

## O DISCURSO DE SERRA ENTRE ELEIÇÕES 2014 E 2018

Lucas Garcia da Silva<sup>1</sup>;  
Bianca de Freitas Linhares<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Universidade Federal de Pelotas – [lucasgarciads@gmail.com](mailto:lucasgarciads@gmail.com)

<sup>2</sup>Universidade Federal de Pelotas – [biancaflinhares@gmail.com](mailto:biancaflinhares@gmail.com)

### 1. INTRODUÇÃO

Este trabalho faz parte de uma pesquisa maior, que visa analisar o PSDB entre as eleições presidenciais de 2014 e 2018, a partir da atuação do partido na rede social *Twitter*. O objetivo é compreender como o PSDB construiu o seu discurso e medir as consequências que este teve, já que os tucanos foram por muito tempo o principal antagonista do PT na disputa pela Presidência da República, e no pleito eleitoral de 2018 teve um resultado inexpressivo, com menos de 5% dos votos válidos. Portanto, o presente trabalho aborda uma parte desta pesquisa maior, que é a análise sobre a conta do político tucano José Serra, que faz parte do alto escalão do PSDB, candidato a Presidência da República em 2010, e senador eleito por São Paulo para cumprir a 56ª legislatura (2015-2023). O marco teórico que guia este trabalho é a Teoria do Discurso de Laclau e Mouffe, e os principais conceitos aqui mobilizados são discurso e antagonismo. O discurso é concebido através do conjunto de falas e práticas, que passam a produzir significações. Surge a partir de uma prática articulatória, quando elementos (diferenças não articuladas), articulam entre si num determinado instante. Esses elementos transformam-se em momentos, os quais giram em torno de um ponto nodal que fixa parcialmente os sentidos. Esta fixação de sentidos é sempre contingente e precária. A noção de antagonismo ajuda a compreender conflitos e a formação de identidades. O antagonismo é percebido na negação de uma determinada ordem discursiva, e é parte fundamental na própria constituição de um determinado elemento (LACLAU e MOUFFE, 2015).

### 2. METODOLOGIA

Como mencionado na introdução, esta pesquisa utilizará a rede social *Twitter* como meio para cumprir seus objetivos. Trata-se de uma rede social amplamente utilizada por políticos, com o intuito de apresentar ideias, propagar opiniões, interagir com a população. É amplamente utilizada em estratégias eleitorais e comunicação política, devido ao seu baixo custo, fácil acesso, e a aproximação entre representantes e representados (PEREIRA, 2013; AMARAL e PINHO, 2018; BRAGA e CARLOMAGNO, 2018)

No total foram analisadas 795 postagens da conta no *Twitter* de José Serra entre os dias 26/10/2014 e 28/10/2018, final das eleições de 2014, até o final das eleições de 2018. O material foi coletado através do aplicativo *Web Data Research Assistant*, vinculado ao Google Chrome, onde possibilitou o download de uma planilha do Excel com todos os tuítes deste período. Para realizar a análise, utilizamos o *software NVivo – QRS Internacional*. Programa especializado em pesquisas qualitativas as quais utilizam uma alta fonte de dados. Nele é possível organizar os dados, analisar, categorizar, cruzar os resultados e mapeá-los através de gráficos, tabelas e imagens.

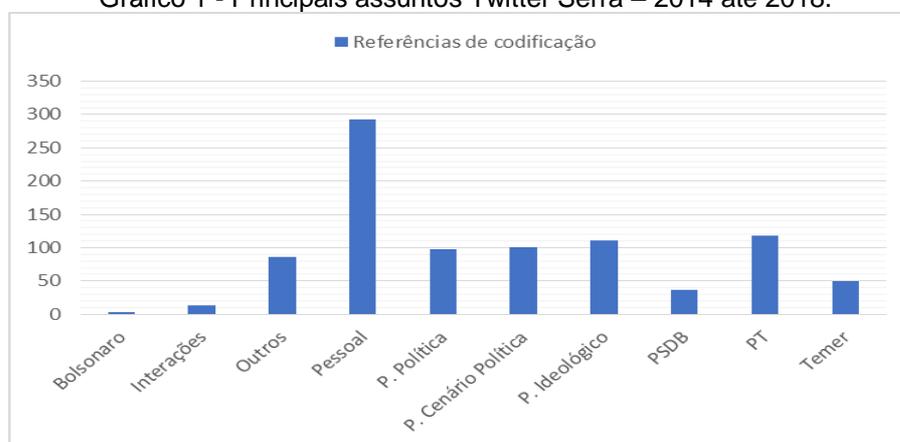
O *software NVivo* permite que se criem *nós* e *subnós* dentro do programa, ou seja, categorias que representam codificações sobre determinados assuntos.

Cada uma destas categorias vai representar em nossa pesquisa o sentido discursivo extraído dos tuítes. Portanto, ao ler uma postagem dentro do *software*, classificaremos determinado trecho do conteúdo no interior de um destes *nós*, permitindo juntar várias publicações sobre determinados tópicos, a fim de produzir uma cadeia de sentidos e cruzar os dados. Cada postagem pode ter mais de uma codificação, abarcando vários sentidos discursivos. Organizamos as nossas categorias através de uma série de *grandes nós* que tratam de um determinado assunto, e em cada um destes *grandes nós* terão varios subnós que representam os sentidos expressados nos tuítes.

### 3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Primeiramente traremos o resultado dos grandes nós abordados no *Twitter* de Serra, e em seguida, por motivos de espaço, abordaremos apenas sobre os três grandes nós de maior frequência.

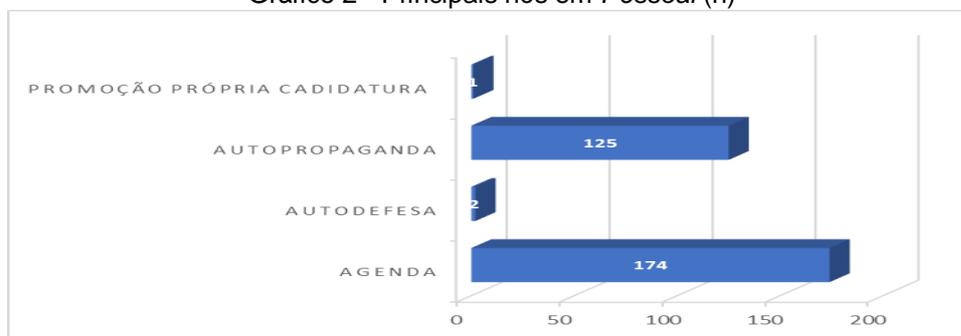
Gráfico 1 - Principais assuntos Twitter Serra – 2014 até 2018.



Fonte: Elaboração própria

O Gráfico 1 mostra que dos 795 tuítes analisado da conta de José Serra, 292 se encontram no grande nó *Pessoal*, 118 em *PT*, 111 em *Posicionamento Ideológico*, 101 em *Posicionamento Cenário Política*, 98 *Posicionamento Política*, 86 em *Outros*, 50 em *Temer*, 36 *PSDB* 13 *Interações* e por último apenas 3 em *Bolsonaro*.

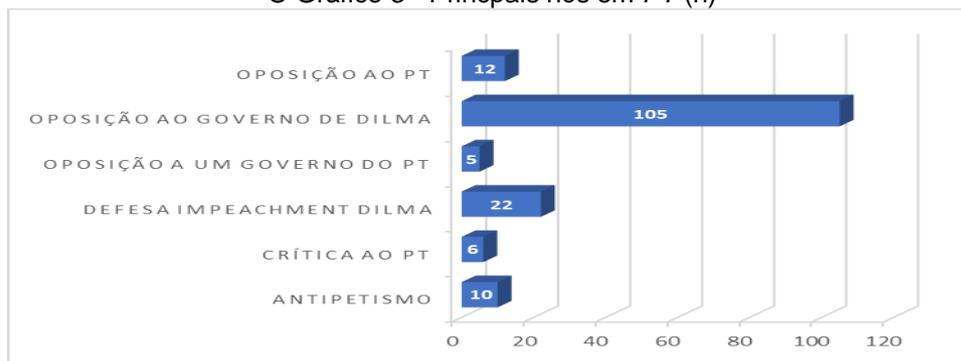
Gráfico 2 - Principais nós em *Pessoal* (n)



Fonte: Elaboração própria

O Gráfico 2 mostra que das 292 publicações no grande nó *Pessoal*, 174 estão localizadas em *Agenda*, 125 em *Autopropaganda*, 2 em *Autodefesa* e 1 em *Promoção da própria candidatura*.

O Gráfico 3 - Principais nós em PT (n)



Fonte: Elaboração própria

O Gráfico 3 indica que dos 118 tuítes dentro do grande nó *PT*, 105 foram classificados em *Oposição ao governo de Dilma*, 22 em *Defesa do Impeachment de Dilma*, 12 *Oposição ao PT*, 10 *Antipetismo*, 6 *Crítica ao PT*, 5 *Oposição a um governo do PT*.

O Gráfico 1 mostrou que foram categorizados 111 tuítes em *Posicionamento Ideológico*, sendo o terceiro grande nó com mais recorrência. Dentro desse nó, 87% estão classificados em *Direita* e 13% em *Esquerda*. Dada a maior relevância de um espectro ideológico para o outro, mostraremos apenas o resultado dos sentidos em *Direita*.

Gráfico 4 - Principais nós Posicionamento ideológico Direita (n)



Fonte: Elaboração própria

O Gráfico 4 nos mostra que dos 97 nós inseridos dentro do nó *Posicionamento ideológico Direita*, 29 estão em *Contra Maduro*, 27 em *Defesa da abertura de mercado*, 14 em *Defesa da reforma previdenciaria*, 10 em *Defesa de privatizações*, 8 em *Defesa da redução da maioridade penal*, 5 em *Defesa da redução de impostos*, 4 em *Defesa de PPP's*, 3 em *Contra o financiamento público de campanha eleitoral*, 2 em *Contra sindicatos*, 1 em *Defesa do liberalismo*, 1 em *Contra servidores públicos*, 1 em *Contra a esquerda* e 1 em *Anti Cuba*.

#### 4. CONCLUSÕES

Ao realizar esta análise, observou-se que a conta de José Serra passou por três momentos distintos, e que a frequência de tuítes foi diminuindo com o passar destes três momentos. Primeiramente, enquanto a Dilma era presidente, Serra teve uma postura antagônica ao governo eleito em 2014, colocando o

governo petista com incompetente e corrupto, neste período, Serra foi bastante ativo na rede social. Quando Temer assumiu, Serra aliou-se ao novo governo e passou a ocupar pasta das Relações Exteriores. O número de vezes que Serra utilizou a rede social começou a diminuir, e a maioria das suas publicações variavam entre coisas relacionadas a sua agenda como ministro, informes sobre as suas ações no Itamaraty, e promoções do novo governo liderado pelo PMDB. O terceiro momento começa em fevereiro de 2018, quando Serra saiu do governo Temer e voltou ao senado. A partir de então, a frequência das postagens reduziu drasticamente, e o tucano utilizou o *Twitter* apenas para falar de sua agenda, e se autopromover mostrando os seus feitos, como projetos aprovado e realizações políticas. É interessante notar que o pleito eleitoral de 2018 foi deixado de lado. Serra não realizou nenhuma postagem promovendo a candidatura do próprio partido, encabeçada por Geraldo Alckmin. O tucano acabou se manifestando sobre o cenário das eleições apenas no segundo turno, criticando o clima de extremismo que fora instaurado e não tomando partido quanto a escolha entre Fernando Haddad e Jair Bolsonaro.

De maneira geral, é possível concluir que o discurso no *Twitter* de Serra foi focado na sua própria figura, através de postagens sobre a sua agenda e os seus feitos na política, como aprovações dos seus projetos de lei ou coisas que realizou anteriormente quando ministro, governador e prefeito. Isto fica claro pois os nós *Agenda* e *Autopromoção* estiveram presentes do início ao fim dos 4 anos analisados. O antagonismo ao PT ficou também bem marcado enquanto Dilma ocupava a Presidência da República. Os *Posicionamentos ideológicos de direita* ajudam a compreender a identidade de Serra, pois foram frequentes ao longo desse período, especialmente *Defesa da Abertura de Mercado*, onde Serra defendeu a retirada da obrigatoriedade da Petrobrás na exploração do pré-sal. Outro posicionamento ideológico de direita relevante no discurso de Serra foi o de antagonismo ao presidente venezuelano Nicolás Maduro. Segundo Serra, Maduro e a dinastia chavista violam os direitos humanos e não respeitam a democracia. Este elemento discursivo contrário ao Maduro esteve presente durante o período em que Dilma era presidente, e quando Serra ocupou a pasta das Relações Exteriores no governo de Michel Temer.

## 5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

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

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

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

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