema: Entretenimento] Valeu, Jeremias Reis! Parabéns pela vitória em mais uma fase do Programa The Voice Kids. Seu talento e carisma conquistaram todos nós capixabas e agora todo o Brasil! [https://www.facebook.com/240383372683895/posts/2121637151225165/]</p>

	<p>Foto 4 [Data: 14/04/2019 - Engajamento: 26.818 - Tema: Entretenimento] O Espírito Santo está em festa. Jeremias Reis é o campeão da temporada 2019 do programa The Voice Kids. Jeremias, o povo capixaba está orgulhoso por testemunhar sua vitória e seu talento. Temos a certeza que esse é só o começo de uma carreira brilhante que será um grande exemplo de superação para muitos. — com Renato Casagrande. [https://www.facebook.com/240383372683895/posts/2164170166971863/]</p>
	<p>Foto 5 [Data: 14/04/2019 - Engajamento: 7.805 - Tema: Entretenimento] Hoje é dia de The Voice Brasil Kids e o Espírito Santo está na final! Vamos torcer e votar com muito orgulho no talento do Jeremias. Estamos confiantes na sua vitória! Mas, independentemente do resultado, o Jeremias já está convidado a juntar-se à Faculdade de Música do Espírito Santo, em parceria, para desenvolver um trabalho como solista em uma das excelentes orquestras formadas pela FAMES. É o nosso reconhecimento pela forma brilhante com a qual que ele vem nos representando na competição. O convite está feito, Jeremias! [https://www.facebook.com/240383372683895/posts/2163668567022023/]</p>
	<p>Foto 6 [Data: 15/04/2019 - Engajamento: 10.493 - Tema: Entretenimento] Hoje estivemos na Faculdade de Música do Espírito Santo (FAMES) para receber e parabenizar o capixaba Jeremias Reis. Assim como anunciamos anteriormente, colocamos a instituição a disposição do nosso campeão. Aproveitamos a oportunidade para parabenizar também a Rede Aica pelo brilhante trabalho realizado com nossas crianças. Com esse intuito de valorizar e oportunizar os nossos talentos, é que retomamos o projeto “Cultura Presente”, uma ação dentro do programa Estado Presente, que leva oficinas e cursos para as comunidades, por meio da FAMES. [https://www.facebook.com/240383372683895/posts/2165881456800734/]</p>
	<p>Foto 7 [Data: 17/05/2019 - Engajamento: 1.238 - Tema: Entretenimento] Tive a grande alegria de me encontrar hoje com a brilhante atriz Nicete Bruno e o ator Edwin Luisi. Eles estão passando os finais semana no Espírito Santo gravando o filme "Helena", que conta a História de Machado de Assis e está sendo gravado aqui no Palácio Anchieta. Como não se orgulhar deste momento? Esta é uma grande oportunidade para projetarmos o nosso Estado. Ótimo final de semana, amigos. [https://www.facebook.com/240383372683895/posts/2217194848336061/]</p>
	<p>Foto 8 [Data: 19/04/2019 - Engajamento: 1.298 - Tema: Datas comemorativas] Depois de participar da Adoração do Divino, momento importante neste feriado, participei, à tarde, do 15º Festival da Torta Capixaba, na Ilha das Caieiras. Para quem está por Vitória, vale a pena a visita. Ótimo feriado a todos! [https://www.facebook.com/240383372683895/posts/2172453369476876/]</p>
	<p>Foto 9 [Data: 12/05/2019 - Engajamento: 1.238 - Tema: Datas comemorativas] Meu desejo de muita paz, saúde e todo amor do mundo a todas as mães que podem hoje receber um abraço dos seus filhos e também as que, em oração, podem abençoá-los. Um lindo dia das mães! [https://www.facebook.com/240383372683895/posts/2208754095846803/]</p>
	<p>Foto 10 [Data: 29/06/2019 - Engajamento: 1.268 - Tema: Datas comemorativas] Estamos em Conceição da Barra prestigiando a maior moqueca do mundo, com a presença do fiscal do Guinness Book. São 180 quilos de peixe feitos na tradicional panela de barro. Mais do que dar água na boca, enche nosso coração de orgulho ver nossa moqueca indo tão longe. Não é para menos, né?! #MaioMoquecaDoMundo #ConceicaoDaBarra [https://www.facebook.com/240383372683895/posts/2294066940648851/]</p>
	<p>Vídeo 8 [Data: 09/01/2019 - Engajamento: 1.415 - Tema: Primeira viagem oficial] Renato Casagrande wal live [Reunião em Brasília – Economia; Segurança, Infraestrutura] (trecho: 00':41'' - 01'08'') já estive presente no Ministério do Desenvolvimento Regional, conversei com o ministro Canuto numa reunião onde eu discuti a agenda do Espírito Santo na área de saneamento, de habilitação e de macrodrenagem. É lógico foi a primeira agenda, fui lá conhecer o ministro, ele também me conheceu, tratei dos temas de forma genérica e agora nós vamos desdobrando no decorrer dos próximos meses as nossas ações... [https://www.facebook.com/renatocasagrande/videos/1136033019891451/]</p>
	<p>Vídeo 9 [Data: 09/01/2019 - Engajamento: 1.173 - Tema: Primeira viagem oficial] Renato Casagrande wal live [Reunião em Brasília – pautas sobre o Espírito Santo] (trecho: 00'11'' - 00'38'') [...] concluindo as minhas agendas aqui em Brasília durante o dia todo, para dar satisfação daquilo que nós fizemos depois daquele ao vivo que eu falei com vocês à tarde. [...] eu fui ao ministro da Cidadania [...] fiz uma reunião com o ministro Osmar Terra e debatemos algumas ações na área de microcrédito... (trecho: 00'47'' - 01'34'') ...eu fui ao ministro Sérgio Moro, ministro da Justiça, onde nós discutimos também ações relacionadas ao sistema prisional capixaba [...] da preocupação que eu tenho com o excesso da população carcerária quase</p>

nove mil presos a mais do que o sistema comporta [...] disse a ele da importância da gente usar a videoconferência para diminuir as escoltas realizadas no Estado [...], disse da importância da gente trabalhar nas audiências de custódia...
(trecho: 01'44" - 02'04") Ele vai chamar os governadores até o final deste mês para que apresente uma proposta de lei que altera o código do processo penal e altera a lei das execuções penais, tentando destravar essas ações na área de segurança pública, no combate ao crime, ao narcotráfico e também ao sistema prisional.

[<https://www.facebook.com/renatocasagrande/videos/362548651223402>]



Foto 11 [Data: 08/04/2019 - Engajamento: 1.324 - Tema: Hemoes] A segunda-feira começou de forma muito especial para mim. Mais do que incentivar boas ações, acredito na importância de praticá-las. Por isso, logo cedo, estive no Hemoes para doar sangue e ajudar um pouco as pessoas que precisam deste bem tão vital. Para ser doador, é preciso ter entre 16 e 69 anos (menores de 18 anos precisam ter autorização de um responsável legal). O interessado deve ir até uma unidade do Hemoes, apresentar um

documento oficial com foto e responder a um questionário e, em seguida, passará pela triagem. Vamos doar sangue, amigos. Não nos custa nada e podemos ajudar muitas pessoas. Ótima semana a todos!

[Foto: Helio Filho Fotografia] [<https://www.facebook.com/240383372683895/posts/2154235937965286/>]



Vídeo 10 [Data: 30/05/2019 - Engajamento: 1.329 - Tema: Encontro com alunos] Descansando do almoço da melhor forma possível: batendo um papo com os alunos do 4º ano da Escola Expoente, em Castelo. Aproveitei o tempo para contar um pouco da minha história por lá, desde criança. Uma conversa descontraída e cheia de amor! Ótima tarde, amigos!

(trecho: 00'19" - 00'21") Até a idade de vocês eu morava lá no interior de Castelo...

(trecho: 00'32" - 00'36") ...na minha primeira escolinha era um professor para quatro turmas...

(trecho: 00'55" - 00'59")...eram três fileiras de cadeira, quadro dividido...

[<https://www.facebook.com/renatocasagrande/videos/442974206436904>]

Elaborado pela autora

O *pathos* e o acionamento de emoções positivas estão presentes em praticamente todas as postagens do grupo 4. As cinco postagens identificadas no Quadro 4 como vídeo 7, foto 3, foto 4, foto 5, foto 6 versam sobre o menino Jeremias Reis que recebeu mais de 30 milhões de votos, tornando-se campeão da quarta edição do The Voice Kids Brasil, programa da TV Globo que chegou a ter 18 pontos de audiência (RICCO, 2019) e a postagem identificada como foto 7 é sobre a gravação do filme “Helena” no Palácio Anchieta. O tema Entretenimento é permeado pela alegria e pela sensação de pertencimento, pois o governador Renato Casagrande fala de incentivo, de orgulho, de representatividade e de valorização capixabas, além de reforçar a importância e o trabalho de projetos sociais nas comunidades.

O assunto principal do tema Entretenimento não foi política e despertou o olhar atento dos usuários do Facebook, visto o tamanho do engajamento, pois foi o maior registrado nos períodos eleitoral e governamental. O alto engajamento também pode ser explicado por causa da lógica de funcionamento do Facebook, “Quanto mais curtidas tiver, maior será a probabilidade de suscitar mais comentários, pois, como consequência das interações geradas, ele se tornará mais visível e terá maior probabilidade de receber mais “curtidas” e, assim, sucessivamente” (MAIA, 2019, 47). Por isso, postagens ou comentários mais carregados de emoção (positiva ou negativa), tem mais chances de gerar discussões (MAIA, 2019). O fluxo de publicações sobre Jeremias Reis pode ser enxergado como oportunismo por alguns

usuários das RSD, visto que foram cinco postagens entre março e abril que o governador utilizou do destaque do capixaba num programa de entretenimento televisivo que estava em alta.

O Facebook do governador é também um território de divulgação e no tema Entretenimento, é focado especialmente em Jeremias Reis, que no vídeo 7, reforça o pedido de voto para que ele vença a disputa do programa televisivo. Nenhuma outra postagem nos períodos governamental e eleitoral chegou perto dos 26.818 de engajamento da publicação do dia 14 de abril de 2019.

Observa-se que para não ter uma conotação negativa, o governador fez as publicações para além da imagem e do discurso, tendo em vista que ele transpassa a parabenização, o apoio e a torcida com o convite para que Jeremias fosse acolhido na Faculdade de Música do Espírito Santo (FAMES) e a concretização da promessa que aconteceu um dia depois de fazê-la (foto 5, foto 6). Além disso, os conteúdos serviram para incrementar o engajamento da página do governador no Facebook, ao aproximá-los de ações governamentais como a valorização de crianças e adolescentes e a retomada do projeto *Cultura Presente* (foto 6), citado durante a campanha eleitoral (card 19).

A construção de um discurso leve e harmonioso continua nas postagens dos temas Datas comemorativas, Encontro com alunos e Hemoes. Em Datas Comemorativas, nas postagens de 19 de abril (foto 8) e 29 de junho (foto 10) o destaque é para o orgulho e a valorização da cultura e do turismo capixabas, uma vez que o governador divulga a torta e a moqueca que são ícones culturais da culinária do Espírito Santo. Sua participação em eventos religiosos, como no período da Páscoa, parece ser respeitosa e não há conflito aparente que interfira no Estado laico. Já na comemoração do Dia das Mães, Casagrande passa uma mensagem natural para a data (foto 9), com alegria, amor e afeto. Esta é a primeira publicação, nas 25 postagens com mais engajamento, dos seis primeiros meses de mandato que o governador mostra sua família. É importante ressaltar que essa não é uma prática incomum de Casagrande, pois sem dificuldades encontram-se publicações em que ele aparece com seus familiares. Pelo acompanhamento das RSD, não é difícil ver Anna Venturim Casagrande, mãe do governador, em postagens com ele, não caracterizando assim, uma atitude específica do Dia das Mães. A mesma espontaneidade transmitida nas postagens do tema Datas comemorativas, também está presente no tema Encontro com alunos (vídeo 10), que aconteceu em 30 de maio, no Palácio

Anchieta, em uma agenda com crianças de uma Escola do município de Castelo, onde Casagrande conta um pouco de sua infância, tendo em vista que nasceu naquela cidade, e transpõe a formalidade, uma vez que se senta no chão em frente às crianças e compartilha um pouco de sua rotina escolar quando era jovem, enquanto os alunos parecem reconhecer lugares e formatos de aulas, mostrando humildade, característica que permeia postagens de Renato Casagrande desde o período eleitoral.

Já a publicação de 08 de abril (foto 11) é de cunho informativo e busca incentivar a solidariedade e a doação de sangue, através das palavras e do exemplo, uma vez que a imagem é o governador Casagrande realizando a doação de sangue no Centro de Hemoterapia e Hematologia do Espírito Santo (Hemoes). De acordo com informações do Hemoes, no início de todo ano, há um período de escassez nos bancos de sangue porque o fluxo de veículos nas estradas aumenta, as doações diminuem, existe mais probabilidade de acidentes e, portanto, mais demanda por sangue especialmente O negativo que é universal (FOLHA VITÓRIA, 2019). Isso não quer dizer que Casagrande doou sangue em função dessa informação, mas qualquer pessoa pública, seja ela do entretenimento ou da política, pode incentivar as pessoas através do próprio exemplo.

Nas postagens dos temas Datas comemorativas, Encontro com alunos e Hemoes pode-se compreender que Casagrande quer passar mais uma vez a imagem de um líder que possui laços fortes com a família e de respeito à religiosidade, à fé e à tradição compondo assim o *ethos* de um político próximo à sociedade e aos usuários das RSD que o acompanham. Quando o governador mostra que tem uma vida particular, participa das atividades familiares, de festividades, de ações sociais com tom de simplicidade e proximidade, busca compor um nexos entre a comunicação verbal (fala), não verbal (expressões faciais, olhares, gestualidade e vestimenta) e as ações. Composição essa que são fazer/sentir, fazer/crer, fazer/fazer colocados por Galinari (2014) e comuns ao período eleitoral, mas que se estende para o governamental.

O governador também usa as redes digitais para citar algumas pautas tratadas durante a sua primeira viagem e agenda oficial do segundo mandato no dia 19 de janeiro, em Brasília (vídeo 8, vídeo 9). Nas duas postagens do tema Primeira viagem oficial, Casagrande quer mostrar, poucos dias após tomar posse, que está atuante, sendo também os vídeos, uma forma de comprovação das atividades no início do mandato. Como feito na campanha, ele mantém no discurso, que tem disposição para o diálogo com o governo federal, o que é demonstrado ao

informar que inicialmente terá uma reunião de apresentação da gestão estadual para a federal, e cita algumas pautas e projetos que pretende tratar, destacando o nome de diversos ministros e mostrando que ele pode se aproximar, dialogar e trabalhar com o governo federal, que é formado por políticos e gestores que não fazem parte do seu ente político. De certa forma, não é uma postura completamente contraditória, uma vez que ele não se posicionou no segundo turno a favor de nenhum dos candidatos.

A ênfase nas postagens do tema Primeira viagem oficial é em torno de Sérgio Moro, que era ministro da Justiça e, pouco antes, recebera apoio popular por ser o juiz responsável pela operação Lava Jato⁸⁷. Em diversas cidades pelo Brasil, e no Espírito Santo não foi diferente, aconteceram manifestações em apoio à Lava Jato, algumas muito próximas do período eleitoral de 2018, nas quais milhares de capixabas participaram. Manter-se próximo de Sérgio Moro naquele momento pode ser considerada uma atitude estratégica, além disso, o governador tratou com destaque de assuntos relacionados à segurança pública durante o período eleitoral e manteve o assunto em evidência durante o início do mandato.

Desde o segundo turno do período eleitoral até o início do mandato, Casagrande tentou manter-se distante da polarização política. Enquanto candidato, manteve-se neutro no segundo turno (vídeo 3) e como governador (vídeo 4, vídeo 8, vídeo 9) buscou além do diálogo, possível união, uma “costura” política especialmente no Ministério da Justiça, haja vista a importância e preocupação que demonstrou com o tema Segurança tanto na eleição quanto na gestão. Segurança foi o assunto mais detalhado nas *lives*, de 19 de janeiro (vídeo 8, vídeo 9), girando em torno de melhorias na segurança pública e no sistema prisional. O reforço de credibilidade, de trabalho e de conhecimento das demandas capixabas que Casagrande trabalha nos vídeos marcam mais as regras *ethos* e *logos*.

⁸⁷ Investigações da Polícia Federal iniciadas em 2014 para apurar crimes de corrupção e lavagem de dinheiro que envolveu os segmentos público e privado e culminou em prisões de empresários e de políticos, entre eles, o ex-presidente Lula. O *The Intercept Brasil* expôs algumas ações controversas que aconteceram durante as investigações, como troca de mensagens imparciais entre o Juiz do caso Sérgio Moro e a força-tarefa da operação.

Figura 7 – Grupo 5: Postagem de 16/01/2019 (Período governamental)

Facebook, 2019. Elaborado pela autora

A publicação do dia 16 de janeiro (Figura 7) obteve maior engajamento e no grupo 5 “Prestação de contas” faz parte do tema Segurança composto por cinco postagens, em que três delas têm relação direta com a greve de 2017. As outras postagens tratam dos temas Mobilidade e Obras, nas quais Casagrande fala sobre investimentos e concretização de trabalhos. Observa-se que nas oito postagens que formam o grupo 5, o governador quer mostrar o cumprimento de promessas feitas no período eleitoral de 2018.

Quadro 5 – 8 postagens do Grupo 5: Prestação de contas

	<p>Foto 12 [Data: 16/01/2019 - Engajamento: 2.655 - Tema: Segurança] FECHANDO A FERIDA: Boa tarde, amigos! A Assembleia Legislativa aprovou na manhã de hoje o projeto de lei complementar, de nossa autoria, que concede a anistia aos 2,6 mil policiais militares que participaram do movimento reivindicatório de fevereiro de 2017. Esse foi um debate iniciado antes de assumir este mandato. Nos primeiros dias de gestão, fiz questão de reafirmar esse compromisso com o envio desse projeto. Agradeço aos deputados estaduais pela aprovação unânime e sem emendas. Agora vamos poder olhar para o futuro. Com um diálogo aberto com a PM, mas preservando a hierarquia e disciplina. Houve equívocos de ambos os lados, seja por parte de manifestantes, quanto do então governo que se recusou a dialogar. Hoje nós temos uma tropa doente e não posso deixar que essa ferida permaneça aberta. Com a anistia, vamos fechar essa ferida, virando essa página e dando início a essa nova relação. Temos muito trabalho a fazer. Vamos juntos! https://www.facebook.com/240383372683895/posts/2035526846502863/</p>
	<p>Vídeo 11 [Data: 16/01/2019 - Engajamento: 1.204 - Tema: Segurança] Olá, amigos. Sancionei agora a Lei que concede anistia das penalidades e procedimentos administrativos aos policiais militares que participaram do movimento reivindicatório de fevereiro de 2017. (trecho: 02'30'' – 02'53'') Houve uma compreensão de que era possível nos fecharmos essa ferida que foi aberta em 2017 na minha avaliação por erro de quem se manifestou e por erro na condução daquele processo, daquela manifestação que levou um prejuízo tão grande a sociedade capixaba. https://www.facebook.com/renatocasagrande/videos/2143263332396675/</p>

	<p>Foto 13 [Data: 03/02/2019 - Engajamento: 2.534 - Tema: Segurança] UMA NOVA PÁGINA NO COMBATE À VIOLÊNCIA O Espírito Santo começa a virar a triste página da desorganização no combate à violência. Após a segurança pública ficar em segundo plano nos últimos anos, assumi o Governo com a tarefa de conduzir pessoalmente a gestão dessa importante área. Nosso compromisso é com a redução dos índices de criminalidades, tanto na Grande Vitória, quanto no interior do Estado. Isso começa com a valorização de nossas forças policiais. Cicatrizamos a ferida aberta pelo movimento de 2017, que foi um infeliz marco na escalada da violência em nosso Estado. Motivados, nossos policiais já estão produzindo ainda mais resultados. No mês de janeiro, nossas forças policiais fizeram várias ações de combate à criminalidade, dando respostas céleres na resolução de crimes. Não é fácil a tarefa de corrigir anos de omissão e descaso, mas estamos no caminho certo. Quem comete crimes no Espírito Santo pode ter a certeza de que não ficará impune. [https://www.facebook.com/240383372683895/posts/2061143120607902/]</p>
	<p>Foto 14 [Data: 24/05/2019 - Engajamento: 1.586 - Tema: Segurança]Olá! Hoje, às 21h30, vai ao ar o programa GloboNews Política com a minha participação junto ao repórter Gerson Camarotti e o Senador Major Olímpio, discutindo sobre o decreto de armas do governo federal. Mantive meu posicionamento de defender a inconstitucionalidade do decreto e também apresentei argumentos sustentando minha convicção de que quanto mais armar na sociedade, maior a violência e maior o número de homicídios. Vale a pena debater. Ótima tarde, amigos! [https://www.facebook.com/240383372683895/posts/2229281993794013/]</p>
	<p>Foto 15 [Data: 24/06/2019 - Engajamento: 1.561 - Tema: Segurança] Demos hoje mais um passo para a reestruturação da Segurança Pública, com a entrega de 50 novas viaturas caracterizadas para a Polícia Civil, que serão utilizadas nos trabalhos de combate à criminalidade na Grande Vitória e no interior do Estado. O investimento de R\$ 7 milhões vai possibilitar que as investigações sejam realizadas com mais agilidade, garantindo a rápida elucidação de crimes. Mais investimentos e mais segurança para os capixabas! Ótima semana, amigos! [https://www.facebook.com/240383372683895/posts/2285221558200056/]</p>
	<p>Vídeo 13 [Data: 27/01/2019 - Engajamento: 1.553 - Tema: Operação Brumadinho] Bom dia, amigos! Na madrugada deste domingo (27), a equipe de Operações com Cães K9 saiu do nosso QCG, na Enseada do Suá, em Vitória, com destino a Brumadinho, em Minas Gerais. A equipe é formada pelos militares Capitão Amorim, Capitão Marinho, Sargento Lemke, Cabo Tibúrcio, Cabo Meneguitti Cabo Breno, Soldado L.Rovetta e Soldado Vicentini. Os cães Athos, Vida e Peck também fazem parte da missão. Juntos somos mais fortes! #SomosTodosBombeiros #OrgulhodoPovoCapixaba #BombeiroMilitarES #BombeirosES #EspiritoSanto #Capixaba #BuscaeSalvamento #BuscaeResgatecomCaes #Brumadinho #SOSBrumadinho #SomosTodosBrumadinho #Brumadinho #BrumadinhoMG [https://www.facebook.com/240383372683895/posts/2050659081656306/]</p>
	<p>Vídeo 14 [Data: 23/03/2019 - Engajamento: 1.193 - Tema: Obras] Começamos o sábado em Itarana, onde estamos entregando à população mais uma obra: a pavimentação da Rodovia ES-484 no trecho entre Itarana e Rizzi. O investimento do Governo do Estado foi de R\$ 8,9 milhões na execução dos serviços de terraplanagem, pavimentação, drenagem e sinalização da estrada. A partir de agora, os moradores de Itarana e região contam com uma rodovia mais segura, garantindo também a melhoria no transporte dos produtos de diversos agricultores familiares da região. É certeza de mais desenvolvimento econômico e melhoria na vida do cidadão. Ótimo final de semana, amigos. (trecho: 00'15'' - 00'29'') ...nós elaboramos o projeto, fizemos a licitação dela, no governo passado nosso e agora eu estou tendo a alegria de inaugurar essa obra logo no início no governo, em menos de três meses do governo, dando sequência, dando continuidade a obra, para gente poder ajudar a comunidade. [https://www.facebook.com/240383372683895/posts/2129753077080239/]</p>
	<p>Vídeo 15 [Data: 24/06/2019 - Engajamento: 1.130 - Tema: Mobilidade] (trecho 01'07'' - 01'49'') E hoje nós estamos aqui para fazer o lançamento de mais 100 ônibus [...] até o final dessa semana mais 100 ônibus, tá certo...com o wifi, o aplicativo com a função horário para todos.[...] É importante que a gente possa dar ao usuário do sistema Transcol esse conforto, essa comodidade, essa possibilidade[...]. (trecho: 02'05'' - 2'28'') Nosso trabalho no sistema de transporte coletivo, é um trabalho que tem diversas iniciativas. Primeiro assim...renovação da frota, nós vamos renovando a frota, que ficamos ai esses últimos quatro anos sem nenhuma renovação. Os ônibus mais novos que nós temos no sistema hoje foram comprados ainda em 2014, no último ano do nosso governo [...]. (trecho: 04'21'' - 04'30'') [...] daqui a pouco, a gente tendo outros modais, você vai usar um cartão único para todos os serviços de mobilidade [...]. (trecho: 05'45'' - 06'31'') Eu quero dizer aos usuários do sistema Transcol que a grande reclamação que tem é a reclamação da insegurança, isso é um desafio para nós, nós no Brasil todo, nós no Estado do Espírito Santo, eu sei disso, eu recebo diretamente, através da rede social, mas nós não podemos deixar de ter a tecnologia [...] e também dizer a vocês que nós estamos investindo muito em segurança pública, no trabalho do Programa Estado Presente, é um trabalho que está conseguindo reduzir homicídios a cada mês... [https://www.facebook.com/renatocasagrande/videos/2441189839456957/]</p>

Como já pronunciado anteriormente, o tema Segurança (foto 12, foto 13, foto 14, foto 15 e vídeo 11) teve destaque no período governamental assim como teve no período eleitoral. Categorizado no grupo 5 “Prestação de Contas” é formado por cinco postagens e representa 11,4% de engajamento no período governamental (Painel 3) e três estão diretamente ligadas à greve de 2017, duas sobre a anistia aos policiais e outra é uma demonstração da ação das polícias civil e militar pela captura de membros importantes do tráfico de drogas em Vitória (foto 13). Já a postagem de 24 de junho é a entrega de viaturas para a polícia civil, que, além de ser uma promessa em 2018, também simboliza e reitera a preocupação com a segurança pública (foto 15).

O governador buscou tratar inicialmente da anistia⁸⁸ (foto 12, vídeo 11) aos polícias que participaram da greve em 2017 e é interessante perceber que ele não menciona a palavra “greve” nem em 2018, nem 2019, e sim “*movimento reivindicatório*”. Enquanto como candidato Casagrande atacou diretamente a gestão anterior nas políticas de segurança pública, como governador reconheceu que houve equívocos dos dois lados e não procurou um culpado, portanto usando a estratégia do silêncio, demonstra que quer atender as demandas dos policiais, sem provocar mais reações negativas ou atritos, dada a delicadeza do assunto (CHARAUDEAU, 2006).

A segurança pública é tratada como assunto prioritário pelo governador e percebe-se que há predominância do *pathos* e *ethos*, visto que ele procura demonstrar cumprimento de promessas feitas na eleição já no primeiro mês de mandato. Casagrande procura combinar um misto de tensão e tristeza no que decorreu da crise de 2017, o passado na gestão de PH, com esperança e motivação, o futuro com RC, ao demonstrar que buscava uma forma de resolver as pendências. Falar de segurança pública daquele momento em diante, seria falar de ações de futuro, daí a repetição de “*fechar a ferida*”, “*cicatrizando a ferida*” nos textos-legendas e no vídeo (foto 12, vídeo 11). Essas postagens também são uma demonstração de unidade entre os poderes executivo e legislativo, uma vez que a Assembleia Legislativa do Espírito Santo (ALES) aprovou por unanimidade o projeto de lei do governador.

A postagem que não trata da greve de 2017, é sobre o posicionamento contrário do governador à flexibilização do porte de armas defendido pelo presidente Bolsonaro, pois Casagrande entende que uma sociedade armada pode promover o aumento da violência

⁸⁸ Anistia significa um perdão ou esquecimento das dívidas ou condutas reprováveis.

(foto14). Interessante perceber que se durante a eleição, Casagrande assumiu uma postura de neutralidade no segundo turno numa tentativa de não desagradar eleitores capixabas que votaram em Bolsonaro ou Haddad para presidente da República, como governador tomou uma posição contrária ao presidente eleito, o que provocou reações adversas de quem era a favor da flexibilização das armas. Casagrande foi um dos 14 governadores⁸⁹ a assinar uma carta contra o decreto⁹⁰ que flexibiliza o porte de armas.

A postagem do dia 27 de janeiro (vídeo 13) também enaltece as forças policiais do Espírito Santo, mas neste caso, focada no Corpo de Bombeiros e sua atuação num dos maiores desastres ambientais de mineração do país, o rompimento da barragem de Brumadinho, Minas Gerais. O governador enfatiza a solidariedade e o orgulho capixaba, buscando mais a imagem do Estado do que de si próprio, uma vez que não aparece no vídeo e nem há fala em voz *off*, é apenas o texto-legenda junto ao vídeo dos veículos oficiais do CBMES saindo do quartel, destacando o nome dos profissionais que se dirigem à missão em Brumadinho.

A questão da segurança também perpassa um pouco a postagem do tema Mobilidade (vídeo 15), uma vez que Casagrande reconhece a insegurança de quem usa transporte coletivo, mas dá foco para as conquistas de seu governo ligadas à tecnologia. A gravação de 24 de junho foi realizada na calçada do Palácio Anchieta próxima a um ônibus do Sistema Transcol, com a marca da *wifi*, para evidenciar visualmente a ação do governo em tecnologia. Nessa *live* sobre Mobilidade, Casagrande estava com o secretário estadual de Mobilidade e Infraestrutura (Semobi), Fábio Damasceno e o diretor-presidente da Companhia Estadual de Transportes Coletivos de Passageiros do Estado do Espírito Santo (Ceturb/ES), Raphael Três, como forma de respaldar e confirmar suas afirmações de entrega do aplicativo ÔnibusGV e aumento da frota de ônibus, além de simbolizar um compromisso do grupo de cumprir outras ações do planejamento como o sistema integrado de passagens.

A pauta de mobilidade atrelada ao discurso de Casagrande e de sua equipe esteve na mídia em vários momentos em 2019, pois as ações em tecnologia e mobilidade podem trazer alguns transtornos, já que nesse caso significam mudanças no cotidiano da população. Além da

⁸⁹ A carta foi assinada também pelos governadores: Ibaneis Rocha (Distrito Federal), Flávio Dino (Maranhão), Wellington Dias (Piauí), Paulo Câmara (Pernambuco), Camilo Santana (Ceará), João Azevedo (Paraíba), Rui Costa (Bahia), Fátima Bezerra (Rio Grande do Norte), Renan Filho (Alagoas), Belivaldo Chagas (Sergipe), Waldez Góes (Amapá), Mauro Carlesse (Tocantins) e Hélder Barbalho (Pará).

⁹⁰ São três decretos: decreto n° 9.845, de 25 de junho de 2019, decreto n° 9.847, de 25 de junho de 2019, decreto n° 10.030, de 30 de setembro de 2019, todos regulamentam a lei n° 10.826, de 22 de dezembro de 2003.

necessidade de haver um período de adaptações, os trabalhadores do setor, especialmente, os cobradores de ônibus, sentiram-se prejudicados, uma vez que a instalação do cartão de passagem e de catracas duplas, extinguem a necessidade desse funcionário e podem aumentar o trabalho do motorista, uma vez que o cobrador o auxilia em outras funções, como no embarque de pessoas com deficiência. Por conta disso, já em 2019 aconteceram protestos da categoria contrários às mudanças. Do lado do governo, oferta de cursos de requalificação desses trabalhadores para atuarem como mecânico, fiscal, motorista, entre outros e os salários não foram cortados. Do lado da categoria, as reivindicações continuaram em 2020 e 2021, tendo em vista que a pandemia do novo coronavírus impactou ainda mais o setor, que teve mais funcionários afastados e solicitou vacinação contra a Covid-19.

A postagem sobre Obras (vídeo 14) aborda investimentos em infraestrutura assim como pontuado pelo governador na postagem sobre Mobilidade. Observa-se que nestas duas postagens Casagrande retorna a uma das estratégias usadas durante o período eleitoral e em algumas postagens já no período governamental que é a crítica à gestão anterior, uma vez que segundo ele houve falta de investimento na compra de novos ônibus e a remissão a ações do seu primeiro mandato, visto que no município de Itarana entregou uma obra, que havia iniciada no seu governo, e as ações do programa *Estado Presente* para combater a insegurança dentro dos ônibus, mais uma vez reforçando sua atenção com a pauta da segurança. O governador aciona dados de investimentos e de adesões ao aplicativo Transcol, e ao mesmo tempo busca uma identificação com promessas de campanha e de realização na gestão anterior no governo. Outra ação muito citada durante a eleição e repetida nesses temas é o investimento em tecnologia e bem-estar, que Casagrande conduz com a fala entusiasmada e alegre.

Observa-se ainda que não há nestas postagens dos primeiros seis meses de mandato, uma criação de cards com identidade visual do governo do ES. O realce é formado por fotos ou vídeos para destacar a imagem de Casagrande e ou a concretização de algumas de suas promessas, num sentido mesmo de prestar contas, de demonstrar para a sociedade que é capaz de concretizar projetos apresentados durante a eleição.

Como visto acima, Renato Casagrande mantém um fluxo de postagens na sua página oficial no Facebook (*fanpage*), reafirmando e construindo discursos que vão permanecer em circulação no território digital, assim vai compondo um poder e uma memória de um político

presente no ambiente online para além do período eleitoral. O esforço para mostrar como será o governo, a composição da equipe, sua agenda diária e o cumprimento de promessas, numa distância próxima ou numa proximidade longínqua (COURTINE 1990 apud MAZZOLA, 2015), isto é, materialmente ou virtualmente próximo ao público, são atividades do mandato e que também vão servir para os próximos pleitos eleitorais, características essas da campanha permanente, por exemplo, como colocam CARDOSO; OLIVEIRA; MASSUCHIN (2020, p.4) “[...] prestar contas ao cidadão faz parte das atividades da gestão, mas ao mesmo tempo corrobora para a formação da imagem e pretensões eleitorais futuras”.

Outra observação é a mescla de assuntos na página oficial de Casagrande não reservada somente à política. Assim, compreende-se que o mesmo território digital serve de divulgação para o entretenimento, para a política e para a vida privada na lógica da midiatização como visto no segundo capítulo desta dissertação. Não há separação do Renato Casagrande gestor público e do Renato Casagrande cidadão, que segundo CARDOSO; OLIVEIRA; MASSUCHIN (2020) é a personalização, também comum à campanha permanente, ou seja, “[...] a formação da imagem do agente público por meio dos enquadramentos da vida cotidiana. [...] esta é uma característica que tende a ser presente a diferentes agentes públicos: destacar seu cotidiano fora do ambiente político” (2020, p.7).

4 ANÁLISE DAS INTERAÇÕES GERAIS DOS USUÁRIOS

Como citado na introdução, para a análise das interações dos usuários, considera-se o quantitativo total coletado pela ferramenta Netvizz nos períodos eleitoral e governamental. É importante ressaltar que não há seleção das interações pelas 51 postagens, como feito nas análises do terceiro capítulo, porque o Netvizz⁹¹ estava em processo de descontinuidade devido a mudanças na API do Facebook e, por isso, apresentou algumas instabilidades na coleta de parte dos comentários das postagens inferior à realidade. Conforme Painel 4, durante o período eleitoral a contagem de comentários (*comments count fb*) é de 24.938 e o número real das mensagens dos comentários (*comments message*) é de 14.319, uma diferença de 10.619. Já durante o período governamental a diferença é menor, foi de 27.617.

Painel 4 – Comparativo da contagem dos comentários nos períodos eleitoral e governamental



Fonte: Tableau Public, 2021 – Elaborado pela autora

A análise ampliada das interações permite para além das mensagens e figurinhas de agradecimento e de apoio, observar críticas, sugestões e correlações, que poderiam não aparecer numa quantidade mais limitada por instabilidade da ferramenta ou pela ocultação ou exclusão por parte dos administradores da página de Renato Casagrande ou pelo próprio autor da interação, uma vez que a interação, especialmente da seção dos comentários é utilizada pelos eleitores mais para demarcar território do que estabelecer um debate por argumentos (MAIA, 2019).

⁹¹ Outras ferramentas gratuitas testadas abarcavam quantidade ainda inferior ao Netvizz ou nem rodavam mais no Facebook e não seguiam os mesmos parâmetros do Netvizz.

A análise das interações dos usuários está dividida em duas partes: a primeira considera a parte estatística das interações coletada pelo Netvizz e visualizada no Tableau Public, atentando para a valoração que Recuero traz do curtir, compartilhar e comentar e a segunda os comentários na página oficial no Facebook, também coletados pelo Netvizz e visualizados no Tableau Public e no Voyant Tools⁹².

Recuero (2014) afirma que curtir, compartilhar e comentar são práticas conversacionais e têm valores diferentes. A primeira é uma forma de dar visibilidade e apoio sem grande exposição. A partir de 2016 foram adicionados ícones, conhecidos como reações (*reactions*), pelo diretor de design do Facebook, Geoff Teehan. Por meio de testes, se chegou à definição de reações que se alinhassem com a vida real (PINHEIRO, 2018), são elas: “Love”, “Haha”, “Wow”, “Sad”, “Angry” que se pode traduzir como “Amei”, “Haha”, “Uau”, “Triste”, “Grr/Zangado/raiva”. Em 2020, o Facebook lançou o ícone “Care” ou “Força/Cuidar” como uma forma dos usuários transmitirem apoio diante da pandemia do novo coronavírus (SARS-CoV-2).

Nas análises das interações nessa dissertação, a reação “força” não aparece justamente porque a amostra faz parte de um período em que essa ferramenta não existia. Entretanto, aparece na coleta “Thankful” ou “grato/gratidão” que foi uma reação temporária do Dia das Mães. A opção por utilizar essas reações pode ser entendida como uma extensão do botão curtir, porém é mais do que “gostar” ou “legal”, há mais expressividade de emoções boas ou ruins em relação à determinada postagem ou comentário. Essas reações visam demonstrar as emoções que os usuários estão sentindo de acordo com a postagem. Embora algumas reações possam trazer sentido ambíguo como a “haha”, já que pode ser entendido como algo engraçado, e também irônico, é importante analisá-las, pois de acordo com Denicoli “[...] a internet é um meio emotivo, não é um meio racional [...]” (VOGAS, 2018, acesso em 06 jul. 2021).

O compartilhar tem como função principal ampliar o alcance da mensagem, quem compartilha está concordando e entendendo que aquele conteúdo deve ser retransmitido para sua rede, pois pode expressar seu próprio posicionamento. Já o comentário é a prática com mais evidências de conversação, pois:

⁹² Aplicativo francês de código aberto que permite analisar textos.

Trata-se de uma mensagem que é agregada através do botão da postagem original, é visível tanto para o autor da postagem quanto para os demais comentaristas, atores que “curtam” e compartilhem a mensagem e suas redes sociais. É uma ação que não apenas sinaliza a participação, mas traz uma efetiva contribuição para a conversação (RECUERO, 2014, p.120).

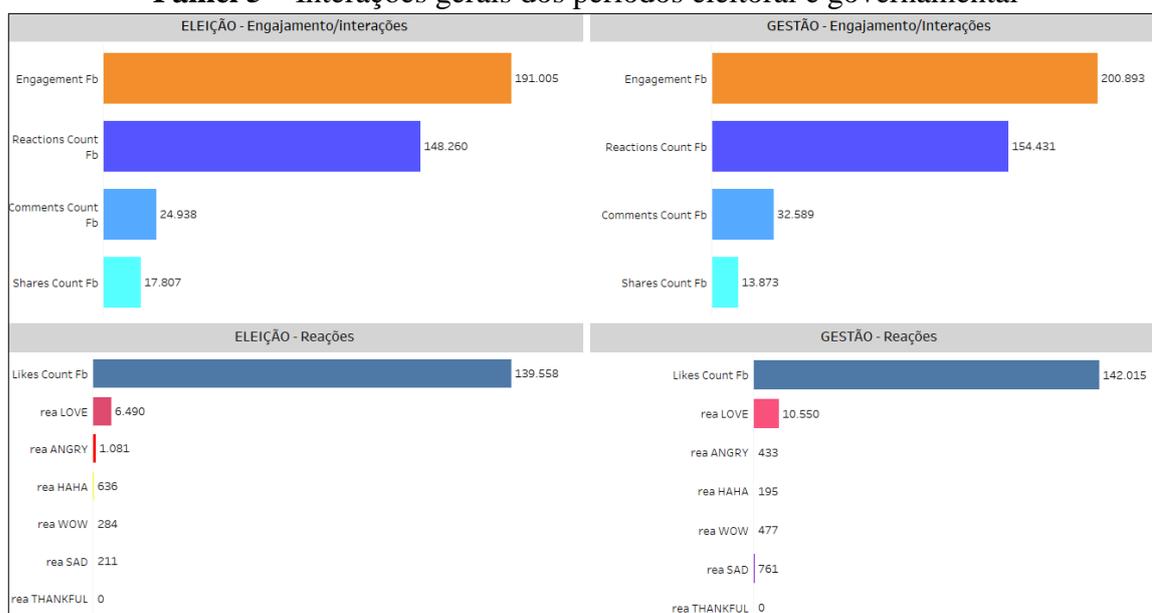
Desse modo, entende-se que o comentário tem mais valor porque necessita de maior esforço do usuário para dizer algo sobre algum assunto e mostra que ele está mais engajado, uma vez que seu posicionamento fica mais exposto na internet. Na comunicação política, a rede digital pode ser enxergada “[...] como lugar de circulação de sentidos sobre o universo político, no qual eleitores interagem entre si e com as equipes de campanha” (MAIA, 2019, p.37-38) ou com o próprio candidato/político. E essas interações serão analisadas a seguir, com um olhar especial para os comentadores, ou seja, aqueles usuários que estão dispostos a se manifestarem publicamente. Em vista disso, nesta parte da dissertação, buscaram-se os efeitos de sentidos que o discurso de Renato Casagrande produziu sobre seus destinatários.

4.1 INTERAÇÕES GERAIS DOS USUÁRIOS NOS PERÍODOS ELEITORAL E GOVERNAMENTAL

O Painel 5 traz a somatória das interações gerais dos usuários por ferramentas (curtidas, reações, comentários e compartilhamentos) da rede digital Facebook na página oficial do governador Renato Casagrande, durante todos os dias dos períodos eleitoral (16/08/2018 – 28/10/2018) e governamental (01/01/2019 – 30/06/2019). Na mesma coleta das postagens de Renato Casagrande, a ferramenta Netvizz extraiu as interações das postagens no Facebook, por isso, nesta etapa foi utilizada a mesma planilha exemplificada na Figura 1. Para fazer a leitura dos dados e criar visualizações, a planilha foi inserida na ferramenta Tableau Public.

Conforme Painel 5, o engajamento total das 511 postagens é de 391.898, sendo 191.005 durante no período eleitoral e 200.893 no período governamental, se deduz que essa diferença é pelo tipo postagem, porque aquelas com mais engajamento aconteceram dentro dos seis primeiros meses de mandato (veja no Painel 1).

Painel 5 – Interações gerais dos períodos eleitoral e governamental



Fonte: Tableau Public, 2021 – Elaborado pela autora

De todas as interações somadas nos dois períodos, prevalecem quantitativamente as curtidas e reações – *reactions count fb* – (148.260 eleição e 154.431 gestão) que são cinco vezes mais do que os comentários somados – *comments count fb* – (24.938 eleição e 32.589 gestão) e quase dez vezes mais de compartilhamentos – *shares count fb* – (17.807 eleição e 13.873 gestão), participação considerada natural, tendo em vista que curtidas e reações são as formas mais objetivas de se envolver nas postagens e com menor comprometimento (RECUERO, 2014; VOGAS, 2018).

Separando as curtidas (*likes count fb*) das reações (*rea LOVE*, *rea ANGRY*, *rea HAHA*, *rea WOW*, *rea SAD*, *rea THANKGUL*), verifica-se que o quantitativo maior está localizado nas curtidas. Isso se explica, pois a interação “curtir” ou “like”, embora possa ser considerada uma ação quase automática porque não demanda de muito esforço para fazê-la, é lida como positiva porque não se curte aquilo que não se “gosta” ou o que não é “legal”, e, noutra hipótese, o “curtir” ou “like” pode passar neutralidade, mas não uma posição negativa marcada (PINHEIRO, 2018).

No caso das reações, destacam-se “amei” ou “love” e “raiva” ou “Grr/angry” que são interações bem marcadas em oposição de quem gostou ou amou e de quem não gostou ou odiou uma publicação. Outras reações mais utilizadas foram “Haha” na eleição, e “triste” ou

“sad” e “uau” ou “wow” na gestão. Pinheiro (2018) afirma que “Haha” pode variar entre positivo e negativo, “sad” como negativo e “wow” como positivo ou neutro.

Painel 6 – Principais reações dos períodos eleitoral e governamental

ELEIÇÃO - Amei/Love	GESTÃO - Post Amei/Love
<p>Post Message</p> <p>MUITO OBRIGADO! Com muita humildade e confiança recebo o resultado da pesquisa Ibope divulgada há pouco pela TV Gazeta que indica a minha candidatura com 59% das intenções de voto 5% a mais do que a última pesquisa divulgada pelo mesmo instituto e..</p> <p>375</p> <p>É HORA DE SEGUIR EM FRENTE A Pesquisa Futura divulgada agora há pouco pela TV Gazeta aponta a nossa candidatura com 56,8% das intenções de voto. Resultado que mostra o desejo dos capixabas de levar para as urnas a vitória de um projeto de desenvol..</p> <p>263</p> <p>s/ texto [foto vitória eleição]</p> <p>225</p>	<p>Post Message</p> <p>O Espírito Santo está em festa. Jeremias Reis é o campeão da temporada 2019 do programa The Voice Kids. Jeremias o povo capixaba está orgulhoso por testemunhar sua vitória e seu talento. Temos a certeza que esse é só o começo de uma carreira brilhante q..</p> <p>2.364</p> <p>Hoje estivemos na Faculdade de Música do Espírito Santo (FAMES) para receber e parabenizar o capixaba Jeremias Reis. Assim como anunciamos anteriormente colocamos a instituição a disposição do nosso campeão. Aproveitamos a oportunidade para paraben..</p> <p>654</p> <p>Hoje é dia de The Voice Brasil Kids e o Espírito Santo está na final! Vamos torcer e votar com muito orgulho no talento do Jeremias. Estamos confiantes na sua vitória! Mas independentemente do resultado o Jeremias já está convidado a juntar-se à Faculdade d..</p> <p>620</p>
ELEIÇÃO - Raiva/Angry	GESTÃO - Post Triste/Sad
<p>Post Message</p> <p>MUITO OBRIGADO! Com muita humildade e confiança recebo o resultado da pesquisa Ibope divulgada há pouco pela TV Gazeta que indica a minha candidatura com 59% das intenções de voto 5% a mais do que a última pesquisa divulgada pelo mesmo instituto e..</p> <p>144</p> <p>NOTA: O governador eleito Renato Casagrande (PSB) vai adotar uma posição de equilíbrio e responsabilidade neste segundo turno das eleições presidenciais. Em defesa dos interesses do Espírito Santo e de todos os capixabas ele assumirá neste momento uma..</p> <p>129</p> <p>UMA CONQUISTA DOS CAPIXABAS A pesquisa Dattamarketing divulgada hoje pelo Jornal A Tribuna aponta a minha candidatura com 64,41% dos votos válidos. Recebo este resultado com muita alegria e agradecimento ao povo capixaba. Meu muito obrigado à to..</p> <p>84</p>	<p>Post Message</p> <p>LUTO Estamos consternados com a notícia do incêndio no CT do Flamengo na manhã desta sexta-feira (8). Uma das vítimas é o zagueiro capixaba Jhonathan Ventura 16 anos que corre atrás do sonho de ser jogador de futebol. Ele está internado em estado gravíssimo...</p> <p>181</p> <p>É com pesar que recebo a notícia da morte do jornalista Carlos Tourinho ocorrida na tarde deste domingo (31) em Vila Velha. Ele nos deixa um legado de inovação no jornalismo sobretudo na mídia televisiva. Tourinho ficará marcado como um dos grandes nomes da..</p> <p>100</p> <p>NOTA DE PESAR É com pesar que recebo a notícia da morte do jornalista Ricardo Boechat 66 no início da tarde desta segunda-feira (11) vítima de um acidente de helicóptero em São Paulo. O jornalismo brasileiro perde hoje uma de suas referências. Defensor do plura..</p> <p>97</p>

Tableau Public, 2021 – Elabora pela autora

Tendo como exemplo, se ranqueia na ferramenta de visualização Tableau Public as três postagens que mais receberam as “reações” destacadas nos períodos eleitoral e governamental e vão ao encontro de postagens com mais engajamento de Renato Casagrande. No período eleitoral “amei/love” e “raiva/angry” referem-se às postagens de Renato Casagrande apresentadas anteriormente no grupo 1 “Agenda eleitoral (pesquisa de intenção de votos, mudança da foto de perfil e posicionamento de neutralidade de Casagrande no segundo turno). No período governamental a reação “amei/love” corresponde as postagens do governador categorizadas no grupo 4 “Agenda durante o mandato” (Entretenimento, focada na participação do menino Jeremias no The Voice Kids Brasil).

Já a reação “triste/sad” não vai ao encontro das postagens com mais engajamento analisadas no período governamental. Essas interações, em 2019, têm a ver com luto e pesar pelo incêndio no centro de treinamento do Flamengo que aconteceu em 08 de fevereiro, o falecimento do jornalista e professor Carlos Tourinho, no dia 31 de março, e o acidente aéreo que vitimou o jornalista Ricardo Boechat, em 11 de fevereiro. Isso denota como determinados assuntos podem ter repercussão nas redes digitais e como Casagrande se conecta com temas da agenda que mobiliza as RSD, tendo em vista que a página no Facebook é de um político que não tinha nenhuma ligação direta com as três ocorrências, mas fez uma publicação de solidariedade e condolências.

4.2 COMENTÁRIOS DOS USUÁRIOS NOS PERÍODOS ELEITORAL E GOVERNAMENTAL

Para fazer as análises dos comentários foi considerado o conjunto de dados (*dataset*) baixado por meio do Netvizz, e reunidos numa planilha específica que contém o texto, a data, a hora e as curtidas dos comentários e as respectivas postagens. Para exemplificar, a Figura 8 é um print do começo da planilha de comentários do período eleitoral com os títulos que informam o que são os dados. Na análise dos comentários dos usuários, houve combinação da AC com a AD. Nesta etapa foram criadas quatro categorias detalhadas abaixo com o objetivo de verificar as ocorrências de termos, visando identificar os efeitos de discurso de Casagrande nos períodos eleitoral e governamental, uma vez que pode haver um reflexo positivo ou negativo em relação às estratégias discursivas utilizadas por ele.

Figura 8 – Print da planilha de comentários com dados baixados pelo Netvizz

	A	B	C	D	E	F	G
1	post_id	post_text	post_publish	comment_id	comment_message	comment_pu	comment_likes
2	2403833726	Bom dia	ami 2018-10-28T:1919868868	#Casaopresidente2022		2018-10-28T:	1
3	2403833726	Bom dia	ami 2018-10-28T:1919868868	Eu votei no Casagrande não no PSB		2018-10-28T:	6
4	2403833726	Bom dia	ami 2018-10-28T:1919868868	Independente de quem ganhar o Espírito Santo já está em boas mãos. Bom		2018-10-28T:	13
5	2403833726	Bom dia	ami 2018-10-28T:1919868868	O capixaba votou no Casa Grande e não no PSB.		2018-10-28T:	2
6	2403833726	Bom dia	ami 2018-10-28T:1919868868	Melhores desejos que um Governador pode querer pra sua terra e sua gen		2018-10-28T:	8
7	2403833726	Bom dia	ami 2018-10-28T:1919868868	Maravilhoso domingo meu Governador!!		2018-10-28T:	3
8	2403833726	Bom dia	ami 2018-10-28T:1919868868	Meu governador, vamos em frente que a missão é árdua e já começou.		2018-10-28T:	4
9	2403833726	Bom dia	ami 2018-10-28T:1919868868	O Espírito Santo e o Brasil apostando em uma melhora significante para às		2018-10-28T:	2
10	2403833726	Bom dia	ami 2018-10-28T:1919868868	Te entrego meu Senhor Jesus a minha vida Os meus problemas as minhas		2018-10-28T:	3
11	2403833726	Bom dia	ami 2018-10-28T:1919868868	E que Deus o abençoe, proteja e guarde.		2018-10-28T:	2
12	2403833726	Bom dia	ami 2018-10-28T:1919868868	Sempre coeso em suas palavras. Parabéns Governador		2018-10-28T:	2
13	2403833726	Bom dia	ami 2018-10-28T:1919868868	Viva a democracia!		2018-10-28T:	2
14	2403833726	Bom dia	ami 2018-10-28T:1919868868	Como esse socialista...ganhou no primeiro turno? GRR		2018-10-28T:	2
15	2403833726	Bom dia	ami 2018-10-28T:1919868868	Precisamos daquele q defende esses valores, q cultiva a diversidade e o li		2018-10-28T:	2
16	2403833726	Bom dia	ami 2018-10-28T:1919868868	Conhecendo o governador Casagrande, ele terá habilidades para dialogar		2018-10-28T:	3
17	2403833726	Bom dia	ami 2018-10-28T:1919868868	#casagrande sempre com Casagrande.		2018-10-28T:	1
18	2403833726	Bom dia	ami 2018-10-28T:1919868868	Conto contigo		2018-10-29T:	1
19	2403833726	Bom dia	ami 2018-10-28T:1919868868	E o que todos nós esperamos nosso governador que ele seja um bom presi		2018-10-28T:	1

Fonte: Elaborado pela autora

Com base na análise das estratégias discursivas das postagens com mais engajamento de Renato Casagrande e da leitura fluante dos períodos eleitoral e governamental, para a análise dos comentários, foram criadas quatro categorias, sendo “políticos”, já que a polarização política ultrapassa o período eleitoral e a figura de candidatos ou políticos impacta os usuários na maneira que se liga a Renato Casagrande como candidato ou governador; “áreas de atuação” para compreender quais áreas sociais foram mais valorizadas pelos usuários; e, “características positivas de RC” e “características negativas de RC”, que abarcam recursos discursivos emocionais positivos e negativos apreendidos pelos comentadores ligados à formação do caráter de Casagrande, bem como as emoções que ele tentou passar ao longo da campanha e dos seis meses de mandato.

Nas categorias “características positivas de RC” e “características negativas de RC”, *ethos* e *pathos* foram alocados juntos porque a percepção das estratégias depende muito da interpretação, pois há postagens que Casagrande não inseriu adjetivos, mas a maneira como se comunicou verbalmente ou não verbalmente, remeteu a determinados sentidos. Da mesma forma, as categorias de “áreas de atuação” e “políticos” trazem mais “*logos*” e “*ethos*” porque acionam recursos mais racionais como dados e fatos sobre programas, projetos de passado e de futuro, junto com figuras políticas que reafirmam, creditam ou enfraquecem o discurso político de Renato Casagrande.

As planilhas de comentários dos períodos eleitoral e governamental foram limpas para que contivessem somente o texto dos comentários e inseridas na ferramenta Voyant Tools, assim identificou-se a frequência e comparou-se a tendência de como os termos aparecem. A busca pelos termos foi lematizada, ou seja, as formas de uma palavra foram agrupadas, identificando-as no Voyant Tools por sua raiz. Os 10 termos mais frequentes de cada categoria estão identificados da seguinte forma: humild* 240 (humildade), para facilitar a compreensão, mesmo que “humild*” signifique “humildade”, “humilde” e outras formas derivadas. Há palavras de sentidos semelhantes que a ferramenta Voyant Tools⁹³ não lematiza porque a letra de corte é diferente, daí a busca precisa ser separada, exemplo: “feliz” e “felicidade”. Feliz, que aparecem as formas flexionadas: “felizes”, “felizmente”, “felizardos”, assim como em Felic, “felicidade”, “felicitação”, “felicitam”. Nas figuras abaixo que mostram os dados no Voyant Tools, se visualiza a frequência geral⁹⁴, ou seja, a soma dos termos nos períodos eleitoral e governamental. Nas análises, entre parênteses, informa-se a frequência do termo.

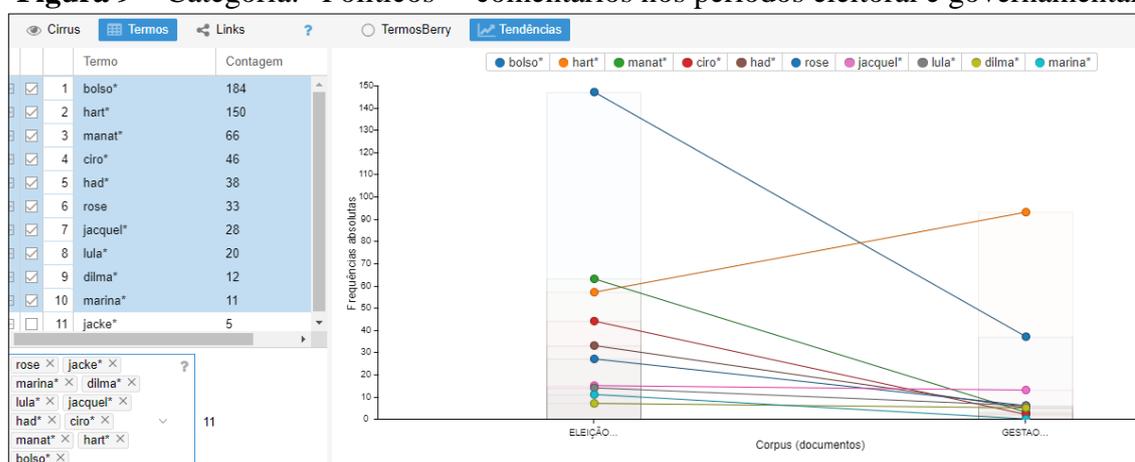
Depois de categorizar, frequentar e comparar os termos na ferramenta Voyant Tools, buscou-se por meio do Tableau Public, selecionar alguns comentários mais curtidos de cada período que contenham os termos mais frequentes, com o objetivo de ver as correlações com o discurso de Casagrande. No Tableau Public, não foi necessário limpar as planilhas, pois é possível selecionar os dados que se deseja trabalhar. Alguns trechos dos comentários alocados

⁹³ O Voyant Tools oferece outras formas de busca pela sintaxe, mas no teste realizado, não lematizou buscando os termos identificados manualmente.

⁹⁴ O corpus podia ser acessado online: voyanttools/corpus. Porém, o Voyant limita o tempo do corpus online, por isso, tanto os prints quanto os dados em Excel estão arquivados numa pasta no computador por segurança. Como os gráficos são dinâmicos, era possível identificar e selecionar a frequência exata de cada termo distintamente nos dois períodos. Como as tendências estão por frequência absoluta é possível ver a localização do termo no eixo y, nas figuras 9, 10, 11 e 12.

na planilha do Voyant Tools estão transcritos nas análises para facilitar a visualização e compreensão.

Figura 9 – Categoria: “Políticos” - comentários nos períodos eleitoral e governamental



Frequência geral “Políticos”: bolso* 184 (Jair Bolsonaro); hart* 150 (Paulo Hartung); manat* 66 (Carlos Manato); ciro* 46 (Ciro Gomes); Had* 38 (Fernando Haddad); Rose* 33 (Rose de Freitas); Jacquel* 28 (Jacqueline); Lula* 20 (Lula); Dilma* 12 (Dilma); Marina* 11 (Marina Silva);

Durante a eleição, em âmbito nacional, o nome de Jair Bolsonaro (147) é o que mais aparece nos comentários. No Espírito Santo, ele teve mais de 60% dos votos válidos no segundo turno, mas desde o primeiro, havia preferência da maioria dos capixabas pelo candidato conservador. Renato Casagrande tinha o apoio de Ciro Gomes (PDT) que se apresentava como principal alternativa num cenário polarizado entre o candidato do PT, Fernando Haddad e o primeiro colocado, que era filiado ao PSL. Em âmbito estadual, os nomes de Paulo Hartung (57) e Carlos Mandato (43) tiveram destaque por motivos muito claros. Por mais que Hartung estivesse fora da corrida eleitoral em 2018, ainda era entendido como principal adversário de Renato Casagrande (PSB), podendo trabalhar nos bastidores contra ele, portanto compreende-se que esta era uma disputa que ainda estava sendo travada. E Casagrande acionou por diversas vezes críticas à gestão anterior.

Carlos Manato por sua vez, cresceu nas pesquisas eleitorais e desbancou Rose de Freitas que iniciou a campanha como principal adversária de Casagrande e terminou em quarto lugar (4,57%), atrás da candidata do PT, Jackeline Rocha (7,38%) e de Manato que ficou em

segundo lugar (27,22%) (G1, 2018). O crescimento da campanha de Carlos Manato deu-se porque ele era o candidato no bloco político apoiado por Jair Bolsonaro, fato que ocorreu também em outros estados. Finalizada a eleição, o nome de Manato (3) fica quase invisível, o nome de Hartung cresce (93), seguido de Bolsonaro (37) já como presidente da República e se destaca o nome de Jacqueline Moraes (13) que assumia como primeira mulher vice-governadora.

Os outros candidatos a presidente que aparecem nas tendências (Figura 9) são Fernando Haddad (PT) e Marina Silva (Rede), e os políticos não candidatos, ex-presidenciais Lula e Dilma que apareceram nas co-ocorrências, pela conjuntura política que se formava desde 2013. Todos esses nomes são mais frequentes no período eleitoral, enquanto que na gestão governamental a frequência é bem reduzida.

Tabela 5 – Comentários mais curtidos no período eleitoral com os termos: Bolsonaro; Hartung; Manato

Eleição - Coments - Bolso*	
#Bolsonaro17. Como apoiar um candidato que é declaradamente direcionado por um homem preso?	18
Governar o Espírito Santo é a mesma coisa que governar o Brasil, tem que ter pulso forte, todas as economias e produtos tem aqui, não dá pra governar com ideologia e militância política, o povo não aguenta m...	12
Casa Grande governador do Espírito Santo, Bolsonaro Presidente do Brasil	10
Ou ta com nós, ou está com eles. Essa sua postura de amarelão não dá. #bolsonaro17	8
Me desculpem aparecer aqui na postagem de vocês, mas meu candidato está de atestado e eu fiquei responsável por fazer a campanha dele. Vote #bolsonaro17 Obrigado pela atenção!	7
Estão subestimando a campanha de Magno Malta em favor d Manato e Bolsonaro	7
DIZ QUE FEZ TANTA COISA E PERDEU AS ELEICOES 2014 KKKLL BOLSONARO PRESIDENTE MANATO GOVERNADOR	7
Vou de 17 Bolsonaro e mandato!	6
Mas meu voto vc. Não pega mais não perdeu. As pessoas aumentam mais não inventam. Tá do lado do Lula tá contra o povo de bem. Bolsonaro vem chegando.	6
Eleição - Coments - Hart*	
De 2002 até hoje Hartung e Casagrande governaram o ES, agora ao final do mandato de PH e a percepção de fadiga da sociedade com esses sujeitos identificados com o ranço da velha política e que se apresentam como se foss...	8
Senhor governador Paulo Hartung, porque não reduziu o imposto da energia elétrica no início do seu governo? Com certeza faria falta pro caixa do governo certo? Porque repassar a alguns municípios recursos para obras no ...	5
Ta explicado por q varios prefeitos durante a campanha ao governo si esconderam com medo do Hartung , de olho grande nesses recursos também são cumpriçe nisso	4
Lá em casa 5 votos . pra mim foi o melhor que investiu na segurança.fora logo Paulo Hartung vc nunca mais.	4
Só o prazer de ver Paulo Hartung longe e você ganhando , é tudo de bom ,conte com meu voto	3
Paulo Hartung sendo Paulo Hartung ☹️ políticas de terras arrasadas. "Limpar o Tacho!" Inviabilizar os primeiros anos de governo. Força!👊👊👊👊	3
Paulo Hartung coloca PMS aposentados no lugar de vigilantes nas defensorias publicas, causando desemprego. Olhe por isso Governador	3
Eu fico pensando será que no espirito santo só tem Casagrande Paulo Hartung para governa só tem Freitas e Jorge Silva para deputados estaduais Federais vamos tirar esses cara pelo menos por quattros anos e da oportunida...	3
Eleição - Coments - Manat*	
#E17 #MANATO17	7
#MANATO17	7
DIZ QUE FEZ TANTA COISA E PERDEU AS ELEICOES 2014 KKKLL BOLSONARO PRESIDENTE MANATO GOVERNADOR	7
Estão subestimando a campanha de Magno Malta em favor d Manato e Bolsonaro	7
Eu vi esse discurso do aquaviário eleger governadores e prefeitos mas até hoje nada. Eu fico com quem tem o pé no chão e não promete o que não vai fazer. #Manato17	4
Manato 17	3
Manato 2018	3

Fonte: Tableau Public, 2021 – Elaborado pela autora

Utilizou-se o Tabelau Public para selecionar alguns dos comentários mais curtidos que continham os termos mais frequentes em cada período, no caso da Tabela 5, o eleitoral: Bolsonaro; Hartung e Manato. Os comentários filtrados pelos termos (bolso*, hart*, manat*) estão visualizados em tabela por ordem dos mais curtidos. Esse padrão segue para as demais tabelas adiante.

Observa-se de acordo com a Tabela 5 que pode existir uma aparente associação positiva entre o nome de Renato Casagrande, como opção para governador e Jair Bolsonaro para presidente, mas como Carlos Manato também aparece como um dos mais frequentes interpreta-se que há

mais uma tentativa de voto casado entre Bolsonaro para presidente e Manato para governador. *“Casa grande governador do Espírito Santo, Bolsonaro presidente do Brasil”*; *“diz que fez tanta coisa e perdeu as eleições 2014 kkklll Bolsonaro presidente Manato governador”*; *“#B17; #MANATO17”*. Além disso, existe uma disputa discursiva entre os comentaristas que apoiaram e não apoiaram Bolsonaro para presidente. Há ainda crítica à esquerda e ao ex-presidente Lula, pela aversão à ideologia política ou à militância política de linha esquerda presente nos comentários, temáticas essas acionadas pela campanha da direita com a estratégia do inimigo único (DOMENACH, 1995) ou com a tópica da antipatia direcionada a um inimigo como coloca Charaudeau (2007), no caso PT / Lula. *“Mas meu voto vc. Não pega mais não perdeu. As pessoas aumentam mais não inventam. Tá do lado do Lula tá contra o povo de bem. Bolsonaro vem chegando”*; *“Governar o Espírito Santo é a mesma coisa que governar o Brasil, tem que ter pulso forte, todas as economias e produtos tem aqui, não dá pra governar com ideologia e militância política, o povo não aguenta mais [...]”*.

Na mesma linha, os comentaristas cobraram uma posição de Casagrande na disputa nacional, o que se correlaciona negativamente com a publicação de Casagrande afirmando que iria assumir postura de neutralidade, pois o voto de Casagrande abarcava eleitores de posicionamentos completamente díspares. *“Ou tá com nós, ou está com eles. Essa sua postura de amarelo não dá. #bolsonaro17”*.

A correlação em relação ao antecessor de Casagrande, Paulo Hartung, no segundo conjunto da Tabela 5, vai ao encontro do que o socialista colocou estrategicamente, como o tema da Segurança. Casagrande, aliás, acionou bastante o tema segurança como o principal problema no final do mandato do seu antecessor, por conta da greve da PM em 2017, que o governador eleito, logo nos primeiros dias de mandato resolveu de forma oposta à linha de gestão de PH. O efeito do discurso de Casagrande nos comentaristas vai ao encontro das críticas que ele abarcou durante a eleição que como mostrado estão associadas às emoções negativas. A propósito, relembra-se que o uso das emoções ou afetos causa prazer ou desprazer e busca gerar alguma ação ou mudança (ARISTÓTELES, 2000; SAFATLE, 2018). Alguns comentaristas se mostram aliviados pela mudança. *“Só o prazer de ver Paulo Hartung longe e você ganhando, é tudo de bom, conte com meu voto”*.

Em contrapartida, há aqueles que não enxergam grandes diferenças, uma vez que a alternância do poder executivo estadual entre Paulo Hartung e Renato Casagrande se dá há quase 20 anos

e antes de 2013, os dois eram aliados, conforme já abordado anteriormente. “De 2002 até hoje Hartung e Casagrande governaram o ES, agora ao final do mandato de PH e a percepção de fadiga da sociedade com esses sujeitos identificados com o ranço da velha política e que se apresentam como se fossem novidade aparecerem liderando as pesquisas de intenção de voto é algo assombroso!! [...]”; “Eu fico pensando será que no espírito santo só tem Casagrande Paulo Hartung para governa [...]”. O cenário de polarização entre os dois era permanente e isso é de conhecimento público, tanto que aparece na coenunicação dos comentadores que não trazia a tona marcas dos governos de um e de outro.

Tabela 6 – Comentários mais curtidos do período governamental com os termos: Hartung; Bolsonaro; Jacqueline

Gestão - Coments - Hart*	
Paulo Hartung nunca deu prioridade a segurança pública do nosso estado! Com a greve da polícia só piorou, total descaço com as corporações, e Com a segurança pública, espero viver mais 4 anos de dedicação, e respeito com ...	16
Governador, também é preciso ficar de olho na imprensa hartunguista oficial, o pessoal da Rede Gazeta. Observa-se colunas, editoriais e notícias tendenciosas diariamente.	15
Governador a Polícia é ordeira , quem criou o caos foi Hartung ! Não cumpria a Constituição	9
Governador, não trate o Policial Militar da mesma forma que Paulo Hartung tratou. PM tbm é ser humano e precisa trabalhar com tranquilidade , sendo valorizado. Temos o pior salário do Brasil.	4
Só o projeto da Serra da Aliança que não sai do papel, já vamos para 1 ano desde a interdição!!!! Parabéns por continuar inerte igual o grande Paulo Hartung!!!!	3
Renato Casagrande viaturas ajudam, mas o nosso salário está uma vergonha, eu receber em dia não é mérito, para mim é obrigação. Precisamos de no mínimo a reposição da inflação, pois aumento, esse não vejo a 9 anos, am..	3
Gestão - Coments - Bolso*	
#NaoReformadaPrevidenciadoBolsonaro	4
Governo Bolsonaro trabalhando. O Brasil será desenvolvido se o deixarem trabalhar.	3
GOVERNADOR NÃO É APENAS A SUA OPINIÃO COISA NENHUMA! O SR. E MAIS 13 GOVERNADORES ESQUERDISTAS ASSINARAM UMA CARTA CONTRA O ARMAMENTO DE PESSOAS DE BEM! O ES ESTA PAGANDO UM PREÇO ALTO..	3
#NaoReformadaPrevidenciadeBolsonaro	3
O povo está precisando de novos valores no bolso	2
Faça a diferença governador, essa reforma não é do Bolsonaro, é sim para melhorar nosso país, nos honre aí.	2
Defenda o modelo de previdência proposta do PSB seu partido e não do Bolsonaro que pune os pobres	2
Gestão - Coments - Jacquel*	
Não bastasse, a fala da Vice-governadora Jacqueline Moraes, no encerramento desse primeiro dia, deu o tom emocional e síntese desse intenso dia de trabalho.	3
Valeu a pena ter trabalhado muito nosso governador Renato CASA Grande vice governadora JACQUELINE Moraes estamos juntos companheiro famílias abençoados . Vamos voltar ter segurança no nosso estado espírito Santo. ...	2
Bom dia ao NOSSO GOVERNADOR Renato CASA Grande e a nossa Jacqueline Moraes, muitas bênçãos.. Trabalha e confia ☺	2
Governador casa grande está preparando juntamente com vice governadora Jacqueline para governar nosso estado	1
É de uma grande importância para os pacientes, famílias, gestores e nossos profissionais da área da saúde oferecer uma assistência segura com mais qualidade..olha o rostinho de felicidade quando se passa segurança ao pró..	1
Deus abençoe VC Casão e a Jacqueline	1
Casão voce e Jacqueline farão deste estado o orgulho da nação !!	1
Abraços de Roraima ao sr. E a nossa vice Jacqueline!!	1
ABRACO PRA JACQUELINE NOSSA VICE GOVERNADORA	1

Fonte: Tableau Public, 2021 – Elaborado pela autora

No conjunto dos comentários mais curtidos do período governamental em que o nome do ex-governador Paulo Hartung aparece, os comentadores estão bastante favoráveis e apoiam às colocações de Casagrande. Segurança aparece nos comentários, como aconteceu durante a eleição, mas como governador, foram mais postagens sobre o tema e a maioria tinha o objetivo de encerrar, dar como resolvido, o assunto da crise na gestão passada, começando pela anistia aos policiais.

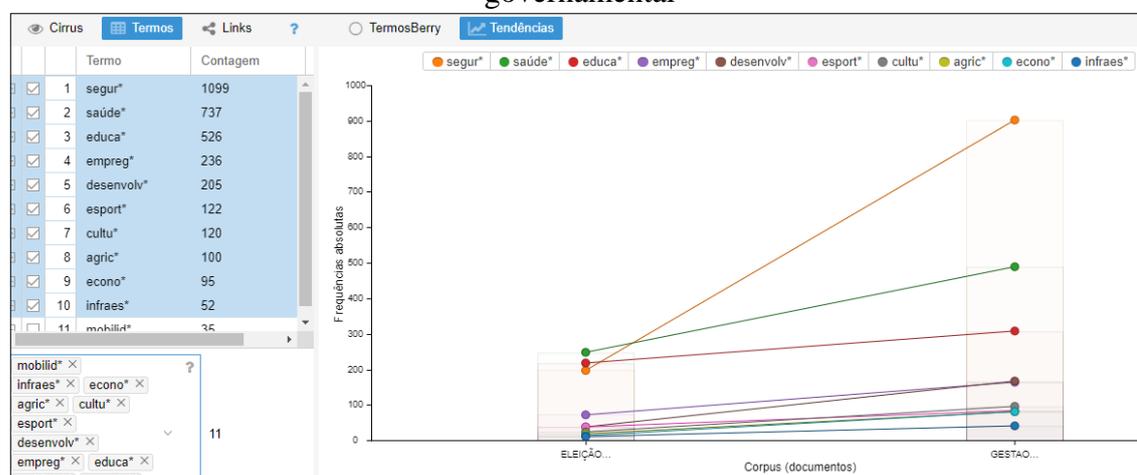
Já no segundo conjunto de comentários que tem o nome do presidente da República (Bolso*), as correlações são negativas porque o governador não era favorável à flexibilização das armas, uma proposta bolsonarista, e este foi um dos primeiros contrapontos de Casagrande, que entre o segundo turno e os primeiros dias de mandato tentou evitar. Inclusive, um dos comentários apresenta um sentido de arrependimento do voto de quem acreditou em Casagrande para governador e votou em Bolsonaro para presidente, porque o posicionamento

de chefe do executivo estadual não corresponde às expectativas e linha de gestão do executivo federal e a proximidade com os ex-presidentes da República: O comentário na íntegra é: “governador não é apenas a sua opinião coisa nenhuma! O sr. e mais 13 governadores esquerdistas assinaram uma carta contra o armamento de pessoas de bem! O es esta pagando um preço alto por votar no sr.! Não está alinhado ao governo bolsonaro e sim em seus próprios interesses! Ministro tarcisio freitas veio aqui e esta dando todo o suporte, mesmo sem ter dinheiro! O sr. Esta alinhado com governo lula, dilma, temer que assaltam o país! Lamentavel!”.

Há também a presença da *#NaoReformadaPrevidenciadeBolsonaro* que representa o posicionamento de comentadores que são contra a reforma da previdência que aconteceu no final de 2019, na qual altera regras de aposentadoria e foi tema de muito debate no período, mas não apareceu entre as 25 postagens com mais engajamento do governador. Diante disso, percebe-se como realmente o voto de Casagrande era mesclado por eleitores de linhas opostas.

Com relação à vice-governadora Jacqueline Moraes, os comentários são positivos e a imagem dela está muito próxima à do governador, pois os comentadores saúdam os dois e a reconhecem como uma liderança e não como uma vice apagada e sem território. Jacqueline iniciou sua vida política nos movimentos comunitários, foi vereadora no município de Cariacica e mantém presença constante nas redes digitais. “Meu governador Renato CASA Grande vice governadora JACQUELINE Moraes estamos juntos companheiro[...]”;

Figura 10 – Categoria: “Áreas de atuação” - comentários nos períodos eleitoral e governamental



Fonte: Voyant Tools, 2021 – Elaborado pela autora

Frequência geral “Áreas de atuação”: segur* 1099 (segurança); saúde* 737 (saúde); educa* 526 (educação); empreg* 236 (emprego); desenvolv* 205 (desenvolvimento); esport* 122 (esporte); cultu* 120 (cultura); agric* 100 (agricultura); econo* 95 (economia); infraes* 52 (infraestrutura).

Na categorização as “áreas de atuação”, Segurança, Saúde e Educação, tiveram frequência significativamente maior dos que as outras áreas tanto no período eleitoral quanto no governamental, o que faz sentido, pois são pautas prioritárias de todo governo e há frequentes reivindicações por parte da população. A diferença é que durante a eleição Saúde (248) apareceu com maior frequência e Segurança (902) apareceu mais na gestão. Já Educação ficou mais equilibrada nos dois períodos (218; 308, total 526).

Na eleição, as temáticas aparecem entrelaçadas, assim quer dizer que os comentaristas falaram sobre mais de uma área de atuação ao mesmo tempo. Mas, na análise das postagens com mais engajamento de Renato Casagrande, o candidato falou mais sobre Segurança, e Educação do que Saúde, sendo que esta teve somente uma publicação focada em hospitais e atendimento humanizado, conforme card 22 no Quadro 2. Durante o mandato, nos comentários, as “áreas de atuação” estão mais distantes e há um espaço em que Segurança foi tratada mais isoladamente pelos comentaristas. Todas as outras áreas de atuação têm co-ocorrências mais cruzadas nos dois períodos, como se vê nas tendências da Figura 10.

Tabela 7 – Comentários mais curtidos do período eleitoral com os termos: Saúde; Educação; Segurança

Eleição - Coments - Saúde	
Bom dia Renato, quando se aproxima as eleições, eu procuro conhecer e estudar bem o candidato sei o peso e o valor que o meu voto tem. Sou sua eleitora, sei do seu compromisso sério com a população, como senador como gov...	7
Renato, foque na segurança. Estamos desprotegidos em nossas fronteiras e quem vai sofrer primeiro são os municípios do Sul e sudoeste do Estado. Não esqueça o banho que vc tomou, por confiar demais na equipe que ficou do...	6
Primeiro turno.....vitória já!!!! Educação, Saúde, Segurança com honestidade e compromisso!!!!	5
Marcelo Paulo Stefanelli Junior discurso dos políticos: vamos investir na educação, saúde e nas pessoas. como é a realidade atualmente: tal político é delatado por desvio de verba. kkkkkkkkk	4
Espero q seja capaz de honrar essa gratidão com atitudes de um bom gestor, valorizando campos como a Educação, Saúde e Segurança.	4
É verdade o Espírito Santo precisa de mais Saúde, Educação e estradas sem buracos ETC.	4
Eleição - Coments - Segur*	
Parabéns, governador! Faço uma ressalva no seu texto de agradecimento. Onde vc diz: "... fazer o nosso Estado voltar a crescer, de voltar a ter MAIS diálogo, segurança...", eu diria: "... fazer o nosso Estado voltar a crescer, de v...	10
Concordo que a insegurança pública piorou, mas não devido a má gestão, mas sim por jogadas políticas, qualquer cidadão que entende um pouco de política irá ver que os cabeças de chaves da manifestação da PM estão concorr...	9
Tenho uma pergunta. No seu primeiro mandato fez um bom trabalho (pelo menos do meu ponto de vista). Mas o nosso amigo baiano da Odebrecht TB havia feito. Porém na segunda chance que teve destruiu com todo o trabal...	7
É 40 meu povo so vai dar 40 na cabeça nosso governado é ou melhor é 40 educação é 40 trabalho é 40 segurança é 40 junto comeu amigo cp porto é segurança ornestidade é 40 uma pessoa maravilhosa que merecer nosso apoio...	7
Renato, foque na segurança. Estamos desprotegidos em nossas fronteiras e quem vai sofrer primeiro são os municípios do Sul e sudoeste do Estado. Não esqueça o banho que vc tomou, por confiar demais na equipe que ficou do...	6
Primeiro turno.....vitória já!!!! Educação, Saúde, Segurança com honestidade e compromisso!!!!	5
Casagrande fez muito pela segurança encheu a nossa gloriosa Polícia Militar de concurreseiros despreparados, tem que ser mudado o método de ingresso na PM ES, melhor avaliação etc. Mas pode ficar Tranquilo Bolsonaro 17 ve...	5
Aí sim! Eu lembro que no mandato do Sr. a segurança em Jacaraípe era bem melhor.	5
Eleição - Coments - Educa*	
Parabéns Governador!! O projeto atual não funciona. Mas o ensino integral articulado com Educação Profissional promove formação técnica e gera oportunidade de trabalho e forma profissionais para o mercado, reduzindo os pr...	9
É 40 meu povo so vai dar 40 na cabeça nosso governado é ou melhor é 40 educação é 40 trabalho é 40 segurança é 40 junto comeu amigo cp porto é segurança ornestidade é 40 uma pessoa maravilhosa que merecer nosso apoio...	7
Bom dia Renato, quando se aproxima as eleições, eu procuro conhecer e estudar bem o candidato sei o peso e o valor que o meu voto tem. Sou sua eleitora, sei do seu compromisso sério com a população, como senador como gove...	7
Renato, foque na segurança. Estamos desprotegidos em nossas fronteiras e quem vai sofrer primeiro são os municípios do Sul e sudoeste do Estado. Não esqueça o banho que vc tomou, por confiar demais na equipe que ficou do...	6
Acredito na Educação de Tempo Integral sem desmerecer a tempo parcial. Acredito na Educação de Tempo Integral onde os envolvidos tenham chance de opinar, de adaptação. Acredito na Educação de Tempo Integral que promo...	6
Primeiro turno.....vitória já!!!! Educação, Saúde, Segurança com honestidade e compromisso!!!!	5

Fonte: Tableau Public, 2021 – Elaborado pela autora

Como colocado, Saúde, Segurança e Educação são prioritárias na eleição e ficaram muito entrelaçadas, tanto que os comentários mais curtidos se repetem na busca com termos diferentes, exemplo: *“É 40 meu povo so vai dar 40 na cabeça nosso governado é ou melhor ã 40 educação ê 40 trabalho ã 40 seguração ê 40 junto [...]”*⁹⁵. O discurso de Casagrande parece ter sido apreendido pelos comentaristas que correspondem positivamente às estratégias que ele usou para tratar da Segurança. A Educação também se correlaciona com as postagens que Casagrande faz sobre o ensino integral e educação profissional e, os comentaristas integram de forma argumentativa, no sentido de participação pelo que foi colocado nas publicações: *“Parabéns Governador!! O projeto atual nao funciona. Mas o ensino integral articulado com Educação Profissional promove formação técnica e gera oportunidade de trabalho e forma profissionais para o mercado, reduzindo os problemas sociais e melhorando a formação do aluno na sua comunidade. A formação técnica de qualidade gera oportunidade. Conte com o nosso apoio!!”*. Nesse conjunto de comentários das “áreas de atuação” na eleição, prevalecem mais pedidos e cobranças no atendimento efetivo às áreas citadas, do que críticas à pessoa ou ao governo Casagrande.

Tabela 8 – Comentários mais curtidos do período governamental com os termos: Segurança; Saúde; Educação

Gestão - Coments - Segur*	
Senhor governador, queria saber se os seguranças que te acompanham na comitiva, andam armados ou desarmados????	16
Paulo Hartung nunca deu prioridade a segurança pública do nosso estado! Com a greve da polícia só piorou, total descaso com as corporações, e Com a segurança pública, espero vivenciar mais 4 anos de dedicação, e respeito com ..	16
Senhor governador, não trata de política de segurança pública. O estatuto é um direito constitucional da legítima defesa, já que o Estado falha na segurança. Outro fator primordial é que não há inconstitucionalidade no decreto ..	13
Por isso que falei, a segurança no Estado estava abandonada, ficou paralisada depois da greve da PM, agora com ações no Rio de Janeiro, com o novo governo, é nítido e notório que vai cair aqui, pois somos rota de fuga, por favo..	12
Governador Casagrande fico indignado Espírito Santo estado tão pequeno, com recursos naturais, como: Duas malhas ferroviárias, rodovias, portos, aeroportos e etc... Não sai do lugar... Com uma assembleia viciada com ma..	12
Parabéns Sr. Governador. . . Porém pra fechar com chave de ouro, falta corrigir às perdas salariais na segurança pública em geral (PM, PC, BM, SEJUS).	11
Para além de Jeremias existem muitos jovens, adolescentes e crianças talentosos nas comunidades periféricas do nosso Estado, mas para que elas consigam pelo menos ser reconhecida precisamos de oportunidades e estarmos..	11
Vai demorar um tempo até desfazer todo processo de destruição das forças de segurança capixabas feitas pelo governo anterior. Todo o conjunto do governo anterior juntaram forças pra destruir a segurança pública sem se imp..	10
Gestão - Coments - Saúde	
Por isso que falei, a segurança no Estado estava abandonada, ficou paralisada depois da greve da PM, agora com ações no Rio de Janeiro, com o novo governo, é nítido e notório que vai cair aqui, pois somos rota de fuga, por favo..	12
Para além de Jeremias existem muitos jovens, adolescentes e crianças talentosos nas comunidades periféricas do nosso Estado, mas para que elas consigam pelo menos ser reconhecida precisamos de oportunidades e estarmos..	11
Vá cuidar do nosso estado que já tá bom demais. Cuide da saúde que uma pessoa que precisa de um oftalmologista espera em média de um a três anos.	8
Renato Casagrande Também pudera governador: Qualquer servidor público em pleno gozo de suas funções que prevaricar, deve ser punido. Como dizer seguir adiante, para famílias que perderam entes queridos (e não me refir..	6
Governador muda o disco. Fala da saúde pública que está um descaso.	6
Monica Silva desculpa entrar na conversa, eu fui contra a greve, mas se vc for na cozinha de um soldado da PM é vergonhoso, ele não ter mantimentos para alimentar o filho, eu chorei ao ver essa situação, eles só queria o que to..	5
Marcos Bastos, eu não quero, aqui, fazer comparações com outras categorias, OK? Professores e profissionais da saúde, assim como nós, precisam ser valorizados. A comparação que fiz foi entre os policiais de toda o Brasil. Ape..	5
Gestão - Coments - Educa*	
Por isso que falei, a segurança no Estado estava abandonada, ficou paralisada depois da greve da PM, agora com ações no Rio de Janeiro, com o novo governo, é nítido e notório que vai cair aqui, pois somos rota de fuga, por favo..	12
Para além de Jeremias existem muitos jovens, adolescentes e crianças talentosos nas comunidades periféricas do nosso Estado, mas para que elas consigam pelo menos ser reconhecida precisamos de oportunidades e estarmos..	11
Concordo também com o investimento em videoconferência com o intuito de diminuição de gastos com escolta de presos. Agora o senhor quer investir na ressocialização para socializar a curto prazo um indivíduo que a vida int..	9
Monica Silva desculpa entrar na conversa, eu fui contra a greve, mas se vc for na cozinha de um soldado da PM é vergonhoso, ele não ter mantimentos para alimentar o filho, eu chorei ao ver essa situação, eles só queria o que to..	5
Como o senhor sugeriu governador, investir na qualificação do sistema prisional sim agora em ressocialização não concordo. Tem que investir em educação de qualidade e emprego no nosso estado para evitar que nossos jovens ..	5

Fonte: Tableau Public, 2021 – Elaborado pela autora

Na busca pelos termos mais frequentes no conjunto de comentários da categoria “áreas de atuação” do período governamental, alguns também se repetem como aconteceu durante a eleição e o debate mais forte é sobre Segurança. “[...] a segurança no Estado estava abandonada, ficou paralisada depois da greve da PM”; “Vai demorar um tempo até desfazer todo processo de destruição das forças de segurança capixabas feitas pelo governo

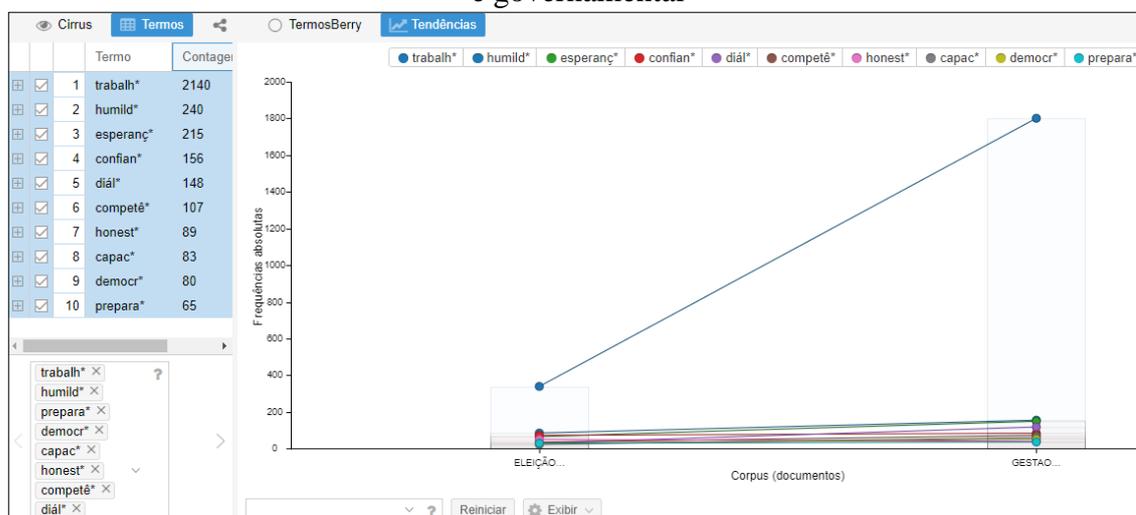
⁹⁵ Sic. Transcrição literal do comentário.

anterior”; *“Concordo também com o investimento em videoconferência com o intuito de diminuição de gastos com escolta de presos”*. Percebe-se que não há um consenso entre os comentaristas que opinam na forma como Casagrande pretendia atuar tanto na segurança pública quanto no sistema prisional, correlacionando assim com as postagens da agenda em Brasília que são os vídeos 8 e 9, organizado no Quadro 4, do grupo 4 “Agenda durante o mandato” que o governador teve com o então Ministro Sérgio Moro.

Os comentaristas também citaram o ex-governador Paulo Hartung associado à segurança pública, no sentido negativo, exatamente como Casagrande fez nos dois períodos. O debate dessa área ficou tão recorrente que um comentarista pediu para o governador falar mais sobre saúde: *“Governador muda o disco. Fala da saúde pública que está um descaso”*. Nem o comentarista e nem o governador poderiam imaginar que de 2020 em diante o tema mais falado pelo governo do ES e do mundo todo seria realmente “saúde”, por conta da pandemia do novo coronavírus.

Comentários ligados ao menino Jeremias Reis também apareceram nas “áreas de atuação” e se dão pelo fato de que o talento mirim capixaba, assim como outros, coloca um comentarista, são de comunidades do Espírito Santo, invisíveis socialmente, migrando para o caminho da violência por não terem perspectiva de futuro. *“Para além de Jeremias existem muitos jovens, adolescentes e crianças talentosos nas comunidades periféricas do nosso Estado, mas para que elas consigam pelo menos ser reconhecida precisamos de oportunidades e estarmos vivos. [...] Para o excelentíssimo senhor governador conhecer mais potências como o Jeremias o senhor precisa, e com urgência, pedir a segurança pública do Estado um diálogo com as comunidades periféricas entendendo a história e o conhecimento desta comunidade com os fatores burocrática da gestão. Agradeço pelo reconhecimento e a faculdade de música que o Estado esta proporcionando a Jeremias, mas te convido para junto conosco potencializarmos as comunidades periféricas com direitos de: acesso, saúde, educação de qualidade, entretenimento, lazer e conhecimento. Para construirmos um estado melhor precisamos dizer não a qualquer forma de opressão”*. A ação tomada pelo governador junto à Fames (foto 6, Quadro 4) foi reconhecida pelo comentarista, mas existem fortes cobranças para que além das congratulações pela participação e vitória de Jeremias no The Voice Kids Brasil, o governo incentive e promova qualificação, gere oportunidades e esperança de futuro para crianças e jovens.

Figura 11 – Categoria: “Características positivas de RC” - comentários nos períodos eleitoral e governamental



Frequência geral “características positivas”: trabalha* 2140 (trabalho/trabalhador); humild* 240 (humildade/humilde); esperanç* 215 (esperança/esperançoso); confian* 156 (confiança/confiante); diál* 148 (diálogo/diálogo), competê* 107 (competência/competente); honest* 89 (honestidade/honesto); capac* 83 (capacidade/capaz); democr.* 80 (democracia/democrático); prepara* 65 (preparo/preparado).

Dos termos positivos ligados as estratégias discursivas de Renato Casagrande no *ethos* e no *pathos*, destacam-se no período eleitoral “trabalho” (339) à “humildade” (85) e à “confiança” (72) e no período governamental: “trabalho” (1801), “humildade” (155) e “esperança” (149).

Casagrande, na construção do seu *ethos* na eleição, quis mostrar que é gestor público experiente, homem de família com origens humildes, que se mantém ao longo da sua história, buscando à confiança. Utilizou muito em seu discurso na eleição e na gestão o diálogo como promessa e em várias postagens, buscou acionar a esperança através de ações para sanar problemas que, segundo ele, surgiram no mandato do seu antecessor. Colocou-se ainda, como político que busca a pluralidade e está ao lado da democracia, o que parece ter sido compreendido pelos comentadores. Alguns dos termos, inclusive, foram colocados diretamente no discurso de Casagrande como “*humildade*” e replicados pelos comentadores.

Tabela 9 – Comentários mais curtidos do período eleitoral com os termos: Trabalho; Humildade; Confiança

Eleição - Trabalh*	
Parabéns merecidamente nosso futuro governador, continuaremos fazendo o nosso papel pedido votos, adesivando, conversando com lideranças e o povo em geral. Pela libertação do espírito santo estamos juntos. Renato Casa..	14
Que legal!!! ..Sonhos se tornando realidade!! ... Importante para a qualidade de vida, importante para o Turismo Capixaba!!! Parabéns Casagrande, acredito no seu trabalho. ☺☺☺	10
Sem dúvida será de grande serventia para todos nós, pois todo trabalhador está cansado de conviver com a superlotação nos transcol que regem na ida e vinda ao trabalho, fora o trânsito todos os dias, além de gerar emprego p..	9
Parabéns Governador!! O projeto atual não funciona. Mas o ensino integral articulado com Educação Profissional promove formação técnica e gera oportunidade de trabalho e forma profissionais para o mercado, reduzindo os pr..	9
Concordo que a insegurança pública piorou, mas não devido a má gestão, mas sim por jogadas políticas, qualquer cidadão que entende um pouco de política irá ver que os cabecas de chaves da manifestação da PM estão concorrendo..	9
Tenho uma pergunta. No seu primeiro mandato fez um bom trabalho (pelo menos do meu ponto de vista). Mas o nosso amigo baianinho da Odebrecht TB havia feito. Porém na segunda chance que teve destruiu com todo o trabal..	7
E 40 meu povo so vai dar 40 na cabeça nosso governado é ou menor é 40 educação é 40 trabalho é 40 segurança é 40 junto com eu amigo cp porto è segurança ornestidade é 40 uma pessoa maravilhosa que merecer nosso apolo ..	7
Acredito na Educação de Tempo Integral sem desmerecer a tempo parcial. Acredito na Educação de Tempo Integral onde os envolvidos tenham chance de opinar, de adaptação. Acredito na Educação de Tempo Integral que promo..	6
Pena que não pensa na classe dos trabalhadores. Nós professores por exemplo ficamos falando sozinhos e ele não queria nem conversar.	5
Vamos continuar trabalhando para crescermos ainda mais, porque o povo do espírito santo merece, vamos chegar a 70 % e muito mais com as bênçãos de Deus.	4
Parabéns merecidamente, para todo povo capixaba pelo reconhecimento dos trabalhos prestados a todos os municípios sem destinação. Isso é muito bom que, a paz e o progresso Volte a acontecer neste estado que é divino e é s..	4
Fechar o turno noturno em nosso município foi um absurdo!!!! Visto que a maioria de nossos alunos são da área rural e precisam trabalhar. Com essa situação nossos alunos estão indo para cidades vizinhas de outro estado. Caro..	4
Estamos com você casagrande, foi um ótimo governo espero que continue seu trabalho como antes com muito amor! E olhe por nós aqui do interior estamos precisando muito de um novo asfalto entre linhares a Rio Bananal! Fort..	4
Candidato que política pública o senhor tem de efetiva para atender os pobres de nosso estado, as comunidades carentes são esquecidas a anos pelo governo, as crianças, jovens e adolescentes são vulneráveis nesta situações o ..	4
Trabalhei no Procon de Cachoeiro no seu primeiro governo e sei do comprometimento do governador com a gestão. O cidadão espírito santense votou e acredita na sua competência governador, que Deus abençoe e ilumine seu g..	3
Parabéns. Mas não pode afrouxar a corrida eleitoral. Trabalhando dobrado e dei PH no chinelo. Estou pedindo votos desde 2014. 40 neles	3
estamos junt mas peço empreg precisamos trabalhar	3
E muito bom mesmo trabalhar com muita serenidade e transparência com planejamento e controle na gestão pública, quando nomear os novos secretários escolher pessoas técnicas nas pastas.	3
Eleição - Humild*	
Renato casa grande era governador e vai visitar nova betania viana pozou de helicopetero no campo do bota fogo em nova betania au decer eu ia passando falei con ele tira uma foto comigo ele vai na hora olha quero dizer pra voc..	13
Ele merece !!! Humildade, determinação, administração cm competência e resultados para nosso estado e nossa gente. Tmjuntos governador.	5
Parabéns por vc ser essa pessoa tão simpática humilde ,eu tenho plena certeza e convicção que toda sua caminhada vai ser de sucesso.sou 40 pelo que vc ja fez e tudo que vc vai fazer .	4
Parabéns!!!! Você é um ser humano fantástico. É integro, humilde, competente e solidário. O Campeão voltou ☺☺☺☺	3
Eleição - Confianç*	
Boa noite Renato. Vc já teve meu voto e confiança em anos anteriores, mais agora gostaria de saber como pretende governar com dividas com 18 partidos?? É como não sou mais burra, nem tenta me convencer que não fez nenhu..	26
Um posicionamento que não dá nem um pouco de confiança em seu governo, Renato Casagrande! Não é uma posição equilibrada, mas uma omissão frente a um processo que tem do lado os valores de democrático - que o senh..	9
Renato, foque na segurança. Estamos desprotegidos em nossas fronteiras e quem vai sofrer primeiro são os municípios do Sul e sudoeste do Estado. Não esqueça o banho que vc tomou, por confiar demais na equipe que ficou do g..	6
Deus o abençoe nesta caminhada rumo à sua vitória. O Sr. merece esta confiança do povo capixaba!	3
Que tenhamos a confiança em dias melhores. Para isso é preciso acreditar na responsabilidade. E colocar em prática! Vamos fazer um Espírito Santo mais equilibrado e bom para se viver.	3
Meu governador Casagrande, olhe pelos professores e a Saúde. Lembre-se de onde você vem e como nós(o povo) necessitamos de políticos que honre a confiança recebida das urnas. Vem que faz a hora não espera acontecer.☺	3

Fonte: Tableau Public, 2021 – Elaborado pela autora

O termo ligado ao trabalho é bastante abrangente e nos contextos é ligada a Renato Casagrande de várias formas: como uma característica positiva dele ou como apoio de eleitores que buscam votos para o então candidato: “[...] no seu primeiro mandato você fez um bom trabalho (pelo menos no meu ponto de vista)[...]”; “Estamos com você casagrande, foi um ótimo governo espero que continue seu trabalho como antes com muito amor! [...]”; “Parabéns. Mas não pode afrouxar a corrida eleitoral. Trabalhando dobrado e dei PH no chinelo. Estou pedindo votos desde 2014”; “Que legal!!! ..Sonhos se tornando realidade!! [...] Casagrande, acredito no seu trabalho”.

O termo também aparece quando os próprios comentaristas se identificam como classe trabalhadora e, além de segmentos e temas específicos como a Educação e a Segurança, que abrange elogios, críticas e questionamentos: “Sem dúvida será de grande serventia para todos nós, pois todo trabalhador está cansado de conviver com a superlotação nos transcol que regem na ida e vinda ao trabalho, fora o trânsito todos os dias, além de gerar emprego para quem vai transportar e automaticamente gerar o turismo na cidade. É isso que precisamos alguém que pense e ajuda o povo. Boa proposta Governador, dia 7 de outubro é certo é #40 #VoltaCasão”; “Pena que não pensa na classe dos trabalhadores. Nós professores por exemplo ficamos falando sozinhos e ele não queria nem conversar”; “Candidato que política pública o senhor tem de efetiva para atender os pobres de nosso estado, as comunidades carentes são esquecidas [...] e não tem escolas pública de qualidade para competir no mercado de trabalho cada dia mais exigente!”.

O termo ligado à humildade durante a campanha foi compreendido positivamente pelos comentaristas que mostram apoio à Casagrande. Da mesma forma acontece com a “confiança”, colocado no sentido de que o candidato é capaz de gerar resultados positivos na gestão e que o povo capixaba está confiante na vitória e no trabalho dele para o segundo turno. Alguns comentaristas escreveram depoimentos remetendo ao passado, como uma comprovação de que essas características positivas não foram manipuladas para esta eleição, mas que fazem parte da história do candidato. *“Renato casa grande era governador e veio visitar nova betania viana pousou de helicóptero no campo do bota fogo em nova betania ao descer eu ia passando falei com ele tira uma foto comigo ele veio na hora olha quero dizer pra vocês pensa num homem humilde hoje quero ele de novo governando o es [...]”*; *“Deus o abençoe nesta caminhada rumo à sua vitória. O Sr. merece esta confiança do povo capixaba!”*.

Mas, o conjunto que remete à confiança também evidenciou alguns comentários bem críticos de desconfiança e de arrependimento de quem foi eleitor dele em 2010 e também em 2018 por possíveis alianças políticas anteriores e pela omissão de Casagrande no segundo turno de 2018. A falta de confiança também está ligada ao posicionamento de neutralidade assumido pelo governador do segundo turno. *“Boa noite Renato. Vc já teve meu voto e confiança em anos anteriores, mais agora gostaria de saber como pretende governar com dívidas com 18 partidos?? E como não sou mais burra, nem tenta me convencer que não fez nenhum acordo. Tenho pena de nosso Estado com tanta maracutaia!!! O povo do ES está totalmente lascado se vc ganhar e eu vou sentir muito em morar aqui”*; *“Um posicionamento que não me dá nem um pouco de confiança em seu governo, Renato Casagrande! Não é uma posição equilibrada, mas uma omissão frente a um processo que tem do lado os valores de democrático - que o senhor tanto citou em sua campanha -, e de outro lado o desprezo pelo embate público e pela democracia brasileira”*.

Em vista disso, as estratégias emocionais podem atingir o coração das pessoas. Quando aquilo que o político diz vai ao encontro daquilo que ele é, seu discurso é sentido e acreditado pelas pessoas (GALINARI, 2014). Da mesma forma acontece quando há possíveis ruídos entre o discurso e a ação do candidato, colocadas pela lembrança presente nos comentários negativos que trazem críticas.

Tabela 10 – Comentários mais curtidos do período governamental com os termos: Trabalho; Humildade; Esperança

Gestão - Trabalh*	
Jogando para plateia , armar ninguém estamos num país democrático, e quero ter a opção, de poder ter arma na minha, casa, armado tá a população do crime e a nossa polícia não consegue desarmar porque. Governador, a noss...	12
Reforma que penaliza trabalhadores e mulheres pobres e beneficia grandes empresários e militares... Vamos acompanhar...	11
Nao se preocupe,poe esse povo pra trabalhar....sugiro dois turnos: uns trabalham dia, outros a noite e vice versa,logo vai ficar vazia.....sem superlotação.....	11
Existe uma quantidade enorme de trabalhadores rurais tendo que "si matar de trabalhar" e desembolsar dinheiro para cumprir regras rigorosas para vender o produto do seu suor. Existe uma quantidade enorme de estudantes ..	10
Bom trabalho	10
Valorize os policiais governador , os militares estão com o pior salário do país , ou o senhor acha que eles estão motivados para trabalhar tendo o pior salário do país ? Reveja isso governador !	9
Governador, essa reforma da forma que está não atende os anseios da classe trabalhista, e uma covardia e um retrocesso aos direitos conquistados. Nos representa governador!	9
Concordo também com o investimento em videoconferência com o intuito de diminuição de gastos com escolta de presos. Agora o senhor quer investir na ressocialização para socializar a curto prazo um individuo que a vida int..	9
Renato Casagrande quer fechar a ferida da PM governador? Dê salário digno e condições de trabalho aí sim fechará a ferida dos PMs e talvez da sociedade que não vai morrer aos poucos por falta de segurança.	8
Prezado Governador, isso se deve ao trabalho incansável dos nossos (as) policiais militares que atuam 24 horas em todo o nosso Estado, garantindo a segurança da população capixaba e dos nossos anfitriões. Com o senso do ..	8
Governador, manda o choque liberar as vias obstruídas, nós trabalhadores não podemos ser vítimas de uma cambada de desocupados! Acredito que um governo não vai se render a meia dúzia de vermelhinhos.	7
Trabalhando com responsabilidade. Parabéns Governador	7
PARABENS governador, pessoas valorizadas e respeitadas tem animos ao TRABALHO.	7
Está convidado a juntar-se à Faculdade de Música do Espírito Santo para desenvolver um trabalho como solista em uma das excelentes orquestras formadas pela FAMES.	7
Boa tardr governador...votei no sr...olha pelos trabalhadores...essa reforma não beneficia o trabalhar. Quem ganha um salário mínimo...tem cortar dos que ganha rios de dinheiro.mordomias.auxilio isso auxilio aquilo....a populaçã..	7
Gestão- Humild*	
O Palácio Anchieta agora tem um representante humilde que recebe as pessoas com carinho	9
Conheci o senhor pessoalmente no casamento da vereadora Fernanda mazzeli. Eu era o segurança do estacionamento fiquei feliz em conhecer o senhor. E sua família e pela sua humildade. Parabéns. Sou jadilson de Guarapa.	8
Vai la Gere e "arrebenta" Estarei torcendo por vc.Mas aprenda desde " cedo " a ser humilde, pq talento vc tem d+.Boa sorte!Deus te abencoe!	8
Parabéns.E q nossos governos possam investir mais no povo humilde.Com certeza teremos um Brasil com mais dignidade	8
Parabens nosso governador !!!isso so mostra mais uma vez a pessoa humana que senhor e semire fo!!!!que sempre admirei no senhor nao e governador mais sim a humilde de um menino humilde familia humilde que creceu v..	8
Parabéns Jeremias merecida sua vitória e seus esforços junto de sua família e seus professores do projeto. Com humildade você pode mostrar para muitos que não depende de ter muito dinheiro,fama,etc para ser um vencedor ...	8
Parabéns Jeremias foi com seu jeito humilde que conquistou o coração de todos nós, somos gratos e orgulhosos,o Brasil e o Espírito Santo estão orgulhosos neste momento.Voce cantou e encantou todos nos.	8
Exemplo de humildade e humanidade, dialogar com as crianças e investir no futuro da coletividade. Parabéns Governador, que outras escolas adotem esses modelo de aulas fora da sala de aula.	8
Deus é fiel, desde sua primeira apresentação me arrepi, seu carisma, docura e humildade conquistaram o Brasil, que esta seja a primeira de muitas vitórias, parabens a todos que tornaram o sonho do pequeno Jeremias possív..	8
Gestão - Esperanç*	
Em momentos como esse , de pânico, fadiga e principalmente de esperança, que são vivenciados em Minas, todo o qualquer gesto de solidariedade faz a diferença! Parabéns ao Corpo de Bombeiros e ao Governo Renato Casagra..	7
Eu votei em vc,acreditando que olharia por essa classe,que da a vida pela sociedade, e não tem um minimo de reconhecimento.Mais já estou vendo uma esperança com seu governo.	5
Parabéns meu nobre governador vc me representa vamos avançar fé e esperança.	4
Ei Casagrande bom dia e a estrada de São Mateus a boa esperança tem previsão para obra	4
Parabéns ! Agora é só colocar pra circular nas ruas durante a noite também. Votei com essa esperança. Bom dia e bom trabalho.	4
E por que não falar? O fato dele ter problema significa que tenho pacto com corrupção? É simples assim? Se for, podemos perder a esperança nas pessoas.	4
Continuamos aguardando um pronunciamento oficial da Prefeitura Municipal de Vila Velha e nobres Edis, com muita esperança, que compõe a nossa Câmara, para que não se esqueça da promessa efetuada pelo Prefeito Max Fi..	4
Parabéns Senhor Governador, que Deus continue abençoando suas decisões e dê muita sabedoria e discernimento, muito obrigado por nos dar esperança de dias melhores.	4

Fonte: Tableau Public, 2021 – Elaborado pela autora

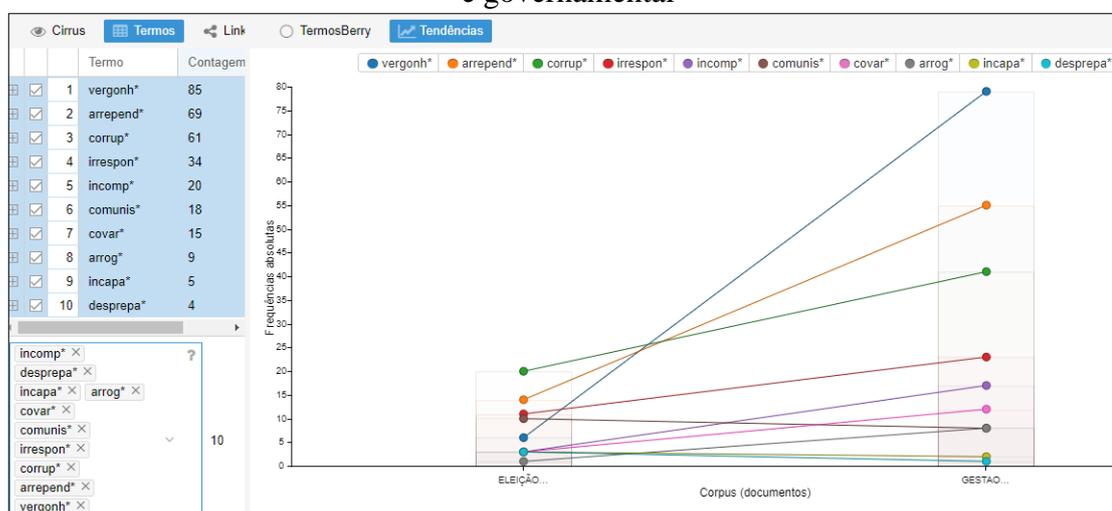
A maioria do conjunto de comentários dos termos mais frequentes durante o período governamental está bastante imbricada a outras temáticas e há correlações positivas e negativas com o discurso de Casagrande, pois, embora, os comentadores demonstrem apoio ao governo, as decisões que o governador tomou com relação à crise da segurança pública, geraram embates. A afirmação “fechar a ferida” repetida por Casagrande e sua equipe, também apareceu nos comentários. “*Renato Casagrande quer fechar a ferida da PM governador? Dê salário digno e condições de trabalho aí sim fechará a ferida dos PMs e talvez da sociedade que não vai morrer aos poucos por falta de segurança*”; O governador recebeu críticas, pois com a greve, a população teve muitos prejuízos emocionais e financeiros.

O termo Trabalho também aparece associado a outras temáticas como a flexibilização das armas e a reforma trabalhista com tom de cobrança para que o governo invista mais na população capixaba. “*Jogando para plateia, armar ninguém estamos num país democrático, e quero ter a opção, de poder ter arma na minha, casa, armado tá a população do crime e a nossa polícia não consegue desarmar porque. Governador, a nossa polícia não trabalha, só vai depois do roubo ou quando tem tiroteios, eu sou a favor quem quiser ter a opção de ter arma.[...]*”; “*Reforma que penaliza trabalhadores e mulheres pobres e beneficia grandes empresários e militares... Vamos acompanhar...*”; “*Nao se preocupe, poe esse povo pra trabalhar....sugiro dois turnos: uns trabalham dia, outros a noite e vice versa, logo vai ficar vazia.....sem superlotação...*”.

O termo Humildade também é uma característica positiva reconhecida no período governamental assim como foi no eleitoral. *“O Palácio Anchieta agora tem um representante humilde que recebe as pessoas com carinho”*; *“Conheci o senhor pessoalmente no casamento da vereadora fernanda mazzeli. Eu era o segurança do estacionamento fiquei feliz em conhecer o senhor. E sua família e pela sua humildade. Parabéns. Sou jadilson de Guarapari.”*. Além de parabenizações pela postura de Casagrande, depoimentos como esse vão ao encontro da postura que Casagrande agenciou nas postagens, e denotam que o discurso imbuído de humildade transpassa o digital.

O termo Esperança durante o período governamental também está ligado à Casagrande positivamente e traz um sentido de confiança, os comentadores demonstram acreditar que ele vai cumprir promessas no mandato que se iniciava. Também se correlaciona com os sentidos que Casagrande tentou passar com relação à segurança pública, como um novo momento para findar o que havia decorrido da greve da PM de 2017. *“Eu votei em vc, acreditando que olharia por essa classe, que da a vida pela sociedade, e não tem um mínimo de reconhecimento. Mais já estou vendo uma esperança com seu governo.”*; *“Parabéns! Agora é só colocar pra circula nas ruas durante a noite também. Votei com essa esperança [...]”*. O termo também se correlaciona com a postagem que Casagrande em tom de solidariedade para com as vítimas e destaque ao trabalho dos bombeiros capixabas no desastre de Brumadinho. *“Em momentos como esse, de pânico, fadiga e principalmente de esperança, que são vivenciados em Minas, todo e qualquer gesto de solidariedade faz a diferença! Parabéns ao Corpo de Bombeiros e ao Governo Renato Casagrande!”*

Figura 12 – Categoria: “Características negativas de RC” - comentários nos períodos eleitoral e governamental



Fonte: Voyant Tools, 2021 – Elaborado pela autora

Frequência características negativas: vergonh* 85 (vergonha/vergonhoso); arrend* 69 (arrendimento/arrendido); corrup *61 (corrupção/corrupto); irrespon* 34 (irresponsabilidade/irresponsável); incompet* 20 (incompetência/incompetente); comunis* 18 (comunismo/comunista)⁹⁶; covar* 15 (covardia/covarde); arrog* 9 (arrogância/arrogante); incap* 5 (incapacidade/incapaz); desprepa* 4 (despreparo/despreparado).

Assim como no gráfico de tendências das categorias “áreas de atuação” e “características positivas”, há mais co-ocorrências dos termos no período governamental do que no período eleitoral, porque mesmo que a quantidade de postagens seja menor (Casagrande fez 261 postagens na eleição e 250 na gestão), ao que tudo indica, o engajamento foi maior (Painel 5).

Nesta categoria que é de características negativas, no período de campanha destacaram-se os termos “corrupção” (20), “arrendimento” (14) e “irresponsabilidade” (11), e na gestão “vergonha” (79), “arrendimento” (55) e “corrupção” (41). Todos os outros sete termos apareceram mais durante a gestão e estão mais afastados um do outro, denotando que foram acionados em segmentos de textos diferentes.

Tabela 11 – Comentários mais curtidos do período eleitoral com os termos: Corrupção; Arrendimento; Irresponsabilidade

Eleição - Corrup*	
GENTE VAMOS ACABAR COM ESSA ESQUERDA CORRUPTA CASAGRANDE NAO	8
Poxa fora a corrupção, um tá preso outro tem fixa limpa, pela sua família pelo seu pai e por vc mesmo um homem Simples, correto B17	7
Renato Casagrande eu como sua eleitora quero te dizer que um líder não fica em cima do muro. ELE TOMA UMA POSIÇÃO!!! EU COMO SUA ELEITORA QUERO E PRECISO SABER SE VOCÊ ESTÁ AO LADO DA CORRUPÇÃO OU A FAVOR A..	4
Mas uma vez o ES perde a chance de apoiar o lado correto da família e contra corrupção. Já estou arrependido de ter votado nesse candidato! Infelizmente na contra mão do Brasil.	3
Votei em você. Não fiquei entre os votos brancos e indecisos. Esperava uma posição sua contra a corrupção que jaz há 16 anos.	2
Não aceite um centavo de corrupção feito pelo governo que sa!!!!	2
Eleição - Arrend*	
Eu votei mas ja estou arrependida.	6
Todo ano de eleição e assim eles vão chegando como se fosse estranhos abraçando todos inclusive crianças achando que vai enganar mais uma vez por mais quatro ano abri olho meu povo e hora de mudança vamos votar certo pra..	5
Para quem apoiou o governo Michel Temer, essa afirmação é inusitada. Torço para que o senhor tenha se arrependido e que realmente consiga esse objetivo.	5
Mas uma vez o ES perde a chance de apoiar o lado correto da família e contra corrupção. Já estou arrependido de ter votado nesse candidato! Infelizmente na contra mão do Brasil.	3
Estou arrependida de ter votado em você, o Brasil precisa de mudanças! TP acabou com o nosso País!	3
A opção é Casagrande. Já era na eleição passada, em que foram iludidos e se arrependeram, e agora se tornou ainda mais evidente que para o ES andar tem que ser Renato. Parabéns! É a hora de voltar a crescer.	3
40 é o caminho do progresso. Não me arrependo de nenhuma das vezes que votei no Casagrande. Se bem que foram poucas, só todas desde o início de sua vida pública. Estou com 40 denovo.	3
Eleição - Irrespon*	
Governador, confio em sua capacidade de gestão e no seu compromisso com o equilíbrio fiscal, financeiro e orçamentário do nosso Estado e tomará medidas para mitigar os impactos desta atitude contraditória e irresponsável.	3
Importante eh saber tambem quem patrocina, porque nao eh uma ação isolada de irresponsaveis somente. Fe e Coragem!	2
Total Irresponsabilidade	1
Que irresponsabilidade! Cade os órgãos fiscalizadores?	1
Outro ponto importante é honrar com a CF e fazer cumprir a lei que ordena a revisão anual dos salários dos servidores públicos que alguns casos estão sendo responsabilizados e penalizados pela irresponsabilidade dos gestores..	1
Governo irresponsável	1
Estamos juntos meu Governador. Ensinava a esses irresponsáveis o que é ter responsabilidade e ética com o dinheiro público... Sobre o quesito de responsabilidade, ética e transparência com o povo capixaba vc tem de sobra	1
Casao. o que quero para o Estado do Espírito Santo. Uma lei rigorosa. para nossas estradas. Fiscalização. é inadmissível ver o que vem ocorrendo. Pessoas embriagadas assumindo direção de veículos e matando pessoas do bem, ...	1
Boa tarde Governador, esse PH é o sujeito mais ordinário que existe no solo espírito-santense, ele passou três anos e meio de mandato sem fazer nada no estado, criou uma situação de caos e paralisou todas as obras que o senhor...	1

Fonte: Tableau Public, 2021 – Elaborado pela autora

No período eleitoral, tanto os termos “corrupção” e “arrendimento” são realmente ruins para Casagrande porque são pessoas arrependidas de terem votado nele por identificá-lo como

⁹⁶ comunista está na categoria negativa porque se percebeu na leitura fluante dos comentários que o entendimento dos comentaristas é como algo ruim, pejorativo.

próximo da corrupção e por não tomar posição de apoio a candidatura de Bolsonaro para presidente no segundo turno. Alguns comentadores o identificam distante de valores familiares que eles consideram como “*o lado certo da família*”, mesmo que Casagrande enquanto candidato ou como governador acionasse atributos familiares.

“Poxa fora a corrupção, um tá preso outro tem fixa limpa, pela sua família pelo seu pai e por vc mesmo um homem Simples, correto B17”; *“Mas uma vez o ES perde a chance de apoiar o lado correto da família e contra corrupção. Já estou arrependido de ter votado nesse candidato! Infelizmente na contra mão do Brasil”*; *“Renato Casagrande eu como sua eleitora quero te dizer que um lider não fica em cima do muro. ele toma uma posição!!! eu como sua eleitora quero e preciso saber se você está ao lado da corrupção ou a favor a ela!!! [...]”*. Por ser do PSB, um partido de esquerda, sua imagem é ligada a outro partido, o PT e a políticos como Michel Temer (PMDB), que alguns comentadores enxergam como algo negativo. *“Para quem apoiou o governo Michel Temer, essa afirmação é inusitada. Torço para que o senhor tenha se arrependido e que realmente consiga esse objetivo”*; *“Estou arrependida de ter votado em você, o Brasil precisa de mudanças! TP acabou com o nosso País!”*. Há, portanto, mais emoções negativas por parte dos comentadores que associam o problema da corrupção no Brasil com ramificações unilaterais e personificam nos governos anteriores. E o apelo à família como se os valores familiares fossem uma preocupação somente da direita.

A associação negativa do Termo irresponsabilidade com Casagrande é inferior à corrupção ou arrependimento. E os comentários vão ao encontro da construção discursiva que Casagrande faz para ratificar que ele entende de economia. Os comentários em destaque na Tabela 11 não são de postagens com mais engajamento, são relativos às publicações sobre um convênio para obras firmado no fim do mandato PH, em 23 de outubro de 2018, e sobre uma *live* com representantes da cultura, em 19 de setembro de 2018, respectivamente. *“Governador, confio em sua capacidade de gestão e no seu compromisso com o equilíbrio fiscal, financeiro e orçamentário do nosso Estado e tomará medidas para mitigar os impactos desta atitude contraditória e irresponsável”*; *“Que irresponsabilidade! Cade os órgãos fiscalizadores?”*; *“Outro ponto importante é honrar com a CF e fazer cumprir a lei que ordena a revisão anual dos salários dos servidores públicos que alguns casos estão sendo responsabilizados e penalizados pela irresponsabilidade dos gestores do Tribunal de Justiça de nosso estado. [...]”*. Nota-se ainda, que o segundo comentário do termo Irresponsabilidade (Tabela 11) está

também numa postagem que não apareceu dentre as mais engajadas, mas que era uma decisão judicial favorável à Casagrande, pois o criador do vídeo fez acusações falsas para denegrir a imagem dele durante o período eleitoral, visto que a publicação aconteceu em agosto⁹⁷. *“Importante eh saber tambem quem patrocina, porque nao eh uma ação isolada de irresponsaveis somente. Fe e Coragem!”*.

Tabela 12 – Comentários mais curtidos do período governamental com os termos: Vergonha; Arrependimento/ Corrupção

Gestão - Vergon*	
Vergonha	9
Que vergonha essa anistia para povo capixaba!	8
Poucos retardados nas ruas fazendo essa baderna. Ambulâncias c/ pacientes em estado grave, vans do interior com pacientes com consultas agendadas com mais de ano. Kd a policia o exercito para pôr ordem e dar direito de ir vir...	7
Bruna Venturin EU SOU UM CIDADÃO DE BEM, SEMPRE TIVE UMA ARMA É NUNCA COMETIA ERROS. TENHO 65 ANOS E LAMENTO UNS BRASILEIROS CONTRA UM DOS MELHORES GOVERNO COM POUCO TEMPO TENTANDO FAZER...	6
Monica Silva desculpa entrar na conversa, eu fui contra a greve, mas se vc for na cozinha de um soldado da PM é vergonhoso, ele não ter mantimentos para alimentar o filho, eu chorei ao ver essa situação, eles só queria o que todo...	5
Gestão - Arrepend*	
Estamos eu e minha familia muito arrependidos de votar em vc Renato Casagrande	5
Discordo completamente, sabia da sua posição, votei no senhor e já me arrependo!	5
Que arrependimento ter votado em você!	4
Votei certo e não me arrependo, está fazendo a diferença no estado e na vida dos capixabas. Parabéns está no rumo certo, o ES será o estado modelo de melhor gestão.	2
Renato, independentemente de vc hoje ser governador a qual já foi e reelegemos vc, os direitos são iguais. VC governante e protegido por lei, e nós ? o povo, seus filhos seus parentes amigos e familiares... mais ajude a olhar pelo t...	2
Olavo Cordeiro infelizmente ele está fazendo como o imperador PH estou muito arrependida de ter confiado meu voto nesse Senhor, está humilhando ainda mais nossos policiais, a PM não tem aumento a mais de cinco anos! Rena...	2
Não mi arrependo de ter votado no senhor então vou te desejar boa sorte nessa caminhada... @@	2
Marília Iglesias, eu tbm já me arrependi.	2
Cada vez que me aventurem em acreditar em você, eu me ferro. Se juntar com Zema, Doria e Witzel, é triste para historia do PSB. Lamber botas de miliciano laranja, trás uma vergonha de ter um lider como o senhor no ES. ARPEPE...	2
Gestão - Corrp*	
Combate à corrupção parece uma incoerência depois de empossa o presidente do banestes preso com acusação de roubo	8
Bruna Venturin EU SOU UM CIDADÃO DE BEM, SEMPRE TIVE UMA ARMA É NUNCA COMETIA ERROS. TENHO 65 ANOS E LAMENTO UNS BRASILEIROS CONTRA UM DOS MELHORES GOVERNO COM POUCO TEMPO TENTANDO FAZER...	6
Presidente do Banestes investigado e preso pela PF e agora vem falar de combate a corrupção.....!!	4
Renato Casagrande negativo houve um plebiscito não lembro muito bem o ano e o povo disse ser a favor do porte de armas. Mas governos corruptos não dão ouvidos ao povo porque eles se achavam os donos do país. Mais o Brasi...	3
E por que não faria? O fato dele ter problema significa que tenho pacto com corrupção? É simples assim? Se for, podemos perder a esperança nas pessoas.	3

Fonte: Tableau Public, 2021 – Elaborado pela autora

Durante a gestão praticamente todos os termos estão mesmo relacionados negativamente a Casagrande. Mais uma vez, a maioria dos comentários está ligada às postagens que tratavam de segurança pública e flexibilização das armas. Depois das postagens com mais engajamento de Casagrande sobre Entretenimento, o assunto mais tratado por ele foi a segurança. Nesse conjunto de comentários, não há correlações consistentes com os recursos emocionais negativos que Casagrande acionou como as críticas ao governo Paulo Hartung que apareceram nos conjuntos anteriores de comentários. Entretanto, os termos das características negativas mostram mais uma vez, que os embates que Casagrande tentou evitar durante a eleição e no início da gestão, começaram a dar sinais quando se posicionou contrário a Bolsonaro e os comentaristas deixaram explícito seu arrependimento e insatisfação que cresceram a partir de 2020 pela condução da pandemia do novo coronavírus também contrária a posição do Bolsonaro. *“Que vergonha essa anistia para povo capixaba!”*; *“Estamos eu e minha família muito arrependidos de votar em vc Renato Casagrande”*; *“Bruna Venturin eu sou um cidadão de bem, sempre tive uma arma é nunca cometia erros. tenho 65 anos e*

⁹⁷ O vídeo, portanto, não está mais disponível, mas a publicação de Casagrande está pública, assim como todas as outras checadas neste trabalho.

lamento uns brasileiros contra um dos melhores governo com pouco tempo tentando fazer uma mudança e uma bando de covardes dizendo que quanto pior melhor [...] o Brasil esta acabado e pessoas como vc torcendo para não dar nada certo. não se iluda achando que o pt foi melhor. fico triste e envergonhado ao ver pessoas defendendo bandidos[...]”.

No termo “corrupção” a crítica pela nomeação do presidente do Banestes não foi realizada em nenhuma das 25 postagens com mais engajamento de Casagrande e sim numa publicação que ele fez em fevereiro quando nomeou outro presidente para o banco, justamente porque o primeiro passou a ser investigado, assim, a crítica é referente ao presidente anterior e não ao que foi anunciado na postagem de fevereiro. *“Presidente do Banestes investigado e preso pela PF e agora vem falar de combate a corrupção...”*

Em vista dos efeitos de sentido que o discurso de Casagrande produziu nos comentadores, pode-se afirmar que houve conversações para além de elogios e parabenização, especialmente relacionado a temas sobre a segurança e a postura de neutralidade no segundo turno que aparecem nos períodos eleitoral e governamental. Segurança, inclusive está marcada no discurso de Casagrande nos dois períodos analisados e se mantém ao longo do mandato, tendo em vista que promessas foram feitas e nem todas foram cumpridas até o momento.

Pelo alto engajamento no período governamental, percebe-se que há muitas interações que envolvem o menino Jeremias, nas quais os comentadores cobram mais trabalho social para atender jovens de comunidades. Jeremias estava em pauta no ES, porque além de participar de um programa de entretenimento com muita audiência, o talento mirim é capixaba, assim já desperta participação das pessoas. Com as postagens sobre ele na página do governador acionou comentários diversos. Maia (2019) coloca que quanto mais carregado de emotividade for um comentário, mais chances de que gere mais discussões pelos comentadores.

As redes digitais são formatadas por conexões de afinidades e oferecem um encontro com o parecido, mas notam-se alguns embates discursivos entre os comentadores que têm posições contrárias a algum tema apresentado por Casagrande, por exemplo: a flexibilização das armas, portanto, identifica-se que existe uma transposição dos filtros, pois são colocadas pelos comentadores diferentes visões de mundo, o que é saudável para a democracia (MAIA, 2019).

Nesse mesmo sentido, coloca-se que as redes também se apresentam então como um território de disputa pelos comentadores que querem fazer valer seu posicionamento frente ao discurso de Casagrande ou do comentário de outros usuários. Outro ponto a destacar é que os comentadores utilizam uma linguagem informal que é cabível para as redes digitais, mas falam como se conhecessem Casagrande pessoalmente e tivessem intimidade para falar sobre qualquer assunto, lógica de funcionamento da sociedade em rede e dos processos de mediação como dissertados no segundo capítulo dessa pesquisa.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O esforço teórico e prático para compreender as estratégias do discurso político nas redes digitais, considerando as interações e o engajamento que são altamente valoradas nesse território, comprova cada vez mais a lógica da campanha permanente, pois a divulgação pessoal e profissional de Renato Casagrande aconteceu nos períodos eleitoral e governamental. Num dos estudos sobre campanha permanente, Cardoso, Oliveira e Massuchin (2020) apresentam aspectos dessa temática que foram identificadas nas análises como a comprovação de entrega de obras e serviços, a agenda política, a participação em eventos e a proximidade com o eleitor/cidadão que os políticos agregam em suas páginas no Facebook ou em outras redes digitais. Esse fenômeno vai ao encontro da midiatização, uma vez que tanto nas campanhas eleitorais quanto na gestão, a comunicação é personificada, voltada para o político, usando uma linguagem para que as mensagens tenham maior chance de engajarem nas RSD e possibilidade de cobertura da mídia tradicional (HJARVARD, 2012).

Das análises das 51 postagens com mais engajamento de Renato Casagrande não foi notado o uso desequilibrado das estratégias voltadas à emoção. Casagrande parece mais buscar através do discurso a valoração do seu caráter como político e gestor público experiente, competente, humilde e com resultados que busca comprovar por meio de pesquisas, notícias de jornais e testemunhais. Também tenta passar no seu discurso, ser um homem de valores familiares e religiosos, unindo fortemente estratégias racionais e emocionais combinando o fazer/crer, fazer/sentir e fazer/fazer como coloca Galinari (2014) e alinhar aquilo que ele diz com aquilo que ele é (CHARAUDEAU, 2011; AMOSSY, 2011), por isso, se percebe como as regras *ethos*, *pathos* e *logos* estão tão combinadas em seu discurso. A maneira de falar, de se comportar e de se vestir é ajustada a cada situação, o que é natural, pois a comunicação verbal e não verbal formam um conjunto de sentidos que compõem o discurso (FOUCAULT, 2014; MAZZOLA, 2015).

Assim, mesmo que sua presença na rede tenha crescido em quantidade e em qualidade técnica não o transformam num personagem⁹⁸ para a eleição e um para a gestão, como poderia

⁹⁸ As características de um político experiente já são conhecidas pela população, ainda mais em tempos de RSD, inventar ou associar atos que não condizem com a sua personalidade, se um dia funcionaram, atualmente não funcionam mais, e isso, embora não tenha aparecido nas postagens analisadas, aconteceu no início de 2020,

equivocadamente ser atribuído ao marketing político e eleitoral (TORQUATO, 2014). No caso, não se percebeu discrepância que eliminasse a essência do candidato. Casagrande e sua equipe se valeram muito dos recursos das RSD para construir e manter o discurso político, usando uma linguagem direta e simples, adaptada à realidade das novas tecnologias. O tom de conversa e proximidade do eleitor também é percebido, pela maneira como Casagrande se comporta, buscando mais naturalidade e intimidade que fazem parte das RSD e também de como o discurso político se coloca na nova realidade (COURTINE, 1990 apud MAZZOLA, 2015).

As estratégias de críticas à gestão Paulo Hartung, que Casagrande associa a emoções negativas como medo, tristeza e insegurança, remetem a nuances maquiavélicas, no sentido tratado no primeiro capítulo desta dissertação, pois alianças políticas e interesses comuns que formavam um discurso de continuidade em 2010 deram lugar à desqualificação da gestão PH e à disputa política, reiterando um discurso de oposição, visto fortemente já em 2014. No contexto eleitoral de 2018, a construção era para que Paulo Hartung fosse visto como um vilão, um autoritário que com uma política austera, preocupava-se mais com o dinheiro do que com o bem-estar das pessoas. Como a marca do ex-governador Paulo Hartung é a gestão fiscal, Casagrande tentou mostrar que entende de economia e tem responsabilidade fiscal tanto quanto ele.

A diferença que Casagrande coloca é a de ser um político preocupado com o desenvolvimento social, com uma visão empática e aberto ao diálogo com todos os setores da sociedade. Casagrande também tentou associar os problemas ocorridos entre 2015 e 2018 a Paulo Hartung, especialmente, a crise na segurança pública, porque a área social, desde o primeiro mandato foi prioridade de Casagrande e a greve da PM aconteceu na gestão PH. Casagrande tenta se colocar longe desse contexto, agenciando no seu discurso emoções positivas como esperança, união e reconhecimento.

quando Casagrande, no período das chuvas que atingiram o sul do Estado, principalmente, as cidades de Iconha e Alfredo Chaves, tenta ajudar os profissionais da limpeza, voluntários e o ex-prefeito de Colatina, Serginho Meneguelli, a limparem a lama das ruas, mas a postagem, que teve muitas críticas, parece ter sido excluída. Algo semelhante aconteceu em 2021 (Post recuperado no Instagram: *“e o trabalho não para”*), quando o governador Casagrande é filmado pela assessoria trabalhando novamente com uma enxada e recebe críticas, porque essa imagem de gestor que “coloca a mão na massa” não faz parte da construção de seu *ethos*, não é apreendido no seu discurso, como acontece com Serginho Meneguelli que pelo menos desde a campanha de prefeito se comporta desta forma.

O político por meio do discurso tenta constantemente fixar sentidos em um território de disputa. A desconstrução faz parte do discurso político, porque o discurso é uma visão de mundo em que um tenta impor, influenciar, convencer e, na desconstrução do outro, constrói a si mesmo (PINTO, 2006). Além disso, as redes são territórios digitais dinâmicos e, por isso, essa construção e desconstrução de verdades torna-se ainda mais intensa. É um jogo de força, um jogo de circulação de poder.

Essa circulação de poder perpassa então as redes e o discurso de Casagrande, que busca por apropriação ou dominação de formas distintas, além da desconstrução de seu adversário, pois acontece também quando se aproxima de pautas que mobilizam o digital e aumentam o engajamento de sua própria página, como o caso das postagens com o menino Jeremias Reis. O uso constante das redes digitais e a interação com temáticas diferentes não só relacionadas diretamente com a política, permite, cada vez mais, a divulgação de seu discurso para fora do território geográfico do Espírito Santo. Reitera-se assim que neste trabalho os territórios se concretizam como um lugar geográfico quando se trata especificamente em angariar votos e também um lugar simbólico promovido pelas plataformas de redes digitais, que se imiscuem no geográfico.

Durante a campanha uma estratégia muito utilizada foi buscar na memória das pessoas, realizações do seu primeiro mandato associadas às *hashtags* como *#voltacasao* *#ÉhoradeVoltarACrescer* *#CasãoJáfez* *#CasãoVaiFazerAindaMais* e resultados de projetos do seu governo como o *Estado Presente*. Assim, a ideia é fazer com que as pessoas o vejam como um gestor que tem como base o resultado de suas ações no mandato e não promessas sem fundamento. Algumas dessas *hashtags* foram replicadas pelos comentaristas que eram favoráveis a Casagrande como governador, em contrapartida, nos comentários houve a manifestação do *#B17*, *#Manato17*, dentre outras que fizeram oposição ao discurso de Casagrande e seus apoiadores.

A exposição na rede amplia a comunicação no tempo e no espaço e pode se tornar um campo de batalhas discursivas. Por mais que, aparentemente, o governador tenha evitado conflitos nas RSD relacionados à polarização política, tentando construir pontes entre os governos estadual e federal, as desavenças logo vieram à tona, quando se posicionou contrário à flexibilização das armas e adotou ações na área de segurança pública como a anistia aos policiais. As discordâncias puderam ser vistas nos comentários, que mesmo intensos, não

representaram um ataque coordenado de *haters*⁹⁹ ou *robôs* e perfis *fakes*. O que houve, em alguns momentos, foi um rompimento do filtro ou da bolha ideológica (PARISER, 2011 apud MAIA 2019), isso claramente se deu porque o eleitorado de Renato Casagrande era formado por apoiadores de Ciro Gomes, de Jair Bolsonaro e de Fernando Haddad, que são de partidos políticos diferentes e que esses dois últimos estavam polarizados. Suas pautas são distintas e mesmo com a postura de neutralidade assumida por Casagrande, parece que ele tentava agradar eleitores dos dois grupos, o que gerou críticas e questionamentos.

Entende-se, assim, que os efeitos de sentido do discurso de Casagrande perpassam tanto os comentários divergentes quanto os comentários de apoio, nos quais foi possível enxergar a correlação entre a mensagem do comentário com as estratégias discursivas utilizadas por Casagrande, estejam elas mais ligadas à emoção ou à razão. O discurso é uma prática porque forma sentidos e interfere no pensar, no agir e na realidade (ORLANDI, 1999), e as marcas ideológicas presentes dos comentários fazem parte dos efeitos do discurso de Casagrande, pois os comentadores se manifestaram com nuances de outros discursos que circularam nas redes como os embates políticos durante e depois da eleição em que a corrupção é personificada na esquerda e os valores familiares preocupações únicas da direita, por exemplo. Assim, também se nota a presença no interdiscurso uma vez que são um “[...] conjunto de dizeres já ditos e já esquecidos que determinam o que dizemos, sustentando a possibilidade do mesmo dizer” (ORLANDI, 2001, p.59).

Embora esta pesquisa esteja focada no período eleitoral de 2018 e nos primeiros seis meses de mandato em 2019, observou-se durante a realização deste trabalho que os acontecimentos relacionados à pandemia do novo coronavírus impactaram na comunicação e no discurso do governador Renato Casagrande que aumentou a sua exposição nas RSD, fazendo regularmente *lives* abertas para explicar a situação da pandemia no Estado. Portanto, não se pode desconsiderar que os primeiros seis meses de mandato em 2019 foram mais tranquilos e não representaram a totalidade da segunda gestão Casagrande, uma vez que muitos projetos que aconteceriam em 2020 precisaram ser adiados por conta de o Espírito Santo enfrentar fortes chuvas que destruíram especialmente municípios da região sul e, em seguida e a pandemia do novo coronavírus.

⁹⁹ Usuários de redes digitais que disseminam ódio.

No segundo semestre de 2021, Casagrande ampliou sua comunicação digital para além das redes digitais e começou a utilizar um número direto de WhatsApp em que compartilha seu dia a dia de atividades, mais uma forma de buscar proximidade do cidadão/eleitor, mostrando o trabalho de seu governo e ao mesmo tempo promovendo sua imagem nas atividades governamentais e particulares. Os metadados do discurso do ~~atual~~ governador só aumentam uma vez que na sua linha do tempo, uma memória construída por ele e sua equipe que contribui para ratificação do seu *ethos*, tendo em vista que o uso das redes digitais por Renato Casagrande é ininterrupto e como político, trabalha com vistas à continuidade do poder.

Coloca-se por fim, que essa pesquisa não se encerra, tendo em vista a abrangência do material analisado, podendo assumir outras perspectivas de análise de discurso e de conteúdo, mas considera-se que contribui para a compreensão das transformações na comunicação política, e das estratégias discursivas dos políticos na campanha eleitoral e na gestão.

REFERÊNCIAS

AGGIO, Camilo de Oliveira. Campanhas Online: O percurso de formação das questões, problemas e configurações a partir da literatura produzida entre 1992 e 2009. **Rev. Opinião Pública**, Campinas, v. 16, n. 2, p. 426 – 445, nov. 2010. Disponível em:<https://www.cesop.unicamp.br/vw/110jAMDM_MDA_7c1f3_/v16n2a06.pdf>. Acesso em: 01 jul. 2021.

AMOSSY, Ruth. Argumentação e Análise do Discurso: perspectivas teóricas e recortes disciplinares. Tradução de: Eduardo Lopes e Moises Olimpo Ferreira. **Ver. Eletrônica de Estudos Integrados em Discurso e Argumentação - EID&A**, Ilhéus, p. 129-144, nov. 2011. Disponível em: <http://periodicos.uesc.br/index.php/eidea/article/download/389/395>>. Acesso em: 05 jul. 2019.

_____. (Org.). **Imagens de si no discurso. A construção do ethos**. Tradução: São Paulo: Contexto, 2011.

Assembleia aprova Escola Viva sob protestos dos estudantes. **Século Diário**. 10 jun. 2015. Disponível em:<<https://www.seculodiario.com.br/politica/assembleia-aprova-escola-viva-sob-protestos-dos-estudantes>>. Acesso em: 05 set. 2021.

ARISTÓTELES. **Retórica das Paixões**. Tradução: Isis Borges B. da Fonseca. São Paulo: Martins Fontes, 2000.

ARNOUX, Elvira Narvaja de. A verdade e as emoções: retórica e pós-verdade no discurso político. In: CURCINO, Luzmara; SARGENTINI, Vanice; PIOVEZANI, Carlos (Org.). **Discurso e (pós)-verdade**. São Paulo: Parábola, 2021. p.189-220.

BAPTISTA, Rodrigo. Redes sociais influenciam voto de 45% da população, indica pesquisa do DataSenado. **Senado Notícias**. 12 dez. 2019. Disponível em:<<https://www12.senado.leg.br/noticias/materias/2019/12/12/redes-sociais-influenciam-voto-de-45-da-populacao-indica-pesquisa-do-datasenado>>. Acesso em: 6 abr. 2020.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Tradução: Luís Antero Reto e Augusto Pinheiro. São Paulo: Edições 70, 2016. p.17-55.

BAUER, Martin W. Análise de conteúdo clássica: uma revisão. In: **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som**. Um manual prático. BAUER, Martin W.; GASKELL, George. Tradução: Pedrinho A. Guareschi. 2º ed. Rio de Janeiro: Vozes, 2002. p.189-217.

BAUER, Martin W; AARTS, Bas. A construção do corpus: um princípio para a coleta de dados qualitativos. In: **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som**. Um manual prático. BAUER, Martin W.; GASKELL, George. Tradução: Pedrinho A. Guareschi. 2º ed. Rio de Janeiro: Vozes, 2002. p.38-63.

BOLINA, Laís. **História dos blogs: como a evolução dos blogs pode impactar no seu negócio**. Rockcontent. 13 ago. 2018. Disponível em:<<https://rockcontent.com/br/blog/historia-dos-blogs/>>. Acesso em: 02 de nov. 2021.

BOURDIEU, Pierre. **A opinião pública não existe**. Comunicação feita em Noroit (Arras) em janeiro de 1972 e publicada em Les Temps Modernes, 318, janeiro de 1973.

_____. Campo político. **Rev. Brasileira de Ciência Política**, nº 5. Brasília, jan./jul. 2011, p. 193-216.

BRAGA, Sérgio; CARLOMAGNO, Márcio. Eleições como de costume? Uma análise longitudinal das mudanças provocadas nas campanhas eleitorais brasileiras pelas tecnologias digitais (1998-2016). **Rev. Brasileira de Ciência Política, Brasília**, n. 26, p. 7-62, maio/ago. 2018. Disponível em:<http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-33522018000200007>. Acesso em: 02 jul. 2019.

BRASIL. **Lei nº13.005, de 25 de junho de 2014**. Aprova o Plano Nacional de Educação - PNE e dá outras providências. Brasília. Disponível em:<http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2014/lei/113005.htm>. Acesso em: 05 set. 2021.

_____. **Lei nº13.488, de 06 de outubro de 2017**. Altera as Leis nº 9.504, de 30 de setembro de 1997 (Lei das Eleições), 9.096, de 19 de setembro de 1995, e 4.737, de 15 de julho de 1965 (Código Eleitoral), e revoga dispositivos da Lei nº 13.165, de 29 de setembro de 2015 (Minirreforma Eleitoral de 2015), com o fim de promover reforma no ordenamento político-eleitoral. Disponível em:<http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2017/lei/L13488.htm>. Acesso em: 20 out. 2021.

_____. **Lei nº 9.504, de 30 de Setembro de 1997**. Estabelece normas para as eleições. Brasília. Disponível em:<http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/19504.htm>. Acesso em: 17 dez. 2021.

_____. **Lei nº13.165, de 29 de setembro de 2015**. Modifica as Leis nº 9.504, de 30 de setembro de 1997, 9.096, de 19 de setembro de 1995, e 4.737, de 15 de julho de 1965 - Código Eleitoral, alterando a legislação infraconstitucional e complementando a reforma das instituições político-eleitorais do País. Brasília. Disponível em:<http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2015/lei/113165.htm>. Acesso em: 17 dez. 2021.

CARDOSO, Nayane Pantoja; OLIVEIRA, Paula Andressa de; MASSUCHIN, Michele Goulart. Campanha permanente e prestação de contas nas redes sociais: uma análise das páginas dos governadores brasileiros no Facebook e das perspectivas de engajamento dos cidadãos. In: encontro anual da Anpocs, 44., 2020, São Paulo. **Anais**. São Paulo: Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Ciências Sociais, 2020. p. 1-21. Disponível em:<<https://bibliotecadigital.tse.jus.br/xmlui/handle/bdtse/9016>>. Acesso em: 22 ago. 2021.

CARLOMAGNO, Márcio Cunha; ROCHA, Leonardo Caetano da. Como criar e classificar categorias para fazer análise de conteúdo: uma questão metodológica. **Rev. Eletrônica de Ciência Política**, Curitiba, vol. 7, n. 1, 2016. p.133-178. Disponível:<<https://revistas.ufpr.br/politica/article/view/45771/28756>>. Acesso em: 23 jul. 2019.

CARNEIRO, Eduardo de Araújo. ECAR. **Notas introdutórias sobre a análise do discurso**. Texto Produzido sob orientação da professora Dra. Marisa Khalil. Universidade Federal do Acre (UFCAC). Rio Branco, 2007.

CASTELLS, Manuel. Internet e sociedade em rede. In: MORAES, Dênis de (Org.). **Por uma outra comunicação**: Mídia, mundialização cultural e poder. Rio de Janeiro: Record, 2012. p.255-287.

_____. Manuel. O poder da comunicação. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2016. p.57-182.

Casagrande critica implantação do projeto Escola Viva. **Século Diário**. 25 març. 2015. Disponível em:<<https://www.seculodiario.com.br/politica/casagrande-critica-implantacao-do-projeto-escola-viva>>. Acesso em: 05 set. 2021.

CERQUEIRA, Daniel Ricardo de Castro. et al. **Uma avaliação de impacto de política de segurança pública: o Programa Estado Presente do Espírito Santo**. Texto para discussão. IPEA. Fev. 2020. Brasília. Disponível em:<https://www.ipea.gov.br/portal/images/stories/PDFs/TDs/td_2543.pdf>. Acesso em: 05 set. 2021.

Conheça os principais magnatas da mídia no mundo. **BBC**. 18 jul. 2011. Disponível em:<https://www.bbc.com/portuguese/noticias/2011/07/110718_magnatas_bg_cc>. Acesso em: 03 nov. 2021.

COURTINE, Jean-Jacques. O medo na era da ansiedade. In: CORBIN, Alain; COURTINE, Jean-Jacques; VIGARELLO, Georges (Org.). **História das emoções vol. 3**: Do final do século XIX até hoje. Rio de Janeiro: Editora Vozes, 2020. p.417-441.

CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das Mídias**. Tradução: Angela S. M. Corrêa. São Paulo: Editora Contexto, 2007.

_____. **Discurso Político**. Tradução: Dilson Ferreira da Cruz e Fabiana Komesu. São Paulo: Contexto, 2011.

_____. **Linguagem, ação, poder. Da identidade social à identidade discursiva do sujeito**. Le site de Patrick Charaudeau, 2005. Disponível em:<<http://www.patrick-charaudeau.com/Lenguaje-accion-poder-De-la.html>>. Acesso em: 16 març. 2020.

_____. O Discurso Político. In: EMEDIATO, Wander; MACHADO Ida Lucia; MENEZES, William. **Análise do discurso**: gêneros, comunicação e sociedade. Belo Horizonte: NAD / FALE-UFMG, 2006. Disponível em:<<https://www.patrick-charaudeau.com/O-Discurso-Politico.html>>. Acesso em: 4 abr. 2020.

_____. Pathos e discurso político. Tradução: Emília Menezes. In: MACHADO, Ida Lúcia; MENEZES, Willian; MENDES, Emília (Org.). **As emoções no discurso**. 2007. Rio de Janeiro: Lucerna, 2007. Disponível em:<http://www.patrickcharaudeau.com/IMG/pdf/As_emocoes_no_discurso.pdf>. Acesso em: 17 mar. 2020.

CHAUI, Marilena. O que é política?. In: NOVAES, Adauto (org.). **O esquecimento da política**. Rio de Janeiro: Editora Agir, 2007. p. 27-53.

CHRISTAKIS, Nicholas A; FOWLER, James H. **O Poder das Conexões**. A importância do networking e como ele molda nossas vidas. Tradução: Edson Furmankiewicz. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

Cresce papel da internet no marketing político, diz estudo. **G1**. 24 dez. 2006. Disponível em:<<http://g1.globo.com/Noticias/Tecnologia/0,,AA1398690-6174,00-cresce+papel+da+internet+no+marketing+politico+diz+estudo.html>>. Acesso em: 20 dez. 2021

D'ANCONA, Matheew, **Pós-verdade, a nova guerra contra os fatos em tempos de fake News**. Tradução: São Paulo: Faro Editorial, 2018.

DELEUZE, Gilles. As estratégias ou o não-estratificado: o pensamento do lado de fora do (poder). Tradução: Claudia Sant'Anna Martins. In: **Foucault**. São Paulo: Editora Brasiliense, 2005. p. 78-100.

Dicionários. Verbetes biográfico Renato Casagrande. **FGV**. [2009?] Disponível:<<http://www.fgv.br/cpdoc/acervo/dicionarios/verbete-biografico/casagrande-renato>>. Acesso em: 05 jul. 2021.

DOMENACH, Jean-Marie. **A propaganda política**. São Paulo: Difusão Européia do Livro, 1955. *E-book*.

EMPOLI, Giuliano Da. **Os engenheiros do caos**. Tradução: Arnaldo Bloch. 1ªed. São Paulo: Vestígio, 2020.

ESPÍRITO SANTO. **Lei Complementar Nº 799, 12 de junho de 2015**. Cria o Programa de Escolas Estaduais de Ensino Médio em Turno Único, denominado “Escola Viva”, no âmbito do Estado, e dá outras providências. Vitória. Disponível em:<<http://www3.al.es.gov.br/Arquivo/Documents/legislacao/html/LC%20n%C2%BA%20799.htm>>. Acesso em: 20 out. 2021.

ESPÍRITO SANTO, Paula do.; FIGUEIRAS, Rita. Comunicação Eleitoral. In: CORREIA, João Carlos. **Conceitos de Comunicação Política**. Editora: cidade, 2010. p.77-89.

Em carta, Paulo Hartung se coloca à disposição do partido pela disputa do Palácio Anchieta. **Folha Vitória**. 12 abr. 2014. Disponível em:<<https://www.folhavitória.com.br/politica/noticia/04/2014/em-carta-paulo-hartung-se-coloca-a-disposicao-do-partido-pela-disputa-do-palacio-anchieta>>. Acesso em: 20 de jul. 2021.

Espírito Santo registra o maior volume de chuva da história. **Século Diário**. 24 dez. 2013. Disponível em:<<https://www.seculodiario.com.br/cidades/espírito-santo-registra-o-maior-volume-de-chuva-da-historia>>. Acesso em: 06 jul. 2021.

"É sequestrar a liberdade e cobrar resgate", diz Hartung de protesto. **Gazetaonline**. 08 fev. 2017. Disponível:<<https://www.gazetaonline.com.br/noticias/cidades/2017/02/--sequestrar-a>>

liberdade-e-cobrar-resgate--diz-hartung-de-protesto-1014022161.html>. Acesso em: 23 nov. 2021.

FARIAS, Rômulo Teixeira. Coronelismo “eletrônico”: por um reposicionamento do Problema. V Encontro de Estudos Multidisciplinares em Cultura (ENECULT), Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia (UFBA), Salvador, 27 a 29 mai. 2009. **Anais**. Disponível em: <<http://www.cult.ufba.br/enecult2009/19398.pdf>>. Acesso em: 02 nov. 2021.

FERNANDES, Joana Logo. Marketing Político e comunicação (política). In: CORREIA, João Carlos. **Conceitos de Comunicação Política**. Editora: cidade, 2010. p.117-126.

FERNANDEZ, Rogerio Garcia. **Campanhas eleitorais brasileiras na internet. 2005**. 136 p. Dissertação (Mestrado em Ciência Política) - Departamento de Ciência Política Do Instituto de Filosofia e Ciências Humanas da Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2005. Disponível em: <<http://www.repositorio.unicamp.br/handle/REPOSIP/281568>>. Acesso em: 01 jul. 2021.

FIGUEIRÊDO, Ney. Onde tudo começou: uma noite em Chicago. In: FIGUEIREDO, Rubens (Org.). **Marketing político em tempos modernos**. Rio de Janeiro: Konrad-Adenauer-Stiftung, 2008. p.9-22.

FONTANA, Mônica Zoppi. Pós-verdade e enunciação política: entre a mentira e o rumor. In: CURCINO, Luzmara; SARGENTINI, Vanice; PIOVEZANI, Carlos (Org.). **Discurso e (pós)-verdade**. São Paulo: Parábola, 2021. p.87-104.

FOUCAULT, Michel. **A ordem do discurso**. Tradução: Laura Fraga de Almeida Sampaio. 24º ed. - São Paulo: Loyola, 2014.

_____. **De outros espaços**. Conferência proferida por Michel Foucault no *Cercle d'Etudes Architecturales*, 14 març. 1967. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-40142013000300008. Acesso em: 23 jul. 2019.

_____. **Microfísica do poder**. Tradução: Roberto Machado. 6º ed. - Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2017.

_____. O sujeito e o poder. In: RABINOW, Paul; DREYFUS Hubert. **Uma Trajetória Filosófica**: para além do estruturalismo e da hermenêutica. Tradução: Vera Porto Carrero. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1995. p. 231-250.

FOTOS: confira o cenário de destruição em Iconha após a forte chuva no ES. **G1**. 18 jan. 2020. Disponível em:<<https://g1.globo.com/es/espírito-santo/noticia/2020/01/18/fotos-confira-o-cenario-de-destruicao-em-iconha-apos-a-forte-chuva-no-es.ghtml>>. Acesso em: 06 jul. 2021.

GALINARI, Melliandro Mendes (2011). A polissemia do logos e a argumentação. Contribuições sofisticas para a Análise do Discurso. **Rev. Eletrônica De Estudos Integrados Em Discurso E Argumentação**, Ilhéus, 1(1) p. 93-103. 2011. Disponível em:<<http://periodicos.uesc.br/index.php/eidea/article/view/386>>. Acesso em: 23 jul. 2019.

_____. Logos, ethos e pathos: “três lados” da mesma moeda. **Rev. Alfa**, v.58, n.2, São Paulo, 2014. Disponível em: < <https://periodicos.fclar.unesp.br/alfa/article/view/5779/5011>>. Acesso em: 23 jul.2019.

GILL, Rosalind. Análise de discurso. In: BAUER, Martin W.; GASKELL, George. **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som**. Um manual prático. Tradução: Pedrinho A. Guareschi. 2º ed. Rio de Janeiro:Vozes, 2002. p. 244-270.

GOMES, Pedro Gilberto. Mídiação: um conceito, múltiplas vozes. **Rev. Famecos**, v. 23, n. 2, Porto Alegre, mai./ago. 2016. Disponível em: <<https://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/22253/14176>>. Acesso em: 22 ago. 2021.

GOMES, Wilson; FERNANDES, Breno; REIS, Lucas; SILVA, Tarcizio. “Politics 2.0” A Campanha On-Line de Barack Obama em 2008. **Rev. de Sociologia Política**, Curitiba, v. 17, n. 34, p. 29-43, out. 2009. Disponível em: <<https://revistas.ufpr.br/rsp/article/view/29344/19108>>. Acesso em: 02 jul. 2019.

GOMES, Wilson; DOURADO, Tatiana. Fake news, um fenômeno de comunicação política entre jornalismo, política e democracia. **Rev. Estudos em Jornalismo e Mídia**, Santa Catarina, v. 16 n.2, p.33-45, jul/dez, 2019. Disponível em: <<https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/1984-6924.2019v16n2p33/41754>>. Acesso em: 22 jul. 2020.

GOMES, Wilson. **Transformações da Política na era da comunicação de massa**. São Paulo: Paulus, 2004. p.17-82.

Gonçalves, Eugênio Mattioli; Silva, Roberto Romano da. Estudo sobre a formação do conceito de razão de estado. Resumo. XIX Congresso interno de iniciação científica da Universidade Estadual de Campinas (**Unicamp**), Campinas, 26 a 27 de outubro de 2011. Disponível em: <<https://www.prp.unicamp.br/pibic/congressos/xixcongresso/resumos/081262.pdf>>. Acesso em: 20 dez .2021.

Grupo do mexicano lidera TVs em espanhol
Empresário Azcárraga morre aos 66. **Folha**. 18 abr. 1997. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/fsp/mundo/ft180410.htm>>. Acesso em: 02 de nov. 2021.

HAESBAERT, Rogério. Definindo território para entender a desterritorialização. In: **O mito da desterritorialização, do “fim dos territórios” à multiterritorialidade**. 2ºed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2006. p.35-73.

HAN, Byung-Chul. **Psicopolítica**. O neoliberalismo e as novas técnicas de poder. Tradução: Mauricio Liesen. Belo Horizonte: Âyiné, 2020.

Hospital Jayme Santos Neves conclui a entrega de 424 leitos para a população. **Secretaria de Estado da Saúde do Espírito Santo**. 01 nov. 2013. Disponível: <<https://saude.es.gov.br/hospital-jayme-santos-neves-conclui-a-entrega>>. Acesso: 06 jul. 2021.

HJARVARD, Stig. Da Mediação à Miatização: a institucionalização das novas mídias. Tradução: Lívia Silva de Souza. **Rev. Parágrafo**. São Paulo, v.2, n.3, p.51-61, Jul./Dez., 2015. Disponível em:<<http://revistaseletronicas.fiamfaam.br/index.php/recicofi/article/view/331/339>>. Acesso em: 22 ago. 2021.

_____. Miatização: teorizando a mídia como agente de mudança social e cultural. **Rev. Matrizes**, São Paulo, v. 5, nº 2, p.53-91 jan./jun. 2012. Disponível em:<<https://www.revistas.usp.br/matrizes/article/view/38327>>. Acesso em: 17 mai. 2021.

IANNI, Octávio. **O príncipe eletrônico**. Rev. Perspectivas, v.22, p.11-29, São Paulo, 1999. Disponível em:<<https://periodicos.fclar.unesp.br/perspectivas/article/viewFile/2079/1701>>. Acesso em: 16 mai. 2019.

KEMP, Simon. Digital 2021: os mais recentes insights sobre o 'estado do digital'. **We are social**. 27 jan. 2021. Disponível em:< <https://wearesocial.com/uk/blog/2021/01/digital-2021-the-latest-insights-into-the-state-of-digital/>>. Acesso em: 15 dez. 2021.

LAVAREDA, Antonio. **Emoções ocultas e estratégias eleitorais**. 1ª ed. Rio de Janeiro: Objetiva, 2009. *E-book*.

Leading countries based on number of facebook users as of january 2020. **STATISTA**. Fev. 2020. Disponível em:<<https://www.statista.com/statistics/268136/top-15-countries-based-on-number-of-facebook-users/>>. Acesso em: 06 abr. 2020.

LEMOS, André. Cibercultura e Mobilidade. A Era da Conexão. XXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Maracanã, 5 a 9 set. 2005, Trabalho apresentado ao NP 08 - Tecnologias da Comunicação e da Informação. **Anais**. Disponível:<
<http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/99234952617606340185092572060146811125.pdf>
>. Acesso em: 10 jul. 2019.

LEMOS, André; CUNHA, Paulo (orgs). **Olhares sobre a Cibercultura**. Sulina, Porto Alegre, 2003; p. 11-23.

MACEDO, Maria Helena de Almeida. **Comunicação e Poder: a Emergência do Marketing na Política Capixaba**. Apoio cultural: Lei Rubem Braga. Espírito Santo, 2010.

MAIA, Lídia Raquel Herculano. A política dos eleitores no Facebook dos candidatos: processos interacionais nas eleições presidenciais de 2014. **Rev. Compolítica**, vol.9 (1), 29 – 54, Brasília, 2019. Disponível em:<<http://www.compolitica.org/revista/index.php/revista/article/view/197/224>>. Acesso em: 12 jun. 2019.

MANHANELLI, Carlos Augusto. **Marketing Pós-eleitoral: técnicas de marketing para um mandato de sucesso**. São Paulo: Summus, 2004.

MARINONI, Bruno et al. **Desinformação: ameaça ao direito à comunicação muito além das fake news**. São Paulo: Intervezes, 2019.

MARQUES, Maria Aldina. A verdade dos outros: questões de responsabilidade enunciativa. In: CURCINO, Luzmara; SARGENTINI, Vanice; PIOVEZANI, Carlos (Org.). **Discurso e (pós)-verdade**. São Paulo: Parábola, 2021. p.135-152.

MAQUIAVEL, Nicolau. **O Príncipe**. Tradução: Frater Sinésio. Edição Kindle, 2016. *E-book*.

MAZZOLA, Renan Belmonte. Jean-Jacques Courtine: o percurso de um agrimensor. In: **O cânone visual: as belas artes em discurso** [online]. São Paulo: Editora UNESP; Cultura Acadêmica, 2015, p. 97-116.

MOUFFE, Chantal. **Sobre o político**. Tradutor: Fernando Santos. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2015.

MLABS. **Algoritmo do Facebook 2020: descubra como funciona e melhore seus resultados!** 16 dez. 2020. Disponível:<<https://www.mlabs.com.br/blog/algoritmo-do-facebook/>>. Acesso em: 30 out. 2021.

MLABS. **Como criar anúncios no Facebook em poucos passos**. 21 set. 2013. Disponível em:<<https://www.mlabs.com.br/blog/qual-a-diferenca-entre-impulsionar-e-criar-anuncio-no-facebook/>>. Acesso em: 30 out. 2021.

NUNES, Aline. Governadores fazem carta contra decreto de armas; veja quem assinou. **A Gazeta**. 21 mai. 2019. Disponível em:<<https://www.agazeta.com.br/es/gv/governadores-fazem-carta-contra-decreto-de-armas-veja-quem-assinou-0519>>. Acesso em: 20 jul. 2021.

ORLANDI, Eni Puccinelli. **Análise de Discurso. Princípios e Procedimentos**. São Paulo: Pontes, 1999.

_____. Análise e interpretação do discurso. In: **Discurso e Texto**. Formulações e Circulação dos Sentidos. São Paulo: Pontes, 2001. p. 19-29.

_____. Discurso e argumentação: um observatório do político. **Fórum Lingüístico**, Florianópolis, n. 1, p.73-81, jul./dez. 1998. Disponível em:<<https://periodicos.ufsc.br/index.php/forum/article/download/6915/6378/20890>>. Acesso em: 31 jan. 2021.

_____. Discurso, imaginário social e conhecimento. **Rev. Em Aberto**, Brasília, ano 14, n.61, p.53-59, jan./mar. 1994. Disponível em:<<http://emaberto.inep.gov.br/ojs3/index.php/emaberto/article/view/2250/1989>>. Acesso em: 31 jan. 2021.

Para Hartung, fechar escolas "não é mais absurdo". **Gazetaonline** 13 jul. 2016. Disponível em:< <https://www.gazetaonline.com.br/noticias/politica/2016/07/para-hartung-fechar-escolas-nao-e-mais-absurdo-1013957759.html>>. Acesso em: 06 set. 2021.

PINHEIRO, Wesley Moreira. *Emoticons* do Facebook: analisando a demarcação de sentimento e engajamento do consumidor pela mídia social. **Rev. Signos do Consumo**, São Paulo, v. 10, n. 1, p. 70-81, jan./jun. 2018. Disponível:<<http://www.revistas.usp.br/signosdoconsumo/article/view/138686>>. Acesso em: 10 jul. 2019.

PINTO, Céli Regina Jardim. Elementos para uma análise de discurso político. **Rev. Barbaroi**, Porto Alegre, n. 24, p.78-109, jan. 2006. Disponível em:<<https://online.unisc.br/seer/index.php/barbaroi/article/view/821>>. Acesso em: 31 jan. 2020.

PIOVEZANI, Carlos. Metamorfoses do discurso político contemporâneo: por uma nova perspectiva de análise. **Rev. da ABRALIN**, v.6. n. 1. p. 111-128, jan/jun.2007. Disponível em:<<https://revistas.ufpr.br/abralin/article/download/52714/32415>>. Acesso em: 03 abr. 2020.

PIOVEZANI, Carlos. **Verbo, corpo e voz**: Reflexões sobre o discurso político brasileiro contemporâneo. Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Lingüística e Língua Portuguesa da Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho (UNESP), Araraquara, 2007. Disponível em:<<https://repositorio.unesp.br/handle/11449/103594>>. Acesso em: 04 abr. 2020.

PRADO, Jose Luiz Aidar. Reconhecimento tenso, acontecimento inaugural: na direção de *outra* comunicação. **Rev. da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação**. Brasília, v.20, n.1, jan./abr. 2017.

QUEIROZ, Adolpho Carlos Françoso, et al. De Quintino Bocaiúva a Duda Mendonça: breve história dos marqueteiros políticos no Brasil republicano. Núcleo de Publicidade e Propaganda do XXVIII Congresso Brasileiro de Ciência da Comunicação (Intercom), Rio de Janeiro, 05 a 09 set. 2005. **Anais**. Disponível em:<<http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/148623777014346309812824760580512648885.pdf>> Acesso em: 23 set. 2021.

QUEIROZ, Adolpho Carlos Françoso; TAVARES, Débora Cristina. Marketing Político, História e Evolução no Brasil Republicano. Congresso da Associação Brasileira de Ciência Política (COMPOLÍTICA), Rio de Janeiro. **Anais** 2011. Disponível em:<http://www.compolitica.org/home/wp-content/uploads/2011/01/gt_jmp-debora.pdf>. Acesso em: 05 set. 2021.

QUEIROZ, Leonardo Rossatto. iPhone, Android, e a consolidação da cultura do smartphone: o papel do iPhone e do Sistema Operacional Android como catalisadores da consolidação no mercado de smartphones em escala global. **Rev. Tecnol. Soc.** v. 14, n. 30, p. 47-70, jan./abr. 2018. Disponível em:< <https://periodicos.utfpr.edu.br/rts/article/view/5413>>. Acesso em: 07 nov. 2021.

RAFFESTIN, Claude. O poder. In: **Por uma geografia do poder**. Tradução: Maria Cecília França. São Paulo: Ática, 1993.

_____. O território e o poder. In: **Por uma geografia do poder**. Tradução: Maria Cecília França. São Paulo: Ática, 1993.

Renato Casagrande Biografia. **Portal da Câmara Federal**. [2003] Disponível em:<<https://www.camara.leg.br/deputados/74166/biografia>>. Acesso em: 05 jul. 2021.

RECUERO. Raquel. Curtir, compartilhar, comentar: trabalho de face, conversação e redes sociais no Facebook. **Rev. Verso e Reverso**, v. 38, n. 68, p. 114-124. São Leopoldo, mai./ago. 2014. Disponível em:

<<http://revistas.unisinos.br/index.php/versoereverso/article/view/ver.2014.28.68.06/418>>. Acesso em: 09 jul. 2019.

_____. Memes e Dinâmicas Sociais em Weblogs: informação, capital social e interação em redes sociais na Internet; **Rev. Intexto**, v. 2, n. 15, p. 1-16. Porto Alegre, jul./dez., 2006. Disponível em:<<https://seer.ufrgs.br/intexto/article/download/4265/4427>>. Acesso em: 21 mai. 2021.

_____. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009. Disponível em:<https://www.researchgate.net/profile/RaquelRecuero/publication/259328435_RedessociaisnaInternet/links/0c96052b036ed28f4d000000/Redes-Sociais-na-Internet.pdf>. Acesso: 02 jul. 2019.

REIS, Ruth; ZANETTI, Daniela; FRIZZERA, Luciano. Algoritmos e desinformação: o papel do YouTube no cenário político brasileiro. 8ª Edição do Congresso da Associação Brasileira de Pesquisadores em Comunicação e Política (8ª COMPOLÍTICA), Universidade de Brasília, 15 a 17 mai. 2019, GT4 Internet e Política. **Anais**. Disponível em:<http://ctpol.unb.br/compolitica2019/GT4/gt4_Reis_Zanetti_Frizzera.pdf>. Acesso em: 09 jul. 2021.

REIS, Ruth. Cartografias das disputas nas redes digitais. GP Políticas e Estratégias de Comunicação do XIII Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação., Manaus/AM, 4 a 7 de set 2013. **Anais**. Disponível em:<<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2013/resumos/R8-1425-1.pdf>> Acesso em: 12 de julho de 2020.

_____. Propostas para um programa de estudos sobre Comunicação e territorialidades. In: **Comunicação e territorialidades: Poder e cultura, redes e mídias**. REIS, Ruth; ZANETTI (Org.). Espírito Santo: Edufes, 2017. p.22-34.

Resultado da apuração do 1º turno das Eleições 2018. **G1**. 07 out. 2018. Disponível em:<<https://g1.globo.com/politica/eleicoes/2018/es/apuracao/governador.ghtml>>. Acesso em: 06 abri. 2020.

RICCO, Flávio. Audiência de "The Voice Kids" cresce nas tardes de domingo da Globo. **UOL**. 01 fev. 2019. Disponível em:<<https://tvefamosos.uol.com.br/colunas/flavio-ricco/2019/02/01/audiencia-de-the-voice-kids-cresce-nas-tardes-de-domingo-da-globo.htm>>. Acesso em: 01 jul.2021.

RODRIGUES, João Vitor. A pesquisa etnográfica e a gramática dos sentimentos: introdução à antropologia das emoções através das mídias sociais. In: SILVA, Tarcízio; BUCKSTEGGE; Jaqueline ROGEDO, Pedro (Org.). **Estudando cultura e comunicação com mídias sociais**. Brasília, Editora IBPAD, 2018. p.67-79.

SACK, Robert David. O significado de territorialidade. In: DIAS, Lila C.; FERRARI, Maristela. **Territorialidades humanas e redes sociais**. 2ª ed. Florianópolis: Insular, 2013. p.63-89.

SAFATLE, Vladimir. **O circuito dos afetos**. Corpos políticos, desamparo e o fim do indivíduo. 2º ed. Minas Gerais: Autêntica, 2018. p.11-134.

SANTOS, Chico. Hartung anuncia apoio a Casagrande. **Senado Notícias**. 29 abr. 2010. Disponível em:<<https://www2.senado.leg.br/bdsf/bitstream/handle/id/461424/noticia.htm?sequence=1&isAllowed=y>>. Acesso em: 14 nov. 2021.

SANTOS, Ferreira Bárbara. O que bons prefeitos fazem em 100 dias de governo. **EXAME**, 14 abr. 2017. Disponível em:<<http://exame.abril.com.br/brasil/o-que-bons-prefeitos-fazem-em-100-dias-de-governo>>. Acesso em: 29 ago. 2017.

SANTOS, Suzy. E-Sucupira: o Coronelismo Eletrônico como herança do Coronelismo nas comunicações brasileiras. **Rev. E-Compós**, Brasília, v. 7, p.1-27. 26 jun. 2006. Disponível em:<<https://www.e-compos.org.br/e-compos/article/view/104>>. Acesso em: 04 nov. 2021.

SANTOS, Hermínio. Interação social e novas mídias: elementos para uma análise da interação mediada. **Rev. FAMECOS**, Porto Alegre, n.18, quadrimestral, ago. 2002. Disponível em:<<https://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/3172/2442>>. Acesso em: 04 nov. 2021.

SARGENTINI, Vanice; CARVALHO, Pedro Henrique Varoni. A vontade de verdade nos discursos: os contornos das fake news. In: CURCINO, Luzmara; SARGENTINI, Vanice; PIOVEZANI, Carlos (Org.). **Discurso e (pós)-verdade**. São Paulo: Parábola, 2021. p.73-85.

SARGENTINI, Vanice. Discurso político e redes sociais. **Rev. da Abralin**, v.14, n.2, p. 215-232, jul./dez. 2015. Disponível em:<<https://revista.abralin.org/index.php/abralin/article/view/1264>>. Acesso em: 05 out. 2018.

Secretaria da Saúde confirma primeiro caso do novo coronavírus no Espírito Santo. **Governo do Estado**. 06 març. 2020. Disponível em:<<https://www.es.gov.br/Noticia/secretaria-da-saude-confirma-primeiro-caso-do-novo-coronavirus-no-espírito-santo>>. Acesso em: 17 jul. 2020.

Segunda Turma mantém condenação por improbidade contra José Carlos Gratz e mais dois réus. **STJ**. 21 jul. 2021. Disponível em:<<https://www.stj.jus.br/sites/portalp/Paginas/Comunicacao/Noticias/21072021-Segunda-Turma-mantem-condenacao-por-improbidade-contr-Jose-Carlos-Gratz-e-mais-dois-reus.aspx>>. Acesso em: 26 set. 2021.

Senadora Rose de Freitas deixa o MDB e ingressa no Podemos. **G1**. 07 abr. 2018. Disponível em:<<https://g1.globo.com/es/espírito-santo/noticia/senadora-rose-de-freitas-deixa-o-mdb-e-ingressa-no-podemos.ghtml>>. Acesso em: 25 de agosto de 2018.

SERRANO, Pascual. Democracia e liberdade de imprensa. In: **Mídia, poder e contrapoder: da concentração monopólica à democratização da informação**. MORAES, Dênis; RAMONET, Ignacio; SERRANO, Pascual. Rio de Janeiro: Boitempo, 2013. p.71-82.

SESTREM, Gabriel. Entenda a discussão sobre o novo Código de Processo Penal brasileiro. **Gazeta do Povo**. 03 jun. 2021. Disponível em: < <https://www.gazetadopovo.com.br/vida-e-cidadania/novo-codigo-de-processo-penal-brasileiro-entenda-o-que-esta-em-jogo/>>. Acesso em: 20 jul. 2021.

SILVA, Fernando Wisse Oliveira. Personalismo político como estratégia de Campanha permanente online: Uma proposta de modelo de análise. 9^a Edição do Congresso da Associação Brasileira de Pesquisadores em Comunicação e Política (9^a COMPOLÍTICA), realizado em formato remoto, de 24 a 28 mai. 2021, GT7 Fenômenos e Práticas da Política Online. **Anais**. Disponível em: < https://drive.google.com/file/d/1Y_NWcsHSNQrvfoQMJu-TXMR00Sk-Xu12/view>. Acesso em: 05 set. 2021.

SILVA, Silmara Carneiro e. Marketing Político e Comportamento Eleitoral: reflexões sobre as estratégias de marketing político em campanhas eleitorais. **REMark: Rev. Brasileira de Marketing**, São Paulo, v. 11, n. 1, p. 113-136, jan./abril. 2012. Disponível em: < <https://bibliotecadigital.tse.jus.br/xmlui/handle/bdtse/4650>>. Acesso em: 05 set. 2021.

SODRÉ, Muniz. **As estratégicas sensíveis**: Afeto, mídia e política. Rio de Janeiro: Vozes, 2006.

_____. Uma ciência pós-disciplinar. In: **A ciência do comum**: notas para o método comunicacional. Rio de Janeiro: Vozes, 2014. p.16-100.

SCHERER, canício. **Entre a utopia e a realidade**: Tensões e conflitos entre o PT e Vítor Buaiç (1995-1998). Dissertação (Mestrado em História) - Centro de Ciências Humanas e Naturais da Universidade Federal do Espírito Santo, Vitória, 2005. Disponível em: < <https://repositorio.ufes.br/handle/10/3417>>. Acesso em: 06 jul. 2021. p.87-93.

TikTok: o que você precisa entender sobre a rede social do momento. **Rockcontent**. 18 dez. 2018. Disponível em: < <https://rockcontent.com/br/blog/tik-tok/>>. Acesso em: 02 de nov. 2021.

TORQUATO, Gaudêncio. **Novo manual de marketing político**: campanhas eleitorais; marketing de governantes e parlamentares; gestão de crises; marketing do Estado-Espetáculo; avanços e mudanças. São Paulo: Summus, 2014.

THOMPSON, John Brookshire. A interação mediada na era digital. **Rev. Matrizes**, São Paulo, v.12, n.3, p. 17-44. set./dez., 2018. Disponível em: < <https://www.revistas.usp.br/matrizes/article/view/153199/149813>>. Acesso em: 05 jul. 2019.

TSE. Divulgação de Candidaturas e Contas Eleitorais. **Divulga Candcontas**. Eleição Geral Federal 2018. Disponível em: < <https://divulgacandcontas.tse.jus.br/divulga/#/candidato/2018/2022802018/ES/80000625512>>. Acesso em: 07 nov. 2021.

Urgência: falta de sangue O- no Hemoes; o tipo é o mais utilizado em situações extremas. **Folha Vitória**. 29 jan. 2019. Disponível: < <https://www.folhavitoria.com.br/saude/noticia/01/2019/urgencia-sangue-o-esta-em-falta-no-hemoes-o-tipo-e-o-mais-utilizado-em-situacoes-extremas>>. Acesso em: 20 out. 2021

VALFRÉ, Vinicius. 5 anos das manifestações de 2013. **A Gazeta**. 10 jun. 2018. Disponível em:<<https://www.agazeta.com.br/es/politica/5-anos-das-manifestacoes-de-2013-0618>>. Acesso em: 06 jul. 2021.

VITORINO, Maíra Moraes. O eleitor conectado: perfil e consumo de conteúdo nas eleições 2018. Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho Mídia e Eleições do VIII Congresso da Associação Brasileira de Pesquisadores em Comunicação e Política (VIII COMPOLÍTICA), realizado na Universidade de Brasília (UnB), de 15 a 17 mai. 2019. **Anais**. Disponível em:<http://compolitica.org/novo/anais/2019_gt2_Vitorino.pdf> Acesso em: 06 jul. 2021.

VOGAS, Vitor. Inteligência artificial capta as emoções despertadas por cada candidato. **A Gazeta**. 20 ago. 2018. Disponível em:<<https://www.agazeta.com.br/colunas/vitor-vogas/inteligencia-artificial-capta-as-emocoes-despertadas-por-cada-candidato-0818>>. Acesso em: 06 jul. 2021.

WOLFF, Francis. Esquecimento da Política ou desejo de outras políticas. In: NOVAES, Adauto (org.). **O esquecimento da política**. Rio de Janeiro: Editora Agir, 2007. p.53-82.