

**COMUNICAÇÃO POLÍTICA NA MÍDIA SOCIAL:
um estudo das estratégias discursivas de pré-candidaturas
antagônicas à Prefeitura de Belo Horizonte nas eleições municipais de 2024¹**

Gabriel Abreu Rios Vale SILVA²
Arthur RAPOSO GOMES³

Universidade Federal de São João del-Rei, São João del-Rei, MG
Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, MG

RESUMO

Embora as eleições municipais de 2024 estejam marcadas para ocorrer apenas em outubro, as movimentações políticas e midiáticas de atores têm ocorrido há tempos. A proposta deste artigo é uma Análise de Conteúdo de perfis no *Instagram* antagônicos de pré-candidaturas antagônicas que podem concorrer à Prefeitura de BH. Entre as considerações percebidas, estão as divergências nas abordagens de temas, conteúdos e quantidade de *posts* dos pré-postulantes.

PALAVRAS-CHAVE: comunicação política; eleições municipais de 2024; Prefeitura de Belo Horizonte; *Instagram*.

RESUMO EXPANDIDO

Embora as eleições municipais de 2024 estejam marcadas para ocorrer apenas em outubro, as movimentações políticas e midiáticas de atores têm ocorrido há tempos. Em meados de 2023, reuniões de legendas partidárias com o ex-prefeito Alexandre Kalil (PSD) já ocorriam, em busca do apoio do ex-candidato a governador de Minas Gerais em 2022 para uma das pré-candidaturas municipais em 2024⁴. Isso é alinhado ao previsto por Nogueira (2001), que reflete quanto ao fenômeno de projeção de nomes políticos aos cidadãos: conforme previsto pelo autor, isso acontece não apenas no período eleitoral de campanha, mas de maneira permanente. Assim, não existe "um momento de começar a campanha política, uma vez que ela acontece o tempo todo e que os atores envolvidos estão de fato realizando campanha" (MONTUORI

¹ Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho Comunicação Política e Eleitoral, evento integrante da programação do 27º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, realizado de 30 de maio a 1º de junho de 2024.

² Estudante de graduação em Comunicação Social - Jornalismo na Universidade Federal de São João del-Rei (UFSJ), é bolsista no Núcleo de Educação a Distância da UFSJ (NEAD UFSJ). E-mail: gabrielriosvales@gmail.com

³ Doutorando e mestre em Comunicação na Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF), é jornalista e publicitário. Atualmente, é professor substituto no Departamento de Comunicação Social da UFSJ e presta assessoria e consultoria em Estratégias de Comunicação. E-mail: arthurraposogomes@gmail.com

⁴ MALHEIRO, Franco. Kalil participa de reunião do MDB em Brasília que tratou de eleição para PBH. **O TEMPO**. Disponível em: <<https://www.otempo.com.br/politica/aparte/kalil-participa-de-reuniao-do-mdb-em-brasilia-que-tratou-de-eleicao-par-a-pbh-1.2898917>> Acesso em 18 abr 2024.

MALHEIRO, Franco. Pré-candidatos à PBH disputam quem terá Kalil como 'padrinho'. **O TEMPO**. 21 jul 2023. Disponível em:

<<https://www.otempo.com.br/politica/pre-candidatos-a-pbh-disputam-quem-tera-kalil-como-padrinho-1.3065792>> Acesso em 18 abr 2024.

FERNANDES, *et al*, 2017, p. 57), criando a impressão "de que as campanhas políticas não têm data de início e fim" (OLIVEIRA, *et al*, 2017, p. 6). O intuito deste estudo é compreender as estratégias discursivas acionadas por pré-candidaturas, antagônicas sob o viés político-ideológico, que devem concorrer à Prefeitura de Belo Horizonte em 2024.

O pleito na capital mineira tem adquirido visibilidade nacional após a deputada que preside o Partido dos Trabalhadores, Gleisi Hoffmann, pontuar que a eleição em BH é uma prioridade, já que em São Paulo e no Rio de Janeiro, a sigla caminha para compor apoio a lideranças de outras legendas⁵. O cenário estimulado da disputa, conforme pesquisa noticiada no início de abril, dispõe de 13 nomes de pré-candidaturas. O atual prefeito, Fuad Noman (PSD), é pré-candidato à reeleição. Ele assumiu o posto depois de Kalil se desligar do Poder Executivo belo-horizontino para tentar, sem sucesso, ser governador de Minas Gerais em 2022, sendo derrotado por Romeu Zema (NOVO)⁶.

Nos pleitos de 2016 e 2018, foi constatada uma ruptura com o destaque de partidos até então pequenos e a ascensão de candidaturas outsiders ou antissistema que se elegeram tecendo críticas aos políticos e partidos tradicionalmente hegemônicos. Já em 2020 e 2022, foi percebida uma acomodação do campo político, "com a vitória de siglas tradicionais, em especial do Centrão, além da eleição do terceiro mandato de Lula à Presidência" (RAPOSO GOMES; OLIVEIRA, 2023, p. 1). Agora em 2024, uma das expectativas é por certa polarização entre o Partido dos Trabalhadores e o Partido Liberal⁷.

Nesse sentido, as pré-candidaturas escolhidas para serem analisadas são: Bruno Engler (PL)⁸ Rogério Correia (PT)⁹ - sendo uma do campo conservador e outra do

⁵ OPES, Edilene; PAVANELLI, Lucas. Candidatura de Rogério Correia em BH é 'prioridade' para o PT, diz Gleisi Hoffmann. **ITATIAIA**. 05 abr 2024. Disponível em: <<https://www.itatiaia.com.br/eleicoes/eleicoes-2024/2024/04/05/candidatura-de-rogerio-correia-em-bh-e-prioridade-para-o-pt-diz-gleisi-hoffmann>> Acesso em 14 abr 2024

⁶ GRANDI, Guilherme. Pesquisa de intenção de voto para a prefeitura de Belo Horizonte é divulgada pelo DataTempo. **GAZETA DO POVO**. 09 abr 2024. Disponível em: <<https://www.gazetadopovo.com.br/eleicoes/2024/pesquisa-eleitoral/datatempo-belo-horizonte-mg-abril-2024/>> Acesso em 10 abr 2024.

⁷ Lula e a sombra de Bolsonaro: em 2024, a polarização vai continuar; entenda. **ISTO É**. 22 dez 2023. Disponível em: <<https://istoe.com.br/lula-e-a-sombra-de-bolsonaro-em-2024-a-polarizacao-vai-continuar-entenda/>> Acesso em 18 abr 2024.

MATOS, Fábio. Janela partidária: PT e PL reforçam polarização, MDB e PSD ganham peso e PSDB afunda. **INFOMONEY**. 09 abr 2024. Disponível em: <<https://www.infomoney.com.br/politica/janela-partidaria-pt-e-pl-reforcam-polarizacao-mdb-e-psd-ganham-peso-e-psdb-afunda/>> Acesso em 18 abr 2024.

⁸ *Link*: <<https://www.instagram.com/brunoenglerdm>>

⁹ *Link*: <https://www.instagram.com/rogeriocorreia_>

campo progressista, respectivamente. Engler e Correia são dos partidos que polarizaram, em 2022, o pleito presidencial marcado pelo embate entre Jair Bolsonaro e Luiz Inácio Lula da Silva. Naquele ano, o petista saiu vitorioso e assumiu o terceiro mandato como presidente da República. Entretanto, o Partido Liberal formou a maior bancada da Câmara de Deputados¹⁰.

O primeiro eixo teórico-bibliográfico envolve a Comunicação Política e Eleitoral. No contexto da comunicação e da política, Tesseroli e Panke (2021, p. 96) as classificam como "áreas esponjas", destacando a união de termos e linhas de pensamento originalmente associados a outros campos do conhecimento, em um processo interdisciplinar que envolve, por exemplo a psicologia, sociologia, história e administração. Assim, a Comunicação Política é considerada um conceito abrangente que engloba tanto a Comunicação Eleitoral quanto a Comunicação Governamental. A conexão entre Comunicação Política e Comunicação Eleitoral é estabelecida pela obtenção da aprovação pública ou da conquista da opinião pública. A integração de estratégias da Comunicação Eleitoral e da Comunicação Governamental é tida como a Campanha Permanente (Ornstein, Mann, 2000, citados por MARTINS, 2016), sendo que a presença nas mídias sociais é interpretada também como um artifício da Campanha Permanente. Espírito Santo e Figueira (2010, p. 84) contribuem para esse debate ao conceber a Comunicação Política e Eleitoral como "plataformas de entendimento político entre o Estado, seus agentes e os cidadãos", onde o público desempenha um papel decisivo na orientação estratégica das campanhas e nas decisões políticas prioritárias. A presença da persuasão na política, na forma de propaganda, remonta aos primórdios das relações de poder entre governantes e governados, como apontado por Gomes (2010). Nesse sentido, a persuasão é considerada um fenômeno comunicativo intrínseco à natureza humana.

O segundo eixo teórico é focado em temáticas alinhadas à Comunicação Digital e a interface com a Comunicação Política. Santaella (2010) pontua que um maior contato é proporcionado pelas telas entre as questões biológicas e tecnológicas, a partir de uma incorporação das redes sociais digitais no cotidiano. Nesse contexto, é percebida ainda uma preferência, já há alguns anos, pela produção e publicação de

¹⁰ PL despona como maior bancada da Câmara, seguido pela federação liderada pelo PT. **CÂMARA DOS DEPUTADOS**. 03 out 2022. Disponível em: <<https://www.camara.leg.br/noticias/911504-pl-despona-como-maior-bancada-da-camara-seguido-pela-federacao-liderada-pelo-pt/>> Acesso em 12 abr 2024

conteúdos audiovisuais, capazes de transmitir a mensagem sem muito esforço por parte do internauta-receptor (HALLAGE, 2018). É nas mídias sociais que os pré-candidatos, com mandato ou não, precisam estar presentes buscando um contato com os futuros eleitores e expondo suas crenças e pontos de vista, sem intermédio da imprensa (FRATINI, 2020; RAPOSO GOMES, *et al*, 2021).

Quanto ao material a ser verificado, a partir da metodologia Análise de Conteúdo, o *corpus* foram as publicações feitas nos respectivos perfis no *Instagram* durante os 15 primeiros dias de abril de 2024: período que inclui a última semana da janela partidária e também os primeiros dias depois do fim do prazo de filiação nos partidos com vistas à disputa eleitoral. Nesse período, Bruno Engler, que reúne cerca de 503 mil seguidores nesta mídia social, fez 13 publicações. Já o perfil de Rogério Correia recebeu 26 atualizações no *feed*, que é seguido por mais de 129 mil pessoas.

Nas 13 publicações feitas no *feed* do *Instagram* de Bruno Engler, constata-se uma predominância de temáticas associadas ao campo político-ideológico de direita, a partir de críticas e ataques ao governo federal petista. Menções ao padrinho político do âmbito nacional, o ex-presidente Jair Bolsonaro, também são identificadas, com convites para ato a ser realizado no Rio de Janeiro ainda em abril. Um outro destaque específico é um post onde o deputado federal Nikolas Ferreira (PL) declara apoio a pré-candidatura de Engler ao Poder Executivo belo-horizontino. Nikolas e Engler foram eleitos em uma “tática de dobrada”, sendo os mais votados da sigla aos respectivos cargos legislativos. O parlamentar federal, inclusive, é o mais votado da história. Posts de com temáticas que tensionam os pólos políticos compõem ainda o conteúdo analisado, com falas feitas sobre, por exemplo, apoio ao armamentismo e questionamentos às reivindicações do feminino e a conquista de direitos de grupos minorizados, como o LGBTQIAPN+. De maneira ampla, nota-se que as publicações do pré-candidato reúne aspectos de uma estratégia ancorada na crítica ao Poder Executivo federal, não sendo possível encontrar embates contra seus possíveis adversários na disputa pela prefeitura da capital mineira. Além disso, dentre os temas abordados, grande parte estão associados a episódios de violência e reafirmam seu ponto de vista acerca das políticas de segurança pública.

Na análise das 26 publicações feitas no *Instagram* do deputado federal Rogério Correia é possível apontar que há um grande foco em questões ligadas ao município de

Belo Horizonte, com críticas a atual gestão do prefeito Fuad Noman (PSD) e ao governador do Estado, Romeu Zema. Além disso, há também encontros com futuros eleitores e aliados, bem como divulgação de eventos antes e depois de ocorridos.

Dentre as diversas publicações, há algumas retratando o cotidiano do parlamentar, como fotos em família que também possuem relevância para os objetivos eleitorais do pré-candidato, mas dentre elas, destaca-se uma publicação em vídeo em que Rogério mostra um gato que, segundo ele, vivia na rua de seu condomínio e fora adotado. Na oportunidade, o deputado sugeriu a criação de programas de adoção pela prefeitura. Outro tema que recebe atenção no *Instagram* de Rogério Correia são pautas ambientais, sobretudo voltadas à capital mineira. Além do pet resgatado, o deputado fez três publicações sobre o assunto: uma mostra os alagamentos causados pelas chuvas na cidade e sugere melhorias na infraestrutura; em outra, Rogério discursa na ALMG sobre o desejo de criar o Parque Nacional da Serra do Curral e por último, critica o prefeito Fuad Noman, com uma manchete do jornal "O Tempo" sobre o corte de mais de 7 mil árvores em 2023. Outros assuntos importantes encontrados neste período de publicações são os relacionados à educação e cultura, exaltando a UFMG e criticando o governador Romeu Zema por querer entregar a Sala Minas Gerais da Orquestra Filarmônica à FIEMG, e seus eventos e encontros como o seminário "Os desafios da Democracia Brasileira: Marielle, Milícia e 8 de Janeiro" com a presença do aliado carioca, Marcelo Freixo. Uma das publicações versa ainda sobre as falas do bilionário *Elon Musk* contra o ministro do Supremo Tribunal Federal, Alexandre de Moraes, criticando a atitude do dono da rede social "X" e apontando a necessidade de regulamentação das plataformas digitais.

Uma das considerações gerais possíveis é a diferença das abordagens de temas, conteúdos e quantidade dos pré-postulantes. Os autores acreditam ser viável realizar outros estudos específicos ligados a Estratégias de Comunicação Política e Eleitoral envolvendo o mesmo *corpus*: o conteúdo, os discursos e as publicações feitas pelos, até então, pré-candidatos à Prefeitura de BH.

REFERÊNCIAS

ESPÍRITO SANTO, Paula do; FIGUEIRAS, Rita. Comunicação eleitoral. *In*: João Carlos Correia; Gil Baptista Ferreira; Paula do Espírito Santo (Orgs.). **Conceitos de Comunicação Política**. Livros LabCom. Covilhã, Portugal. 2010. P. 77-89.

FRATINI, Juliana. Introdução. In: Juliana Fratini (org). **Campanhas políticas nas redes sociais**. São Paulo: Matriz, 2020, p.9-30.

GOMES, N. D. Comunicação Política: olhares convergentes e divergentes. **Revista Eco-Pós**, [S. l.], v. 12, n. 3, 2010. DOI: 10.29146/eco-pos.v12i3.933. Disponível em: https://revistaecopos.eco.ufrj.br/eco_pos/article/view/933. Acesso em: 26 fev. 2024

HALLAGE, Mariana. Valorização das imagens voláteis nas redes sociais digitais. In: Pollyana Ferrari (org). **Fluido, Fluxo: reflexões sobre imagens voláteis, gêneros, pós-verdade, fake news e consumo neste tempo de espirais fluidas**. Porto Alegre, RS: FI, 2018.

MARTINS, T. F. **A construção da imagem de Dilma Rousseff (PT) na esfera midiática: dissonâncias e convergências narrativas entre a presidente e a candidata à reeleição**. 2016. 243 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, 2016.

MONTUORI FERNANDES, Carla, et al; Campanha permanente e espetacularização política: análise das estratégias narrativas de João Doria (PSDB) na fanpage. In: **Líbero**. São Paulo, SP. N. 40. Ago – dez 2017.

NOGUERA, F. *La campaña permanente*. In: R. Izurieta; R. M. Perina; C. Arterton(Eds.); *Estrategias de comunicación para gobiernos*. Washington D.C.: UPD/OEA e GSPM/The George Washington University, 2001. P. 83-108.

OLIVEIRA, Rebeca Cristina Batista de; et al. Personalismo, centralidade da mídia e campanha permanente: um estudo de caso sobre a eleição de Eduardo Suplicy (PT) como vereador de São Paulo. In: **XXII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste**. Volta Redonda, RJ: 22 a 24 jun 2017.

RAPOSO GOMES, Arthur; OLIVEIRA, Luiz Ademir de. De *outsiders* a candidatos sistêmicos: análise das estratégias discursivas dos candidatos Romeu Zema (NOVO) e Alexandre Kalil (PSD) no HGPE em 2022. In: **Anais do 46º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. PUC Minas, Belo Horizonte, MG. 2023.

RAPOSO GOMES, Arthur; *et al*. Comunicação Política no *Instagram*: análise de conteúdo dos *stories* de Margarida Salomão (PT) e Wilson Rezato (PSB) na eleição pela Prefeitura de Juiz de Fora. In: Luiz Ademir de Oliveira; Arthur Raposo Gomes; Deborah Luísa Vieira dos Santos; Mayra Regina Coimbra; Mariane Motta de Campos; Marina Alvarenga Botelho; Willian José de Carvalho. (Org.). **Comunicação, Pandemia e Guerra de Narrativas**. 1ed. Pereira Barreto, SP: A Arte da Palavra, 2021, v. , p. 519-543.

TESSEROLI, Ricardo Germano; PANKE, Luciana. Da comunicação política ao marketing eleitoral: reflexões sobre estratégias e ferramentas de campanha. **Tríade: Comunicação, Cultura e Mídia**, Sorocaba, SP, v. 9, n. 21, p. 94–122, 2021. DOI: 10.22484/2318-5694.2021v9n21p94-122. Disponível em: <https://periodicos.uniso.br/triade/article/view/3981>. Acesso em: 08 fev. 2024.