

PROJETOS DE PAÍS E IDENTIDADE NACIONAL EM DISPUTA: UMA ANÁLISE SEMIÓTICA DAS ELEIÇÕES PRESIDENCIAIS DE 2022

Gustavo Elian Siqueira Montes¹Gustavo Souza Santos²

RESUMO

A política presidencialista brasileira, desde a república proclamada (1889), tem, em suas faces, representações em símbolos, desenhos, músicas e sinais. O brigadeiro, doce popular brasileiro, personifica a criatividade eleitoreira em época de campanha, usando de artefatos variados e, subconscientemente, espargidos como canal de persuasão eleitoral. Desde a ascensão de Washington Luís à presidência do Brasil (1926-1930) o jingle publicitário é usado como um importante aliado estratégico das campanhas eleitorais. Em 2022, durante as veiculações de materiais das campanhas presidenciais, viu-se a presença massiva de elementos semióticos que foram cruciais para a propagação dos ideais partidários e sistemáticos de cada um dos candidatos ao mandato que se iniciou em 1º de janeiro de 2023 e findará em 5 de janeiro de 2027, refletindo sobretudo como diferentes visões e projetos de país interpolam concepções político-culturais da identidade brasileira. No balbúcio de compreender como as teorias semióticas foram usadas pelos candidatos que desejaram condução ao cargo máximo do poder executivo nacional, foi importante entender como essas puderam ser aplicadas à publicidade e à comunicação no que converte ao eleitorado, público em questão. Analisa-se neste estudo como foram aplicadas metodologias que concitavam ao eleitorado, por meio de práticas semióticas, sugestionamentos políticos no que dizem respeito às estratégias de presságio de projetos de país usadas pelos candidatos Luiz Inácio Lula da Silva e Jair Messias Bolsonaro. Foi desenvolvida uma pesquisa qualitativa e explicativa que, com uma coleta aguçada de dados, fatos e discursos, comparou a usabilidade dos procedimentos adotados pelas campanhas dos presidentiáveis em segundo turno, sendo catalogadas a partir de recortes veiculados nas redes sociais oficiais de cada candidato. Apurou-se, dessarte, que ambas as campanhas desfrutaram de

¹Graduado em Comunicação Social - Publicidade e Propaganda pelo Centro Universitário FIPMoc (UNIFIPMoc).

²Doutor em Desenvolvimento Social (Unimontes). Professor das faculdades de Comunicação Social e de Arquitetura e Urbanismo do Centro Universitário FIPMoc (UNIFIPMoc). ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9712-2690>. E-mail: gustavo.ccpv@gmail.com.

subterfúgios que aplicaram aos votantes ideais antagônicos de “Brasis” que disseminaram como, intercorrido, polarizações desfrutadas de astúcias semelhantes e compatíveis, nada obstante, de mensagens descoincidentes. Colige-se, à vista disso, que o resultado apurado, decorrentemente acirrado como foi, é produto de um posicionamento esquivado em lapsos das campanhas adversárias no que tange seus discursos e aplicações.

Palavras-chave: Campanha eleitoral. Comunicação política. Narrativa midiática.

NATIONAL PROJECTS AND IDENTITIES IN DISPUTE: A SEMIOTIC ANALYSIS OF 2022 BRAZILIAN PRESIDENTIAL ELECTIONS

ABSTRACT

Brazilian presidential politics, since the proclaimed republic (1889), has, on its face, representations in symbols, drawings, music and signs. The brigadeiro, a popular Brazilian sweet, personifies electoral creativity during the campaign season, using varied artifacts and, subconsciously, spread as a channel of electoral persuasion. Since the rise of Washington Luís to the presidency of Brazil (1926-1930), the advertising jingle has been used as an important strategic ally in electoral campaigns. In 2022, during the broadcast of presidential campaign materials, there was a massive presence of semiotic elements that were crucial for the propagation of the party and systematic ideals of each of the candidates for the mandate that began on January 1, 2023 and will end on January 5, 2027, reflecting above all how different visions and country projects interpolate political-cultural conceptions of Brazilian identity. In the effort to understand how semiotic theories were used by candidates who wanted to be promoted to the highest position in the national executive power, it was important to understand how they could be applied to advertising and communication in what converts them to the electorate, the public in question. This study analyzes how methodologies were applied that encouraged the electorate, through semiotic practices, to make political suggestions regarding the strategies for presaging country projects used by candidates Luiz Inácio Lula da Silva and Jair Messias Bolsonaro. A qualitative and explanatory research was developed which, with an accurate collection of data, facts and speeches, compared the usability of the procedures adopted by the campaigns of presidential candidates in the second round, being cataloged based on clippings published on each candidate's official social networks. It was found, therefore, that both campaigns used subterfuges that applied antagonistic ideals of “Brazil” to voters, which disseminated polarizations using similar and compatible tricks, despite inconsistent messages. It is clear, in view of this, that the resulting result, fierce as it was, is the product of a position that was eluded to by lapses in the opposing campaigns in terms of their speeches and applications.

Keywords: Elections. Political communication. Mediatic narratives.

INTRODUÇÃO

Ao longo da história política do Brasil, as eleições presidenciais sempre foram marcadas por um intrincado jogo de símbolos, imagens e discursos. Desde a Proclamação da República em 1889 até os dias atuais, a visualização dos candidatos, seus símbolos e o apelo à identidade nacional têm desempenhado um papel crucial na persuasão do eleitorado (Baldan, 1988).

A iconografia do herói a cavalo às margens do Rio Ipiranga, simbolizando a Independência do Brasil, foi apenas o início de uma tradição visual que permeou o processo eleitoral. Elementos como o brigadeiro, um doce popular brasileiro, tornaram-se símbolos eleitorais, empregados estrategicamente para influenciar subconscientemente os eleitores.

A evolução das estratégias eleitorais acompanhou o desenvolvimento do país. Desde o uso pioneiro do jingle publicitário na ascensão de Washington Luís em 1926 até as campanhas altamente visuais das eleições de 2022, testemunhamos uma constante inovação na maneira como os candidatos se apresentam e se comunicam com o público (Lourenço, 2009).

Neste contexto, as campanhas de Luiz Inácio Lula da Silva e Jair Messias Bolsonaro se destacaram por suas abordagens imagéticas contrastantes, todavia pautadas em estratégias meramente similares. Enquanto Bolsonaro inovou visualmente, adotando uma paleta de cores predominantemente verde e amarela na tentativa de invocar os símbolos nacionais como marcas de campanhas e mandatos, carregando bandeiras do Brasil e seus recortes em seus posicionamentos visuais, Lula optou pelo vermelho, enfatizando um discurso mais voltado para o social e mostrando patriotismo em suas mídias ao avultar, com proeminência, o significado da palavra Brasil, "vermelho como uma brasa".

Essas estratégias visuais não apenas refletiram, mas também moldaram a percepção do eleitor sobre os candidatos e seus projetos para o país. A presença massiva de elementos semióticos nessas campanhas foi crucial para difundir ideais partidários e mobilizar apoio (Zepeda, Franco, & Preciado, 2014). Porém, a disputa não se limitou à estética; a hostilidade e a complexidade dos debates e materiais de campanha também desempenharam papéis fundamentais na influência do eleitorado e no resultado do pleito.

A análise desses elementos semióticos na comunicação visual das campanhas eleitorais de 2022 não apenas revela a manipulação estratégica da imagem, mas também evidencia a interseção entre identidade nacional, propaganda política e persuasão eleitoral. Este estudo propõe mergulhar nessa análise profunda, buscando compreender como a semiótica influenciou o eleitorado e impactou o curso e o resultado do processo eleitoral

METODOLOGIA

Este estudo realiza uma pesquisa qualitativa de caráter explicativo, fundamentada na análise documental para coleta de dados, alinhando-se à natureza do tema e à necessidade de compreender a aplicação das teorias semióticas nas campanhas eleitorais de 2022 (Cardano, 2017). A abordagem qualitativa permite uma observação detalhada dos fatos, tornando-se pertinente para captar nuances e particularidades do contexto analisado (Gil, 2002).

O caráter explicativo desta pesquisa busca identificar e explicar os elementos que contribuem para os fenômenos observados no contexto das campanhas eleitorais. Esta abordagem busca elucidar o porquê e como determinados eventos e estratégias estão relacionados ao tema escolhido (Gomes, 2005).

A coleta de dados se concentra nos discursos e materiais publicados pelos candidatos à Presidência da República do Brasil na rede social Instagram, com os usuários @lulaoficial e @jairmessiasbolsonaro, que serão fontes essenciais para compreender a aplicação das teorias semióticas nas estratégias de comunicação eleitoral (Kripka, Scheller & Bonotto, 2015).

O procedimento de coleta e análise dos dados será realizado de forma objetiva e direcionada para identificar discursos, imagens e símbolos que contribuam para a construção das narrativas presentes nas campanhas. Serão estabelecidas três etapas: a identificação dos discursos iniciais e lançamento das campanhas, a análise das estratégias semióticas adotadas e a compreensão do impacto de agentes externos no processo eleitoral.

Os dados coletados consistirão em *screenshots*, textos, imagens e transcrições de discursos e jingles dos candidatos. A análise qualitativa permitirá

uma compreensão mais profunda de como as teorias semióticas foram empregadas na construção dos discursos e na projeção de identidades políticas (Gibbs, 2009).

Em relação aos recortes temporais, a análise terá peças veiculadas com abrangência no período de 15 de julho de 2022 a 05 de janeiro de 2023, dividindo-se em três períodos distintos. A abordagem focará nos motivos e estratégias por trás das campanhas, analisando o material e sua origem, explorando os aspectos semióticos utilizando a premissa peirciana para guiar a catalogação, seleção, exame e análise dos dados

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Política, semiótica e eleições: produção e disputa de sentidos

A interseção entre política, semiótica e eleições revela a complexa teia de significados e representações que permeiam o processo eleitoral. De acordo com Nöth (2003), a semiótica, originada na expressão grega "semeïon" e "sêma", transcende a mera ciência dos sistemas de signos, mergulhando na cultura e na natureza. A definição de Pignatari (2004) enfatiza a potencial ambiguidade para leigos, ressaltando a vastidão de elementos que são representados por signos, sublinhando a natureza onipresente e multifacetada desses elementos (Nöth; Santaella, 2021; Fidalgo; Gradim, 2004).

A semiose, como processo de ação do signo, segundo Machado e Romanini (2010), vai além da interpretação dos fatos; ela é uma técnica fundamental que organiza crenças ontológicas e gera cultura. A matriz peirceana, como delineada por Santos (2008), atribui ao signo a classificação de unidade mínima de representação, oferecendo uma estrutura triádica de interpretação - índice, símbolo e ícone (Pato, 2014). Essa abordagem possibilita compreender as etapas de interpretação dos fatos, desdobrando-se em dimensões sintáticas, semânticas e pragmáticas das linguagens (Nicolau et al., 2010).

Outra vertente importante é a semiologia de Saussure, que ressalta a arbitrariedade do signo e a conexão entre significante e significado (Beividas; Waldir, 2014; Broden, 2018). Essa teoria, originada na Universidade de Genebra, estuda

não apenas a linguagem verbal, mas também outras formas de comunicação não verbal, estabelecendo uma base estrutural para a representação da realidade (Bouquet, 1997).

No contexto das eleições, o uso estratégico das novas tecnologias de informação e comunicação (NTIC) tem sido um divisor de águas. O caso "fenômeno Obama" em 2008 nos EUA (Aldé, 2011) e o protagonismo digital de Jair Bolsonaro no Brasil evidenciam a inserção pioneira das mídias digitais na estratégia política (Moura; Corbellini, 2019; Segurado, 2011). Essa transformação democratizou o acesso à informação, ampliando a participação, mas também suscitou preocupações quanto à fragmentação do espaço público (Penteado, 2011).

O cenário político brasileiro, marcado por polarizações partidárias, reflete o contexto das últimas décadas. Desde a vitória de FHC em 1994, as disputas têm sido dominadas pela polarização entre PSDB e PT (Azevedo, 2011). No entanto, mudanças no comportamento do eleitorado, como observado por Lavareda (2009), indicam uma dissociação entre voto e orientação editorial da mídia tradicional, que historicamente se posicionou antipetista (Azevedo, 2011).

Dentro desse panorama, a análise semiótica oferece um arcabouço para compreender a construção e disputa de sentidos durante o processo eleitoral. A complexidade dos signos, a interação entre as diferentes linguagens e a fragmentação do espaço midiático convergem para a formação de um campo crucial de investigação na interface entre política, semiótica e eleições, abrindo espaço para a reflexão sobre a produção e disputa de significados no contexto político contemporâneo (Machado, 2007; Trindade, 2006).

Materialidades e sensibilidades de campanha: entre figuras e projetos de país

A trajetória política brasileira nas últimas décadas tem sido marcada por polarizações acirradas, evidenciadas em momentos emblemáticos, como os episódios de 2016, com o processo de impeachment de Dilma Rousseff e a ascensão de Michel Temer, bem como o embate de 2018 entre Jair Bolsonaro e Fernando Haddad. Esses eventos sinalizaram uma profundidade na divisão

ideológica e política do país, refletindo-se na sociedade e nas materialidades das campanhas eleitorais (Carvalho; Mueller, 2019; Abreu, 2017).

A polarização se tornou um traço definidor das disputas políticas, intensificando-se com a ascensão de Jair Bolsonaro à presidência em 2018. O governo Bolsonaro (2019-2022) emergiu em um contexto de fortes confrontos entre discursos conservadores e progressistas, revelando a dicotomia entre projetos de país e visões ideológicas antagônicas (Braga; Cruz, 2020).

Nesse contexto, as redes sociais assumiram um papel crucial, transformando-se em uma arena central para debates, discussões e, em muitos casos, conflitos políticos. A disseminação de informações, muitas vezes imprecisas ou distorcidas, gerou um ambiente propício para a propagação de narrativas polarizadas e a consolidação de bolhas informativas, onde os indivíduos são expostos majoritariamente a opiniões semelhantes às suas, reforçando suas convicções e acentuando a polarização (Figueiredo; Vidal, 2018).

O retorno de Luiz Inácio Lula da Silva ao cenário político, em meio às eleições de 2022, representou uma reviravolta significativa. Sua presença reacendeu discussões sobre os rumos do país, aprofundando ainda mais as divisões já estabelecidas. As materialidades das campanhas, tanto em termos de discursos quanto de estratégias de comunicação, refletiram essas sensibilidades políticas, envolvendo tanto a exaltação de projetos de país diversos quanto a desconstrução dos oponentes (Alcântara, 2023).

A dinâmica política no Brasil, permeada por polarizações e intensificados embates ideológicos, demonstra a complexidade das materialidades e sensibilidades das campanhas eleitorais. O uso estratégico das redes sociais e a disseminação de discursos contrastantes evidenciam a necessidade de uma análise aprofundada das estratégias de comunicação e dos impactos das narrativas políticas na sociedade contemporânea (Tavares; Lima, 2021; Gomes, 2019).

A construção da identidade nacional brasileira sempre foi um terreno complexo, marcado por uma multiplicidade de discursos e representações que refletem a diversidade cultural do país. Nas esferas políticas, essa pluralidade se manifesta na apropriação de símbolos e estéticas que buscam reivindicar uma

identidade nacional, muitas vezes fragmentada e polêmica (DaMatta, 1997; Holanda, 1959).

As campanhas políticas frequentemente se utilizam de símbolos nacionais, cores, e estéticas que evocam uma ideia específica de brasilidade, buscando criar identificações emocionais com determinadas ideologias ou candidaturas. O verde e amarelo, por exemplo, são cores frequentemente associadas à bandeira nacional e têm sido apropriadas para representar um patriotismo seletivo, associado a determinadas correntes políticas (Barbosa, 2016).

Paralelamente, observa-se a criação de regimes simbólicos de oposição, onde certos símbolos e cores são utilizados para estigmatizar ideologias políticas adversárias. O vermelho, historicamente associado ao comunismo e movimentos de esquerda, tornou-se um desses símbolos carregados de significados políticos opostos, utilizado para criar divisões e estereótipos ideológicos (Peirano, 1998).

A dinâmica das imagens e símbolos na demonstração sensível de ideais e ideologias políticas é uma ferramenta crucial na mobilização das massas e na criação de identidades coletivas. A utilização estratégica de símbolos, cores e estéticas busca, muitas vezes, despertar emoções e conectar-se com as sensibilidades do público, influenciando percepções e adesões políticas (Gouveia, 2003).

Ao explorar essa dinâmica, é essencial considerar as investigações da antropologia sobre o Brasil e suas múltiplas facetas identitárias. Autores como Gilberto Freyre, Sérgio Buarque de Holanda e Darcy Ribeiro contribuíram significativamente para a compreensão das complexidades culturais e identitárias do Brasil, evidenciando que o país é um mosaico de "brasis", com diferentes realidades, tradições e visões de mundo (Ribeiro, 1995; Freyre, 1933).

O páreo em ação: o trajeto semiótico da campanha de 2022

No primeiro turno das eleições de 2022, entre os presidenciáveis Simone Tebet (MDB), Ciro Gomes (PDT), Soraya Thronicke (União Brasil), Felipe D'Avila (Novo), Padre Kelmon (PTB), Léo Péricles (UP), Sofia Manzano (PCB), Vera (PSTU) e o Constituinte Eymael (DC), dois candidatos se destacaram,

impulsionados por discursos e estratégias de comunicação distintas. Luiz Inácio Lula da Silva (PT), ex-presidente do Brasil, representando uma plataforma de centro-esquerda, ressurgiu como uma figura carismática e populista, defendendo políticas de inclusão social e críticas ao governo atual. Por outro lado, Jair Bolsonaro (PL), o então presidente, baseou sua campanha em temas conservadores, promovendo uma agenda de segurança, liberalização econômica, forte apelo nacionalista e continuidade dos trabalhos promovidos.

Ao terem suas candidaturas aprovadas em convenções partidárias, iniciou-se o processo de comunicação eleitoral de ambos os candidatos (quadro 1).

Quadro 1 - Síntese dos lançamentos de 1º turno das campanhas de Lula e Bolsonaro em 2022

ASPECTO	CAMPANHA DE BOLSONARO	CAMPANHA DE LULA
Mote primário (pré-campanha)	Meu partido é o Brasil	Vamos juntos pelo Brasil
Início das movimentações eleitorais	Na tentativa inconstitucional e comprovada de usar eventos oficiais enquanto presidente do Brasil, Bolsonaro incitava seus discursos com uso exacerbado de figuras de linguagem na tentativa de promover sua reeleição. Usava os símbolos nacionais como figuras representativas do resultado de sua gestão e definha seus aliados com expansão de um discurso tradicionalmente conservador.	Após cumprir pena de 580 dias por condenações que seriam arquivadas, Lula liderou um projeto de frente ampla que discutia um Brasil para o futuro com partidos historicamente aliados e, em outros casos, pontualmente com ideais divergentes. Percorreu estados brasileiros se apresentando, novamente, candidato à presidência do Brasil com os usos imagéticos dos seus feitos no 1º e 2º mandato como presidente.
Lema da campanha e partidos coligados	“Pelo bem do Brasil” PP, PL e Republicanos	“Brasil da esperança” PT, PV, PCdoB, PSOL, Rede, PSB, Solidariedade, Pros, Avante e Agir.

Fonte: elaborado pelo pesquisador (2023).

Com o discurso histórico embasado em “Deus, Pátria e Família”, o presidenciável Jair Messias Bolsonaro iniciou o processo de sua campanha eleitoral usando sua visível e marcante presença nas redes sociais para disseminar seus ideais partidários e ideológicos na condução de usar os símbolos, cores e elementos nacionais como seus maiores aliados. Seus sectários usavam, em massa, a apropriação até mesmo dos uniformes da Confederação Brasileira de

Futebol para identificarem, entre si, membros do aglomerado daqueles que defendiam e dissipavam os discursos e ideologias promulgadas pelo candidato. Historicamente, é a maior estratégia de posicionamento semiótico-eleitoral: usar das representatividades totalitárias para identificar alíquotas.

É notório e observável (figura 1), o quanto a estratégia, dita, de valorização e pertencimento dos símbolos nacionais difundida por Bolsonaro para homiziar seu método de adoção da semiose pela bandeira e cores nacionais para singularizar sua campanha, foi adotada e concebida pelos seus prosélitos, que usavam dessas para demonstrarem de qual lado estavam no pleito em questão (Alcântara, 2023).

Figura 1 – Capturas de tela de fotos veiculadas no perfil do Instagram de Bolsonaro.



Fonte: <https://www.instagram.com/jairmessiasbolsonaro>

Acesso em: 01 de novembro de 2023

Análogo ao ocorrido, o candidato Lula percorria cidades polos dos estados brasileiros na tentativa de ruptura da efígie construída nos anos posteriores à sua saída do cargo máximo do executivo nacional, em 2010. Reunia antigos aliados e construía uma frente ampla com muitos partidos, inclusive na escalação de Geraldo Alkmin (PSB), um dos seus maiores concorrentes históricos da polarização petista-psdbista que movimentou as corridas eleitorais na primeira década do século XXI, como candidato a vice-presidente da chapa.

Apropriava-se da cor vermelha no discurso da representatividade do significado da palavra “Brasil” em consonância à tentativa da recuperação integral dos símbolos nacionais como símbolos não eleitorais ou partidários (Braga; Cruz, 2020) e disseminação da postura imagética de um candidato populista visto como

difusor de programas sociais. Havia resistência mesmo daqueles que apoiavam o ideal representado pela candidatura de Lula em usar os símbolos e cores do estado brasileiro, que foram amplamente discutidas e disseminadas no decorrer de quarenta e cinco (45) dias de campanha, (figura 2).

Figura 2 – Capturas de tela de fotos veiculadas no perfil do Instagram de Lula.



Fonte: <https://www.instagram.com/lulaoficial>

Acesso em: 01 de novembro de 2023

Mas foi no já esperado segundo turno que a movimentação semiótica da campanha teve mais impacto. Com a nomeação dos dois candidatos óbvios que o disputariam, houveram alianças significativas para a imagem que as agendas visavam transparecer ao eleitorado. A principal delas, foi a declaração de apoio e, intrinsecamente, a adesão da candidata do primeiro turno, Simone Tebet (MDB), coligada a um dos partidos rivais do PT pelas consequências do processo de impeachment de Dilma Rouseff em 2016, como aliada e defensora da eleição de Lula (figura 3) e as corridas vitoriosas, em sua maioria, nos poderes executivos dos maiores colégios eleitorais estaduais do país, de candidatos coligados a Bolsonaro, como Romeu Zema (Novo MG), Tarcísio de Freitas (Republicanos SP), Cláudio Castro (PL RJ), Ratinho Júnior (PSD PR), Jorginho Melo (PL SC) entre outros.

Figura 3 – Captura de tela de foto veiculada no perfil do Instagram de Lula com a terceira colocada no primeiro turno das eleições, Simone Tebet (MDB).



Fonte: <https://www.instagram.com/lulaoficial>

Acesso em: 01 de novembro de 2023

No segundo turno, a disputa entre Lula e Bolsonaro prometeu ser polarizada e polarizadora. Lula buscou retratar-se como um líder capaz de unir o país, destacando políticas sociais e promovendo uma visão mais inclusiva e igualitária para o Brasil. Sua comunicação enfatizou a retomada de programas sociais e a crítica ao governo atual, enfocando a recuperação econômica e a preocupação com as desigualdades.

Por outro lado, Bolsonaro manteve sua postura combativa e controversa, utilizando uma comunicação direta e muitas vezes agressiva (figura 4). Seu discurso destacou a manutenção de políticas de segurança e uma visão de combate ao que rotula como "comunismo" e "corrupção", além de enfatizar a necessidade de uma economia liberal e aberta ao mercado.

Figura 4 – Captura de tela de publicação veiculada no perfil do Instagram de Bolsonaro um dia após o resultado do primeiro turno e primeiro dia de campanha do segundo turno.



Fonte: <https://www.instagram.com/jairmessiasbolsonaro>

Acesso em: 28 de outubro de 2023

A imagem de Lula foi associada à ideia de uma esperança renovada, um retorno a políticas consideradas mais inclusivas, mas também foi criticada por setores conservadores por supostos problemas éticos em gestões anteriores. Enquanto isso, a imagem de Bolsonaro esteve ligada à manutenção do status quo, à defesa de valores conservadores e à continuidade de políticas econômicas mais liberais, mas foi alvo de críticas por seu estilo confrontacional e divisivo.

Quadro 2 - Síntese de temas e elementos verbo-visuais das campanhas de Lula e Bolsonaro em 2022

ASPECTO	CAMPANHA DE BOLSONARO	CAMPANHA DE LULA
Temas	Foram abordados assuntos conservadores contrários à legalização do aborto e da maconha, favoráveis ao armamento populacional, defesa da estrutura tradicional de família, permanência de fundos e diretrizes criadas no governo em vigência,	Pautas sociais foram a prioridade. Movimentos pró-vacinação, recuperação dos programas sociais de habitação, alimentação, reforma agrária, reforma administrativa, acesso à educação, valorização e implementação de políticas públicas

	declaração de intensificação e militarização da segurança pública, corte de gastos para a união e, como aproximação estratégica, a consultoria da igreja como fundamentação para governabilidade.	voltadas aos povos originários (demarcação de terras), à criança e ao adolescente, equiparação administrativa entre homens e mulheres, união e resgate dos símbolos nacionais eram os repertórios mais citados nos discursos da campanha.
Elementos verbais	Textualidades contrárias à corrupção eram repetitivas, uma vez que os primeiros governos do adversário eram pautados, negativamente, pelo assunto. Os termos “deus”, “pátria” e “família” eram usados para disseminação do ideal imagético e discursivo que a campanha carregava.	A liberdade do Brasil de um sistema negacionista e com riscos de mutações inconstitucionais eram os aditivos da campanha. Recuperar a construção de políticas públicas que tiraram o país do mapa da fome e o colocou entre as maiores economias do mundo subsidiava os discursos da agenda.
Elementos visuais	Símbolos de representatividade nacional embasados nos ícones pátrios como a cor verde, amarela e azul, o uso da simbologia da bandeira nacional, o hino brasileiro e imagens disseminadas de uma postura militar foram usados. O símbolo de representatividade de uma arma era feito, com as mãos, pelo candidato e apoiadores para atrelar ao histórico de capitão reformado do exército brasileiro, que, com a viralização negativa durante a campanha, foi substituído pelo símbolo de numeral dois, com os dedos, para representar o número eleitoral do PL, o 22.	Com o uso da cor vermelha, cor do partido e com simbologias patriotas, a campanha foi pautada com imagens de apertos de mãos, carícias e abraços, para representar a união em favor do país, além da tentativa de resgate das cores e símbolos nacionais, voltados a todos. Com as mãos, era representada a letra “L”, inicial do candidato, em consonância ao símbolo do candidato adversário. As minorias sociais eram clamadas na campanha: mulheres, povos indígenas, crianças, idosos, PCDs, LGBTQIAP+ e comunidades periféricas tinham imagens veiculadas e presença certa nas agendas da campanha.

Fonte: elaborado pelo pesquisador (2023).

Esses elementos de comunicação e imagem (quadro 2), aliados às ideologias e entendimentos sobre o país, marcaram a polarização evidente no segundo turno das eleições de 2022, refletindo as visões divergentes sobre o futuro do Brasil.

A intersecção entre a política e a identidade nacional no Brasil revela uma teia intrincada de significados, símbolos e narrativas que permeiam as campanhas políticas e refletem as tensões e pluralidades de uma sociedade multifacetada.

Jair Bolsonaro, ex-militar, emergiu na cena política brasileira com uma trajetória marcada por posturas conservadoras e uma retórica direta, por vezes controversa (figura 5). Antes de sua ascensão à presidência, Bolsonaro ocupou

cargos como deputado federal, consolidando sua imagem como defensor de pautas conservadoras nos costumes, segurança pública e direitos das armas.

Figura 5 – Captura de tela de publicação veiculada no perfil do Instagram de Bolsonaro para representar que seus discursos e ideologias eram os mesmos, historicamente.



Fonte: <https://www.instagram.com/jairmessiasbolsonaro>

Acesso em: 03 de novembro de 2023

Sua campanha presidencial, tanto em 2018 quanto na possível reeleição em 2022, concentrou-se em temas como segurança pública, propondo a flexibilização das leis de armamento como solução para reduzir a criminalidade. Além disso, sua plataforma econômica enfatizou a privatização de empresas estatais e a redução do tamanho do Estado para estimular o crescimento econômico.

Na esfera verbal, Bolsonaro é reconhecido por sua comunicação direta e sem rodeios, utilizando uma linguagem franca e, por vezes, agressiva. Seus discursos são pontuados por frases de impacto, críticas ao que rotula como "comunismo" e defesa veemente de valores tradicionais. Essa abordagem tem atraído um

segmento específico do eleitorado, ao mesmo tempo em que tem gerado divisões e controvérsias.

No âmbito visual, sua campanha costuma associar-se às cores da bandeira nacional brasileira (figura 6), utilizando a combinação verde e amarela como símbolo de patriotismo e nacionalismo. Durante a campanha de 2018, elementos visuais como o número 17 (seu número na urna eletrônica) e gestos de arma com as mãos tornaram-se ícones representativos da sua candidatura, ligando-se diretamente à flexibilização das leis de porte de armas.

Figura 6 – Identidade visual oficial da campanha de Bolsonaro em 2022.



Fonte: <https://partidoliberal.org.br/downloads/>

Acesso em: 03 de novembro de 2023

Esses elementos verbais e visuais contribuem para a identidade comunicacional de Bolsonaro, conferindo-lhe um estilo impactante e polarizador, embora suscetível a críticas e polêmicas. Sua forma de comunicação direta e seus símbolos visuais se tornaram partes integrais de sua estratégia política e de sua relação com seu eleitorado (figura 7).

Figura 7 – Captura de tela de foto veiculada no perfil do Instagram de Bolsonaro com o símbolo de arma feito com as mãos.



Fonte: <https://www.instagram.com/jairmessiasbolsonaro>

Acesso em: 19 de outubro de 2023

Luiz Inácio Lula da Silva, conhecido como Lula, é uma figura proeminente na política brasileira, tendo sido presidente do Brasil por dois mandatos consecutivos entre 2003 e 2010. Sua trajetória política é marcada por uma retórica voltada para as questões sociais e trabalhistas, advogando por políticas de inclusão social, programas de distribuição de renda e desenvolvimento econômico com foco na redução da desigualdade.

Os temas centrais de suas campanhas costumam abordar a diminuição da desigualdade social, fortalecimento dos direitos trabalhistas e a defesa de programas sociais como o Bolsa Família, que durante seu governo alcançou grande popularidade. Além disso, seu discurso enfatiza o papel do Estado na promoção do crescimento econômico e na oferta de oportunidades para os mais necessitados.

Na esfera verbal, Lula é reconhecido por sua capacidade de conexão com o povo, utilizando uma linguagem mais acessível e empática, muitas vezes mesclada com termos coloquiais que o aproximam do eleitorado. Sua comunicação é habilmente construída para ressoar com as classes menos privilegiadas (figura 8),

transmitindo uma mensagem de esperança e promovendo a ideia de que é possível superar as dificuldades por meio da participação popular e do apoio do governo.

Figura 8 – Captura de tela de publicação veiculada no perfil do Instagram de Lula junto a povos indígenas do Pará



Fonte: <https://www.instagram.com/lulaoficial>

Acesso em: 01 de novembro de 2023

Quanto aos elementos visuais, Lula costuma associar-se a cores mais sóbrias, como o vermelho, que remete à ideologia de esquerda e ao movimento sindical do qual emergiu. Durante suas campanhas, utiliza imagens que o aproximam das classes trabalhadoras, evidenciando suas origens humildes e sua trajetória como líder sindical.

Na "primeiridade" das peças de campanha de Lula, notamos a exploração de imagens e discursos que remetem à identidade social e ao caráter empático do líder. Por exemplo, em vídeos e imagens, Lula frequentemente é retratado em ambientes populares, dialogando diretamente com pessoas de diferentes estratos sociais. Essa estratégia busca ressaltar sua conexão com as demandas e aspirações da população, destacando-o como um líder próximo e acessível (figura 10).

Figura 10 – Captura de tela de publicação veiculada no perfil do Instagram de Lula com campanha "Faça Bonito", mobilização para o enfrentamento à violência sexual contra crianças e adolescentes.



Fonte: <https://www.instagram.com/lulaoficial>

Acesso em: 01 de novembro de 2023

Já na campanha de Bolsonaro, a "primeiridade" se manifesta por meio de uma abordagem mais direta e incisiva. As peças frequentemente enfatizam a segurança pública, a defesa dos valores tradicionais e o enfrentamento da

corrupção, utilizando imagens e discursos que reforçam a ideia de ordem e autoridade.

Na "secundidade", a campanha de Lula se apoia na construção de narrativas que exploram os resultados de seu governo anterior, enfatizando os avanços sociais e econômicos alcançados, como a redução da pobreza e a inclusão de milhões de brasileiros em programas sociais. Isso é feito por meio de vídeos, depoimentos e material gráfico que resgatam conquistas passadas para gerar confiança e nostalgia nos eleitores.

Por outro lado, a "secundidade" na campanha de Bolsonaro está centrada na crítica à gestão anterior, destacando problemas enfrentados durante governos anteriores, como a corrupção e a crise econômica, e ressaltando a necessidade de mudança radical na condução do país (figura 11).

Figura 11 – Captura de tela de publicação veiculada no perfil do Instagram de Bolsonaro com crítica ao candidato Lula



Fonte: <https://www.instagram.com/jairmessiasbolsonaro>

Acesso em: 29 de outubro de 2023

Já na "terceiridade", Lula se utiliza da construção de um discurso de unidade e conciliação, buscando estabelecer pontes entre diferentes setores da sociedade (figura 12). Isso se reflete em peças que enfatizam a importância da democracia, do diálogo e da inclusão, apresentando-o como um líder capaz de promover a estabilidade e a coesão social.

Figura 12 – Captura de tela de publicação veiculada no perfil do Instagram de Lula com discurso voltado aos evangélicos, massa eleitoral de Bolsonaro



Fonte: <https://www.instagram.com/lulaoficial>

Acesso em: 01 de novembro de 2023

Bolsonaro, por sua vez, utiliza a "terceiridade" para polarizar o debate político, destacando-se como uma figura de oposição às ideologias de esquerda, associando seu governo à defesa dos valores conservadores e à resistência a supostas ameaças externas, como o comunismo.

Esses exemplos evidenciam como as estratégias semióticas adotadas por Lula e Bolsonaro são fundamentais para moldar a percepção pública, impactando diretamente a forma como suas candidaturas são percebidas e aceitas pelo eleitorado.

Figura 13 – Captura de tela de publicação veiculada no perfil do Instagram de Bolsonaro com camisa de dizeres “meu partido é o Brasil”



Fonte: <https://www.instagram.com/jairmessiasbolsonaro>

Acesso em: 29 de outubro de 2023

Os símbolos exercem uma poderosa força discursiva na construção de comportamentos e percepções na esfera política. No contexto das campanhas de Lula e Bolsonaro, os elementos visuais desempenham um papel crucial na representação de ideais políticos, ideologias e na manifestação de identidades e projetos de país (figura 14).

As cores desempenham um papel marcante. Na campanha de Lula, o vermelho continua sendo uma cor recorrente, simbolizando o partido e suas raízes ideológicas. Essa cor é utilizada estrategicamente para evocar a identidade do

Partido dos Trabalhadores (PT) e para estabelecer uma conexão emocional com a base eleitoral ligada aos movimentos sociais e sindicais.

Por outro lado, na campanha de Bolsonaro, as cores verde e amarelo são utilizadas de forma proeminente, representando uma narrativa de patriotismo e nacionalismo. Essas cores são associadas a um discurso de valorização dos símbolos nacionais e à defesa de uma identidade brasileira mais conservadora.

Figura 14 – Fotos com mesmas cores e diferente iluminação por transcorrerem de ideais divergentes.



Fonte: Fotos Google

Acesso em: 25 de outubro de 2023

Além das cores, os elementos visuais nas peças de campanha desses candidatos também envolvem a representação de símbolos nacionais, ícones culturais e referências históricas. Lula muitas vezes é retratado ao lado de figuras populares e em eventos que remetem à cultura brasileira, transmitindo uma imagem de proximidade com as raízes do país e reforçando a identificação com o povo.

Bolsonaro, por sua vez, busca associar sua imagem a símbolos de ordem, autoridade e patriotismo, utilizando recursos visuais que o mostram como defensor

dos valores tradicionais e da moralidade. A presença de bandeiras, hinos e gestos que remetem à postura de firmeza e segurança reforçam essa narrativa.

Esses elementos visuais não apenas refletem as ideias e ideologias propagadas por esses candidatos, mas também têm o poder de influenciar comportamentos e percepções do eleitorado. A escolha e manipulação desses símbolos não são aleatórias; são estrategicamente utilizadas para construir uma narrativa visual que ressoe com as aspirações e valores de diferentes segmentos da sociedade.

Enquadramentos e disputas de sentidos de país na campanha presidencial de 2022

Nas campanhas presidenciais de 2022, os enquadramentos e as disputas de sentidos de país foram intensos, revelando distintos projetos de país e concepções de Brasil/ brasilidade. Estas campanhas são marcadas por narrativas que se fundamentam em mitos fundacionais e invenções identitárias, as quais são essenciais na construção da identidade nacional e na formulação de visões políticas sobre o país.

Os mitos fundacionais, que frequentemente são narrativas míticas ou históricas sobre a origem e a formação de uma nação, desempenham um papel crucial na construção das identidades políticas. No contexto das eleições, ambos os candidatos, Lula e Bolsonaro, exploraram tais mitos para criar conexões emocionais e ressignificar conceitos de brasilidade.

Esses mitos podem variar desde a ideia de uma pátria amada e idolatrada até narrativas que exaltam conquistas históricas e virtudes do povo. No entanto, ao mesmo tempo, confrontam-se versões distintas sobre esses mitos, gerando conflitos na tentativa de estabelecer qual narrativa será dominante.

A noção de brasilidade é complexa e multifacetada, dada a diversidade étnica, cultural e social do país. A identidade associada à nação é, muitas vezes, construída por meio de representações e discursos políticos que buscam unificar essa diversidade em torno de um ideal comum de nação.

Nesse sentido, as campanhas de Lula e Bolsonaro refletiram diferentes visões sobre o que significa ser brasileiro e como a nação deve ser conduzida.

Enquanto Lula enfatizava a inclusão social, a valorização da diversidade e o fortalecimento das políticas públicas, Bolsonaro defendia uma visão mais conservadora, destacando a ordem, a segurança e uma identidade nacional calcada em valores tradicionais (figura 15).

Figura 15 – Logo da gestão Bolsonaro (2019-2022)



Fonte: Fotos Google

Acesso em: 26 de outubro de 2023

Essas narrativas políticas estão intrinsecamente ligadas aos projetos de país propostos por cada candidato. Lula buscava uma retomada de políticas sociais e econômicas que visavam reduzir a desigualdade e promover um país mais justo (figura 16). Por outro lado, Bolsonaro defendia uma agenda de valores conservadores, enfatizando a segurança e a estabilidade, muitas vezes em detrimento de políticas sociais mais inclusivas.

Figura 16 – Logo da gestão Lula (2023-2026)



Fonte: Fotos Google

Acesso em: 26 de outubro de 2023

Portanto, as campanhas presidenciais de 2022 refletiram não apenas um embate político entre candidatos, mas também uma disputa de sentidos e visões sobre o que é o Brasil, a brasilidade e os projetos de país que essas concepções implicam. As narrativas políticas desempenham um papel central na construção e

na desconstrução de identidades associadas à nação, moldando percepções e influenciando o direcionamento político e social do país.

A heterogeneidade cultural e histórica do Brasil é um aspecto crucial para compreender a forma como as noções de projetos de país e identidade nacional são moldadas, especialmente no contexto atual. Essa diversidade cultural e histórica se reflete na campanha de Bolsonaro através de símbolos, textualidades e discursos que buscam articular uma visão específica do Brasil e de sua identidade.

Bolsonaro construiu uma narrativa que se apoia em símbolos nacionais tradicionais, como a bandeira, o hino nacional e elementos ligados ao passado militar do país. Esses símbolos são utilizados para evocar uma imagem de patriotismo, ordem e valores conservadores, reforçando a identificação com uma suposta "essência" brasileira associada a um nacionalismo mais assertivo.

A textualidade presente na campanha de Bolsonaro é marcada por discursos diretos, muitas vezes polêmicos, que se alinham a uma retórica de confronto e polarização. Ele busca criar sentidos que apontem para uma suposta defesa dos valores tradicionais, da moralidade e da segurança, associando esses elementos a uma visão específica do que é ser brasileiro.

Essa estratégia busca convencer o eleitorado de que seu projeto de país está ligado à preservação da identidade nacional, à manutenção da ordem e à proteção dos "verdadeiros" valores brasileiros. No entanto, essa abordagem também gera divisões, polarização e debates acalorados, criando uma semioesfera em que as interpretações sobre o Brasil e sua identidade se tornam altamente conflitantes.

A construção dessa semioesfera na campanha de Bolsonaro ocorre pela polarização das discussões, onde diferentes grupos sociais e políticos interpretam os símbolos, discursos e valores propostos de maneira divergente. Isso cria uma esfera de significados em constante conflito, onde as noções de brasilidade e os projetos de país se veem permeados por interpretações antagônicas.

Essa estratégia, ao mesmo tempo em que mobiliza parte do eleitorado em torno de uma visão específica de país, também gera tensões e divisões profundas na sociedade brasileira, evidenciando como a identidade nacional e os projetos de país são temas sensíveis e passíveis de interpretações múltiplas e divergentes.

Na campanha de Bolsonaro, as noções de projetos de país e identidade nacional são construídas através de uma gama de simbologias e textualidades estrategicamente elaboradas para invocar determinados sentidos e convencer o eleitorado. Os símbolos utilizados por Bolsonaro são fortemente ligados a uma visão conservadora e nacionalista do Brasil.

Por meio de símbolos como a bandeira nacional, referências ao passado militar do país e elementos patrióticos, a campanha de Bolsonaro busca criar associações emocionais com a ideia de brasilidade. Esses símbolos são utilizados para evocar um senso de identificação com um Brasil tradicional, associado a valores de ordem, segurança e patriotismo, os quais são essenciais para a construção da narrativa que ele propõe.

A textualidade na campanha de Bolsonaro é marcada por discursos francos e, muitas vezes, polêmicos. Esses discursos se alinham a uma retórica de confronto e polarização, onde são enfatizados temas como a segurança pública, a defesa da família e uma visão conservadora dos costumes. Essa abordagem procura estabelecer sentidos que apontem para a defesa desses valores como parte intrínseca da identidade nacional, sendo alicerces essenciais para o progresso e a preservação do país.

A construção dessa narrativa em torno de símbolos e textualidades específicas cria uma semioesfera onde as interpretações sobre o Brasil se tornam altamente polarizadas. Enquanto alguns setores da sociedade veem nessa abordagem uma defesa legítima dos valores tradicionais e da identidade nacional, outros a interpretam como excludente, autoritária e divisiva.

Essa semioesfera resulta da capacidade desses símbolos e discursos de mobilizarem emoções e sentimentos contraditórios, alimentando debates acalorados e posicionamentos extremados. A estratégia de Bolsonaro, ao apelar para uma visão particular de brasilidade, não apenas busca conquistar apoiadores, mas também gera um ambiente de conflito e tensão, moldando as percepções sobre os projetos de país e a identidade nacional de maneira intensamente polarizada.

A utilização dos signos brasileiros como representantes de uma ala ideológica foi um dos pontos centrais no embate político, criando comunidades distintas e acirrando dissensos. A apropriação de símbolos nacionais, como a

bandeira e os valores históricos do país, foi uma estratégia adotada tanto pelos apoiadores quanto pelos opositores de Bolsonaro e Lula. Esses signos foram usados para convocações de passeatas, compartilhamento de memes, gritos de guerra e manifestações, gerando uma espécie de comunidade virtual e presencial em torno dessas representações.

Os opositores de Bolsonaro se apropriaram desses mesmos símbolos para criar uma narrativa de resistência, destacando a defesa de outros ideais considerados mais progressistas, como os direitos humanos, a diversidade e a justiça social. Essa dissidência criou uma espécie de confronto simbólico, onde as representações de Brasil e brasilidade se tornaram palcos de disputas políticas e ideológicas.

Essa disputa acabou por fragmentar as noções e projetos de país, diluindo os consensos e potencializando as divergências. Enquanto os apoiadores viam nessas representações uma defesa intransigente dos valores nacionais, os opositores enxergavam um retrocesso e uma ameaça à diversidade e aos avanços sociais.

As estruturas semióticas gerais das comunicações de ambas as campanhas promoveram mediações que exacerbaram as diferenças. Bolsonaro e Lula utilizaram estratégias discursivas e visuais profundamente distintas para mobilizar suas bases e conquistar novos apoiadores. Enquanto Bolsonaro apostava em uma retórica mais confrontadora e simbologias nacionalistas, Lula buscava uma linguagem conciliatória e apelo à inclusão social, refletindo abordagens comunicacionais divergentes.

Essas diferentes estratégias de comunicação refletiram e ampliaram as divisões sociais, contribuindo para a formação de grupos cada vez mais polarizados em torno de ideias políticas e identidades distintas. A disputa semiótica e comunicacional nas campanhas, longe de buscar consensos ou pontes de diálogo, aprofundou as fissuras existentes na sociedade, resultando em uma fragmentação das noções de país e identidade nacional.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

As campanhas presidenciais de Bolsonaro e Lula em 2022 foram densamente carregadas de significados semióticos, expressando não apenas propostas políticas, mas também a disputa por noções e identidades nacionais. A semiose dessas campanhas revelou estratégias comunicacionais contrastantes, onde cada candidato mobilizou símbolos, discursos e narrativas que visavam tanto atrair apoio quanto desafiar oponentes.

A produção das campanhas não apenas explorou projetos políticos, mas também engajou em uma luta pela definição do que é ser brasileiro, provocando dissensos profundos na sociedade. A apropriação seletiva de símbolos nacionais, a construção de narrativas em torno de mitos fundacionais e a divisão de representações identitárias polarizaram a percepção do público sobre o país e suas direções futuras.

Os efeitos semióticos, sociais e políticos dessas campanhas revelaram um aprofundamento das divisões existentes na sociedade brasileira. Embora tenham promovido um engajamento político, as estratégias utilizadas exacerbaram as polarizações e fragmentaram ainda mais as noções de identidade nacional, enfraquecendo o espaço para diálogos construtivos e consensos.

Olhando para o futuro, as campanhas de 2022 sinalizam um contexto pós-eleição marcado por desafios. O Brasil enfrenta um cenário onde a comunicação política continua a moldar narrativas e mediar significados sociais, tornando essencial a busca por práticas comunicacionais mais inclusivas e conciliatórias. O retrato futuro do país dependerá da capacidade de superar as divisões exacerbadas pelas campanhas, promovendo uma comunicação que construa pontes e promova um diálogo construtivo, visando a reconstrução de uma identidade nacional mais integradora e plural.

REFERÊNCIAS

ALDÉ, A. O Internauta Casual: notas sobre a circulação da opinião política na internet. **Revista USP**, v. 90, p. 24-41, 2011. Disponível em: <https://doi.org/10.11606/issn.2316-9036.v0i90p24-41>. Acesso em: 22 abr. 2023.

ALMEIDA, R. Bolsonaro presidente: conservadorismo, evangelismo e a crise brasileira. **Novos Estudos CEBRAP**, v. 38, n. 1: 185-213, 2019.

AZEVEDO, F. A. ELEIÇÕES PRESIDENCIAIS, CLIVAGEM DE CLASSE E DECLÍNIO DA GRANDE IMPRENSA. **Revista USP**, v. 90, p.84-101, 2011. <https://doi.org/10.11606/issn.2316-9036.v0i90p84-101>

BALDAN, Maria de Lourdes Ortiz Gandin. Verificação: um problema de verdade. **ALFA: Revista de Linguística**, v. 32, 1988. Disponível em: <http://hdl.handle.net/11449/107632>. Acesso em: 06 mar. 2023.

BEIVIDAS, Waldir. A semiologia imanente de Saussure como epistemologia do conhecimento. 2014, **Anais**. São Paulo: GEL, 2014. Disponível em: biblio.fflch.usp.br/Beivas_W_2521283_ASemiologiaImanenteDeSaussureComoEpistemologiaDoConhecimento. Acesso em: 17 abr. 2023.

BOUQUET, Simon. **Introdução à Leitura de Saussure**. São Paulo: Editora Cutrix, 1997.

BRODEN, T. F. Semiologia/semiótica em Saussure e Jakobson: conceitos, filiações, debates. **Revista do GELNE**, [S. l.], v. 19, p. 299–309, 2018.

DEMURU, P.; DE OLIVEIRA, F. P. R. Corpo, vestuário e efeitos de autenticidade na política brasileira: análises sociossemióticas. **dObra [s]: revista da Associação Brasileira de Estudos de Pesquisas em Moda**, n. 37, p. 186-204, 2023.

FERNANDES, Daniela Pfeiffer. O discurso da identidade nacional nas representações culturais brasileiras. **Revista Recôncavos**, v. 1, n. 2, p. 65-74, 2008.

FREITAS, E. C.; BOAVENTURA, L. H. Enunciados aderentes: a bandeira do Brasil como ethos de apoio ao bolsonarismo nas eleições de 2022. **Revista Desenredo**, v. 18, n. 3, 2022.

FIDALGO, António; GRADIM, Gradim. **Manual de Semiótica**. Covilhã: Universidade da Beira Interior. Disponível em: <https://www.bocc.ubi.pt/pag/fidalgo-antonio-manual-semiotica-2005.pdf>. Acesso em: 11 abr. 2023.

GOMIDE, A. A.; SILVA, M. M. S.; LEOPOLDI, M. A. **Desmonte e reconfiguração de políticas públicas (2016-2022)**. Brasília: IPEA ; INCT/PPED, 2023.

GOULART, M. Da Diferença à Equivalência: Hipóteses Laclauianas sobre a Trajetória Legislativa de Jair Bolsonaro. **Dados**, v. 67, p. e20210153, 2023.

LAVAREDA, Antonio. **Emoções ocultas e estratégias eleitorais**. São Paulo: Editora Objetiva, 2009.

MACHADO, I.; ROMANINI, V. Semiótica da comunicação: da semiose da natureza à cultura. **Revista FAMECOS**, v. 17, n. 2, p. 89–97, 2010. Disponível em: <https://doi.org/10.15448/1980-3729.2010.2.7546>. Acesso em: 14 abr. 2023.

MENEZES, Manuella Maria Silva. **Publicar é preciso, checar não é preciso: o impacto das fake news no comportamento dos consumidores de notícias online**. 2021.

MOURA, Maurício; CORBELLINI, Juliano. **A eleição disruptiva: por que Bolsonaro venceu**. Rio de Janeiro: Record, 2019.

PENTEADO, Claudio Luis de Camargo. Marketing político na era digital: perspectivas e possibilidades. **REVISTA USP**, n. 90, p. 6-23, 2011.

NICOLAU, Marcos et al. Comunicação e semiótica: visão geral e introdutória à Semiótica de Peirce. **Revista Eletrônica Temática**, ano 6, n. 8, 2010.

NÖTH, Winfried. Crisis of representation? **Semiotica**, v. 143, 2003. Disponível em: https://kobra.uni-kassel.de/bitstream/handle/123456789/2014122246991/semi_2003_019.pdf?sequence=1&isAllowed=y. Acesso em: 11 de mar. 2023.

OLIVEIRA, S. T.; BAPTISTA, D. M. S. Ethos em textos persuasivos multimodais: Os outdoors nas eleições portuguesas. **VISUAL REVIEW. International Visual Culture Review/Revista Internacional de Cultura Visual**, v. 9, n. 4, p. 1-19, 2022.

PATO, Paulo Roberto Gomes. **Ícone, índice e símbolo, fundamentos para ler e organizar a informação em imagens**. Belo Horizonte: Anais do Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação, 2014.

PIGNATARI, Décio. **Semiótica & literatura**. São Paulo: Ateliê Editorial, 2004.

SALVADOR, E.; PENANTE, A. P. Das intenções ao planejamento: a orientação política do governo Bolsonaro. **Revista de políticas públicas**, 2022.

SANTAELLA, Lucia; NOTH, Winfried. **Introdução à Semiótica**. São Paulo: Paulus, 2021

SANTOS, José Francisco dos. Semiótica e Epistemologia em Charles Pierce: uma abordagem introdutória. **Itajaí: Revista de Educação da Univali**, 2008. Disponível em: <https://periodicos.univali.br/index.php/rc/article/view/78>. Acesso em: 14 abr. 2023.

TAROUÇO, G. Eleições gerais de 2022 no Brasil: processo, resultados e implicações. **Rev. Urug. Cienc. Polít.**, v. 32, n.1, pp.153-168, 2023.

TRINDADE, Eneus. Semiótica na comunicação publicitária: alguns pingos nos “is”. **Revista Eletrônica de Jornalismo Científico**, 2006. Disponível em:

<https://comciencia.br/comciencia/handler.php?section=8&edicao=11&id=77&tipo=1>.
Acesso em 14 abr. 2023.

ZEPEDA, Andrés Valdez; FRANCO, Delia A. Huerta; PRECIADO, Octavio Adolfo Perez. O humor na estratégia de persuasão durante as campanhas eleitorais. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, v. 13, 2014.