

UNIVERSIDADE DE SANTA CRUZ DO SUL - UNISC
CURSO DE JORNALISMO

Évelin Samara Raupp Pereira

**O USO DA CAUSA ANIMAL COMO ESTRATÉGIA DISCURSIVA NO
INSTAGRAM: UM ESTUDO DE CASO NO CONTEXTO DA ENCHENTE DE 2024
EM VENÂNCIO AIRES**

Santa Cruz do Sul
2025

Évelin Samara Raupp Pereira

**O USO DA CAUSA ANIMAL COMO ESTRATÉGIA DISCURSIVA NO
INSTAGRAM: UM ESTUDO DE CASO NO CONTEXTO DA ENCHENTE DE 2024
EM VENÂNCIO AIRES**

Trabalho de Conclusão apresentado ao Curso de Jornalismo da Universidade de Santa Cruz do Sul (UNISC) para obtenção do título de Bacharel em Jornalismo.

Orientadora: Prof^a Dra. Patrícia Regina Schuster.

Santa Cruz do Sul

2025

Évelin Samara Raupp Pereira

**O USO DA CAUSA ANIMAL COMO ESTRATÉGIA DISCURSIVA NO
INSTAGRAM: UM ESTUDO DE CASO NO CONTEXTO DA ENCHENTE DE 2024
EM VENÂNCIO AIRES**

Trabalho de Conclusão apresentado ao Curso de Jornalismo da Universidade de Santa Cruz do Sul (UNISC) para obtenção do título de Bacharel em Jornalismo.

Orientadora: Prof^a Dra. Patrícia Regina Schuster.

Dra. Patrícia Regina Schuster
Professora Orientadora - UNISC

Dra. Ângela Cristina Trevisan Felippi
Banca Examinadora - UNISC

Dra. Cristiane Lindemann
Banca Examinadora - UNISC

Santa Cruz do Sul
2025

“Nada resiste ao bem e ao amor.” (Boff, 2013)

AGRADECIMENTOS

O Trabalho de Conclusão de Curso é um momento muito esperado por quem percorre a trajetória do ensino superior. Mais do que a finalização de um ciclo, é a materialização de um tema que carrego com convicção e sensibilidade, que é a causa animal.

Escolher essa temática foi uma decisão afetiva, política e ética. Foi também uma forma dar visibilidade a uma pauta urgente, que envolve direitos, cuidado, empatia e responsabilidade social. É um reflexo de quem eu sou e do caminho que desejo seguir.

À minha mãe, Rejane Raupp, meu amor e gratidão eternos. Por estar comigo em todos os momentos, por me ensinar a persistir, e por apoiar meus sonhos, mesmo os mais desafiadores.

Ao meu namorado, Danrlei Penck, obrigada pela parceria constante, pelos incentivos nos dias difíceis e por acreditar em mim até quando eu mesma duvidei.

À professora Patrícia Regina Schuster, minha orientadora, deixo registrada minha profunda admiração. Obrigada por conduzir este processo com escuta atenta, generosidade intelectual e orientação firme. Levo comigo muito do que aprendi contigo.

Às professoras Cristiane Lindemann e Ângela Cristina Trevisan Fellipi, minha gratidão por aceitarem compor a banca e por contribuírem para que este momento, tão especial para mim, fosse ainda mais significativo.

Por fim, agradeço a todos que estiveram comigo, de alguma forma, durante esta caminhada. Cada gesto de apoio, cada palavra de incentivo e cada presença fizeram a diferença.

RESUMO

Este estudo tem como objetivo analisar, a partir da Análise do Discurso, as publicações da vereadora Alessandra Ludwig no *Instagram* durante o período crítico da enchente em Venâncio Aires (RS), entre 30 de abril e 30 de maio de 2024. A pesquisa busca compreender de que forma a causa animal foi empregada como estratégia discursiva para engajamento político e mobilização social, evidenciando o papel da comunicação digital na construção da imagem pública da parlamentar neste contexto. Por meio da análise qualitativa das postagens, foram identificados os principais temas relacionados à defesa dos direitos dos animais, os recursos discursivos, como apelos emocionais, linguagem persuasiva e elementos visuais, bem como os mecanismos de interação e engajamento do público, medidos por curtidas, comentários e compartilhamentos. Os resultados demonstram que a vereadora articulou a pauta animal de maneira estratégica para fortalecer sua legitimidade política, ampliando sua visibilidade e conexão com a população durante o período de emergência. A pesquisa também aponta como o uso das redes sociais se consolidou como uma ferramenta essencial para a comunicação política contemporânea, permitindo um diálogo mais direto e imediato entre lideranças e cidadãos, especialmente em situações que exigem mobilização social rápida e eficaz. Dessa forma, o trabalho contribui para a compreensão da influência das mídias digitais na política local, destacando o potencial da causa animal como vetor de engajamento e capital político em contextos de vulnerabilidade social.

Palavras-chave: comunicação política digital; Análise do Discurso; defesa dos direitos dos animais; redes sociais; enchente 2024.

ABSTRACT

This study aims to analyze, based on Discourse Analysis, the publications of councilwoman Alessandra Ludwig on *Instagram* during the critical period of the flood in Venâncio Aires (RS), between April 30 and May 30, 2024. The research seeks to understand how the animal cause was used as a discursive strategy for political engagement and social mobilization, highlighting the role of digital communication in the construction of the public image of the parliamentarian in this context. Through the qualitative analysis of the posts, the main themes related to the defense of animal rights, the discursive resources, such as emotional appeals, persuasive language and visual elements, as well as the mechanisms of interaction and public engagement, measured by likes, comments and shares, were identified. The results demonstrate that the councilwoman articulated the animal agenda in a strategic way to strengthen her political legitimacy, expanding her visibility and connection with the population during the emergency period. The research also highlights how the use of social media has become an essential tool for contemporary political communication, allowing for more direct and immediate dialogue between leaders and citizens, especially in situations that require rapid and effective social mobilization. In this way, the work contributes to the understanding of the influence of digital media on local politics, highlighting the potential of the animal cause as a vector of engagement and political capital in contexts of social vulnerability.

Keywords: digital political communication; Discourse Analysis; defense of animal rights; social media; 2024 flood.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Perfil da vereadora	59
Figura 2 - Posicionamento	66
Figura 3 - Vestimenta	67
Figura 4 - Expressão facial	68

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Tabela de catalogação de posts	59
Tabela 2 - Catalogação do engajamento nas postagens da vereadora	72

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	11
2 TEORIA DA ANÁLISE DE DISCURSO	16
2.1 Estratégias de construção de sentido no discurso político	18
2.2 O discurso político no ambiente digital	25
2.3 O <i>Instagram</i> como plataforma de engajamento e construção de imagem	28
3. COMUNICAÇÃO PÚBLICA, POLÍTICA E CAUSA ANIMAL	34
3.1 A política como espaço de representação e mobilização	35
3.2 O papel das redes sociais na comunicação política	39
3.3 A causa animal como ferramenta política	44
4 A VEREADORA ALESSANDRA LUDWIG E SUA ATUAÇÃO DIGITAL DURANTE A ENCHENTE	49
4.1 Carreira de Alessandra Ludwig e seu envolvimento com a causa animal	50
4.2 Contexto da enchente e impacto na causa animal	50
5 PUBLICAÇÕES NO <i>INSTAGRAM</i> DA VEREADORA ALESSANDRA LUDWIG	54
5.1 Procedimentos metodológicos da análise	54
5.2 Análise de Discurso do perfil <i>Instagram</i> da Vereadora Alessandra Ludwig	57
5.2.1 Perfil da vereadora	57
5.2.1.1 Análise do Perfil	58
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS	76
REFERÊNCIAS	79

1 INTRODUÇÃO

A comunicação é um processo fundamental para a interação entre indivíduos, grupos e sociedades. Mais do que envolver diferentes elementos que são essenciais para que a mensagem seja transmitida e compreendida, ela permite a troca de informações, a construção de significados e a criação de conexões entre indivíduos e grupos. “Em outras palavras, a realidade social é construída a partir de relações de comunicação, no sentido de atribuir às práticas, valores e ações um significado compartilhado” (MARTINO, 2019, p. 10). Ela está presente em todas as esferas da vida humana, incluindo as relações interpessoais, o mercado, a cultura, a educação e, inclusive, a política.

De acordo com Castells (2013), a comunicação é um recurso central no poder, pois quem controla os fluxos de informação tem a capacidade de influenciar o pensamento coletivo e direcionar ações sociais. No campo político, a comunicação tem um papel estratégico, utilizada tanto para mobilizar a população quanto para construir e fortalecer a imagem de lideranças. “Um elemento essencial no processo político democrático, providenciando uma arena e um canal de debate alargado, tornando mais conhecidos os candidatos aos lugares políticos e distribuindo informação e opiniões diversas” (MCQUAIL, 2003, p. 4).

Dessa forma, os partidos políticos e candidatos que desejam ser reconhecidos por seus feitos, e, conseqüentemente, eleitos, têm consciência da importância da comunicação como ferramenta para persuadir seus eleitores, bem como controlar a disseminação desse sucesso.

Neste contexto, a comunicação política tem se consolidado como uma das ferramentas mais poderosas no cenário contemporâneo, especialmente com o avanço das redes sociais. Em um momento em que as lideranças políticas buscam constantemente a validação e o engajamento da população, a comunicação digital tem sido um dos principais meios de construção da imagem pública.

Portanto, é claro que ela não se restringe às campanhas eleitorais ou aos discursos institucionais. Ela está presente no cotidiano dos governantes, nos debates públicos, nas estratégias de engajamento e na construção de narrativas que moldam a opinião pública. Como afirmam Sarmiento, Massuchin e Mendonça (2020), a comunicação e a política tornaram-se praticamente inseparáveis, sendo impossível

compreender o cenário político atual sem considerar os impactos das mídias e das redes sociais.

A relação entre política e comunicação evoluiu ao longo do tempo, passando da mídia tradicional para o ecossistema digital, em que as redes sociais se tornaram protagonistas no debate público (GOMES, 2004). Segundo Almada, Carreiro, Barros e Gomes (2019), o ambiente digital oferece novas oportunidades para a participação política e a construção da imagem dos representantes públicos, permitindo maior transparência e interação com os eleitores. No ambiente digital, essa dinâmica se torna ainda mais intensa, uma vez que as redes sociais permitem uma interação direta entre políticos e cidadãos, ampliando o alcance e o impacto de suas mensagens (CASTELLS, 2013).

No Brasil, um tema que tem se destacado na agenda política é a defesa dos direitos dos animais, que tem conquistado crescente mobilização social e engajamento popular. Como avalia Santos (2008), a estratégia na comunicação política se intensifica quando associada a causas de forte apelo emocional, como a causa animal, visto que os políticos, ao se vincularem a essa pauta, buscam legitimar sua imagem e ampliar seu apoio junto à população nesse sentido. Conforme observam Baptistella e Abonizio (2015), a causa animal, que antes era marginalizada, hoje figura entre as pautas mais relevantes, especialmente em momentos de crise, como os desastres naturais, em que a comoção e o apoio aos animais geram grande repercussão midiática. Segundo os autores, a defesa dos direitos dos animais tornou-se um importante campo de disputa política e social.

Diante do cenário político atual, a comunicação digital tem se mostrado uma ferramenta poderosa na construção da imagem pública de líderes políticos, especialmente durante eventos críticos. Este estudo analisa como a vereadora Alessandra Ludwig utilizou a causa animal como estratégia de engajamento político durante a enchente de 2024, a partir de suas publicações no *Instagram*.

A pesquisa se fundamenta na Análise de Discurso (ORLANDI, 2003), investigando a linguagem, a estrutura argumentativa, os apelos emocionais e o engajamento do público. O objetivo é compreender como essas dinâmicas contribuem para a construção da imagem política e o fortalecimento de causas sociais. Na política contemporânea, a construção da imagem de um candidato é uma das chaves para o sucesso eleitoral. Como aponta Charaudeau (2006), a

persuasão é central no discurso político, sendo a articulação de opiniões essencial para o estabelecimento de consenso. Segundo o autor, "o sujeito político deve também se mostrar crível e persuadir o maior número de indivíduos de que ele partilha certos valores" (CHARAUDEAU, 2006, p. 4).

A causa animal tem se fortalecido nos últimos anos, tornando-se um importante mobilizador social. Em um cenário de comunicação política intensamente presente nas redes sociais, líderes que defendem pautas relacionadas à proteção animal conseguem conquistar o apoio popular e fortalecer suas imagens públicas. O chamado "peso dos animais nas urnas" reflete uma nova dinâmica, na qual a defesa dos direitos dos animais gera empatia, engajamento e influencia o comportamento eleitoral. Conforme Almada, Carreiro, Barros e Gomes (2019, p. 161), "as chamadas iniciativas de democracia digital são produto da interação entre expectativas da sociedade, prioridades dos governos, vontade dos atores envolvidos, obrigação legal e viabilidade tecnológica". No contexto das mídias digitais, líderes políticos utilizam plataformas, como o *Instagram*, para estreitar laços com a população e reforçar suas agendas. Durante a enchente que afetou o Rio Grande do Sul, entre abril e maio de 2024, a vereadora Alessandra Ludwig, do município de Venâncio Aires (RS), destacou-se por sua atuação voltada à causa animal, utilizando suas redes sociais para divulgar resgates, mobilizar apoio e articular políticas públicas emergenciais.

A presente monografia tem como intuito analisar como a causa animal foi utilizada como estratégia de engajamento político, a partir da análise do discurso digital da vereadora, no período de 30 de abril a 30 de maio de 2024. A pesquisa se baseia na Análise de Discurso (AD) para compreender os enunciados e narrativas utilizados, bem como os impactos dessa comunicação na mobilização social e no fortalecimento de sua imagem política. A opção pela teoria da Análise de Discurso se dá pela amplitude de recursos empregados nesta avaliação, como a fala, desenvoltura, vestimenta, gestos, postura e tudo que está ligado à comunicação e à passagem de informação do representante político. Porque tudo é comunicação, tudo transmite uma visão e impressão. De acordo com Mussalim (2000), o projeto da Análise de Discurso (AD) surge quando Michel Pêcheux (1975), apoiado em uma formação filosófica, desenvolve um questionamento crítico sobre a linguística, apontando que o estudo do discurso não é apenas uma transição da lexicologia (estudo das palavras) para a AD. "A instituição da AD, para Pêcheux, exige uma ruptura epistemológica, que coloca o estudo do discurso num outro terreno em que

intervêm questões teóricas relativas à ideologia e ao sujeito” (MUSSALIM, 2000, p.105).

Foi escolhida a Análise de Discurso de perfil do *Instagram* da vereadora por ser a rede social mais utilizada no Brasil, segundo levantamento da empresa americana ComScore, em matéria produzida pela redação da revista Forbes Brasil. De acordo com os dados, a plataforma de fotos e vídeos curtos da Meta é responsável por conquistar 14,44 horas mensais do tempo dos brasileiros.

A pesquisa visa investigar como a comunicação digital, especialmente nas redes sociais, pode ser usada para fortalecer a imagem de lideranças políticas e mobilizar o eleitorado em torno de causas específicas, com foco na defesa dos direitos dos animais. Para isso, será realizada uma análise qualitativa das publicações da vereadora, entre 30 de abril e 30 de maio de 2024, utilizando a Análise de Discurso como principal abordagem teórica.

A metodologia adotada para este trabalho é a Análise de Discurso (AD), fundamentada principalmente nas teorias de Charadeau (2003) e Orlandi (2003), que permitem uma compreensão aprofundada dos discursos políticos em contextos de comunicação digital. A AD será utilizada para examinar os discursos publicados pela vereadora Alessandra Ludwig no *Instagram*, observando aspectos como linguagem, apelos emocionais, estrutura argumentativa e o nível de engajamento gerado com seus seguidores.

Com este trabalho, busca-se contribuir para a discussão sobre como a comunicação política digital pode ser uma ferramenta eficaz na formação da opinião pública, no fortalecimento de causas sociais e na construção de um engajamento político mais direto entre líderes e cidadãos. A pesquisa se insere nesse contexto ao analisar um caso concreto de como a causa animal é mobilizada por uma líder política em um momento de crise e emergência social, refletindo o impacto das redes sociais na política contemporânea.

Visto que esta pesquisa tem como objetivo analisar a abordagem da causa animal nas publicações da vereadora Alessandra Ludwig no *Instagram*, durante a enchente, para isso, serão perseguidos quatro aspectos centrais da comunicação digital da vereadora. Em princípio, busca-se identificar os principais temas e abordagens da causa animal em suas publicações durante o período analisado, observando como essa pauta foi explorada. Em seguida, pretende-se compreender

de que maneira a comunicação digital foi utilizada para engajar a população e fortalecer a imagem política, analisando as estratégias adotadas para ampliar o alcance e a adesão do público à sua atuação.

Além disso, será verificado o uso de recursos discursivos e midiáticos empregados nas postagens, como apelos emocionais, linguagem persuasiva e elementos visuais, a fim de entender como esses mecanismos contribuem para a construção da narrativa digital da vereadora. Por fim, o estudo busca avaliar o impacto das publicações em termos de interação e engajamento do público, observando métricas como curtidas, comentários e compartilhamentos, que indicam o alcance e a recepção das mensagens veiculadas.

A estrutura do trabalho é organizada em três eixos principais: a Análise de Discurso como abordagem teórica e metodológica para compreender os enunciados políticos; a comunicação digital como ferramenta de mobilização e engajamento social; e o papel das redes sociais na construção da imagem de lideranças políticas. Após a fundamentação teórica, são apresentadas as análises das publicações da vereadora, considerando elementos discursivos, linguagem persuasiva, apelos emocionais e a recepção do público. A metodologia inclui o levantamento e categorização das postagens, bem como a observação do nível de interação gerado por elas.

Nas considerações finais são retomados os objetivos do estudo para verificar se foram cumpridos de forma completa, parcial ou se não chegaram à conclusão.

2 TEORIA DA ANÁLISE DE DISCURSO

O presente capítulo apresentará a Teoria da Análise do Discurso (AD), abordando suas principais características e contribuições para a compreensão da construção de sentidos na comunicação política. Dentre os aspectos analisados, destaca-se o discurso político no ambiente digital, que se manifesta de diferentes formas e com distintos propósitos, desde a mobilização até a construção de identidade. Além disso, será discutido o *Instagram* como uma plataforma estratégica de engajamento e fortalecimento de imagem, considerando sua relevância como objeto de análise desta pesquisa.

A Análise de Discurso, doravante chamada de AD, metodologia que será utilizada nesta pesquisa, é uma abordagem que investiga a relação entre linguagem, ideologia e poder, examinando como os sentidos são construídos e disputados nos textos e falas. Diferente de uma análise meramente linguística, a AD considera o contexto histórico e social em que o discurso é produzido, bem como as estruturas que orientam o que pode ser dito. “Não trata da língua, não trata da gramática, embora todas essas coisas lhe interessem Ela trata do discurso. Com o estudo do discurso observa-se o homem falando” (ORLANDI, 2003, p. 15).

Até a década de 1960, os estudos da língua eram dominados por abordagens que buscavam entender o conteúdo do texto. Mas, com a chegada dos estudos discursivos, na França, a partir de teóricos como Michel Pêcheux, a AD propõe que o discurso nunca seja neutro: ele carrega marcas ideológicas, referência às falas anteriores (interdiscurso) e pode tanto reforçar quanto contestar verdades estabelecidas. Em discursos políticos, por exemplo, é possível perceber como certas narrativas são construídas para gerar engajamento, persuadir públicos ou silenciar determinados temas.

Segundo Michel Pêcheux (1975), o discurso é atravessado por formações discursivas, que determinam quais enunciados são possíveis dentro de um determinado contexto social. Assim, políticos mobilizam recursos linguísticos e simbólicos para sustentar narrativas que legitimam suas posições e ações. O enquadramento discursivo permite que determinados aspectos da realidade sejam enfatizados enquanto outros são silenciados, influenciando a percepção do público. A interdiscursividade faz com que políticos recorram a discursos científicos,

religiosos ou midiáticos para reforçar sua credibilidade. A polarização contribui para a construção de antagonismos que reforçam a identidade do “nós” contra “eles”, mobilizando emocionalmente o eleitorado. O uso de metáforas e símbolos torna o discurso mais acessível e impactante, facilitando sua assimilação.

A teoria da Análise de Discurso foi escolhida para o estudo do perfil do *Instagram* da vereadora Alessandra Ludwig no intuito de analisar suas publicações entre 30 de abril e 30 de maio de 2024, período da enchente no Rio Grande do Sul. A escolha se justifica pela forte dimensão persuasiva do discurso político, que busca informar, mas engajar e mobilizar a audiência. Ludwig saiu na frente ao externalizar suas ideias de forma constante e estratégica nas redes sociais, utilizando sua comunicação digital e persuasão, para reforçar a identidade política e construir um vínculo com a população. “O discurso político não visa apenas informar, mas principalmente seduzir e convencer, mobilizando emoções e valores para obter a adesão do público” (CHARAUDEAU, 2006, p. 58). Dessa forma, a comunicação digital entra para potencializar a interação direta entre políticos e eleitores, favorecendo a construção de uma identidade discursiva mais próxima do público.

No ambiente digital, a circulação discursiva é amplificada pelas redes sociais, onde algoritmos favorecem determinados discursos, ampliam o alcance dos conteúdos e reforçam as chamadas “bolhas ideológicas”. A análise do perfil da vereadora Alessandra Ludwig permite compreender como a linguagem e os recursos visuais foram utilizados para construir um discurso persuasivo, reforçar sua presença política e consolidar seu papel durante um momento delicado, como foi a enchente de maio de 2024.

Nesse sentido, a AD permite compreender não apenas o que é dito, mas como e por que algo é dito, revelando estratégias discursivas e seus efeitos na sociedade. Ao analisar os sentidos produzidos no discurso político, é possível identificar os mecanismos que orientam a construção de identidades, a legitimação de ações e a mobilização do público. Como aponta Orlandi (2009, p. 40), “o discurso não é uma unidade fechada, mas um processo em constante movimento, atravessado por diferentes formações discursivas que determinam seus sentidos possíveis”. Dessa forma, a AD se torna uma ferramenta essencial para entender como certos discursos ganham força, enquanto outros são silenciados, refletindo disputas ideológicas e sociais.

Também neste capítulo será explicado sobre os conceitos básicos e fundamentais que compõem a análise de discurso, de acordo com fundamentação teórica de Eni Orlandi (2003), e também será abordado sobre o discurso na mídia, principalmente na rede social *Instagram*, plataforma de análise adotada neste trabalho.

2.1 Estratégias de construção de sentido no discurso político

Para entender como se dá o discurso político, é preciso, primeiro, compreender a forma como os sentidos são construídos, negociados e disseminados na sociedade. Processo que ocorre em diferentes contextos e mídias. O sentido não é algo fixo, mas constantemente elaborado e compartilhado em cada interação pessoal e social da qual fazemos parte. Como aponta Hall (1997, p.15):

O sentido é também produzido em uma variedade de mídias; especialmente, nos dias de hoje, na moderna mídia de massa, nos sistemas de comunicação global, de tecnologia complexa, que fazem os sentidos circularem entre diferentes culturas numa velocidade e escala até então desconhecidas na história (como aborda Du Gay, 1997). O sentido também é criado sempre que nos expressamos por meio de “objetos culturais”, os consumimos, deles fazemos uso ou nos apropriamos; isto é, quando nós os integramos de diferentes maneiras nas práticas e rituais cotidianos e, assim, investimos tais objetos de valor e significado. Ou, ainda, quando tecemos narrativas, enredos – e fantasias – em torno deles (este é o foco de Mackay, 1997).

Usar a linguagem de maneira eficaz na construção de uma argumentação que influencia a tomada de decisões dos eleitores em potencial é uma das características indispensáveis para quem faz política (ALVES; ARAÚJO, p. 1). A escolha de um candidato por parte dos eleitores não acontece de maneira aleatória, pois as pessoas acreditam possuir discernimento suficiente para tomar essa decisão com coerência. O debate com aqueles que pensam diferente e a tentativa de convencer alguém sobre determinado ponto de vista baseiam-se em explicações comunicativas. Existem diferentes formas de construir esse tipo de argumentação, mas, no fim, o que importa é que cada indivíduo organiza suas opiniões de forma a manter uma lógica interna. Como aponta Aldé (2004), os cidadãos criam categorias que os ajudam a interpretar a política e posicionar-se de maneira confortável em relação a suas próprias decisões.

Esse processo de escolha pode ser associado ao conceito de “racionalidade discursiva” de Habermas (1987), citado por Aldé (2004). As justificativas dadas para posicionamentos políticos são influenciadas por fatores pessoais, emocionais e retóricos (Magalhães, 2000 apud Aldé, 2004).

Segundo Orlandi (2003), a Análise de Discurso (AD) consiste em problematizar as formas de interpretação, levando o falante ou o leitor a refletir sobre aquilo que produz e compreende nas diversas manifestações da linguagem. A autora destaca que interpretar é inevitável e que a neutralidade absoluta na linguagem não existe. Ela defende que esse processo nos coloca em um estado de reflexão, permitindo que tenhamos uma relação menos ingênua com o que é dito e escrito.

Diante de qualquer fato ou opinião, sempre precisamos nos posicionar, carregando conosco os sentidos atribuídos às palavras, expressões e formas de discurso. Orlandi (2003) argumenta que nenhum discurso é totalmente fechado ou definitivo, pois está sempre aberto a novas interpretações. A AD permite analisar os múltiplos fatores envolvidos no discurso, ajudando cada indivíduo a compreender melhor as linguagens, mesmo sem ser um especialista no assunto.

A Análise de Discurso surgiu na década de 1960 a partir do interesse pelos múltiplos significados que as palavras podem assumir ao longo do tempo. O discurso, por sua vez, está ligado à ideia de movimento e trajetória, sendo analisado a partir da prática da linguagem e da observação da fala do ser humano ao longo da história. A AD funciona como uma ponte entre o homem e a realidade social e natural que o cerca. Segundo Orlandi (2003) essa mediação discursiva possibilita tanto a continuidade quanto a mudança da sociedade e do próprio ser humano. Assim, a existência humana é moldada por meio da produção simbólica do discurso.

Orlandi (2003) apresenta um esquema básico do discurso composto por emissor, receptor, código, referente e mensagem. O emissor transmite uma informação ao receptor por meio de um código, que se refere a um elemento da realidade (referente). No entanto, essa relação não é linear, nem objetiva, pois os sentidos são múltiplos e variáveis, dependendo das condições de produção do discurso. Como destaca a autora, “as relações de linguagem são relações de sujeitos e de sentidos e seus efeitos são múltiplos e variados” (ORLANDI, 2003, p. 21).

Além disso, a AD distingue três regiões de conhecimento: a teoria da sintaxe e da enunciação, a teoria da ideologia e a teoria do discurso, que analisa a influência histórica nos processos de significação. Isso significa que, ao interpretar um discurso, não basta compreender o idioma em que ele é proferido; é necessário considerar os processos de significação e os diversos sentidos que podem emergir.

O analista de discurso, conforme explica Orlandi (2003), estuda a relação entre a linguagem e os fatores externos que a influenciam. O significado do discurso depende do tempo e do espaço em que é produzido, deslocando o foco do sujeito e relativizando o objeto de estudo da linguística. A AD questiona certas abordagens das ciências sociais e da linguística, investigando como a ideologia se manifesta na linguagem. Pêcheux (1975), citado por Orlandi (2003, p. 17), afirma que “não há discurso sem sujeito e não há sujeito sem ideologia”, ou seja, a ideologia interpela o indivíduo e, dessa forma, a língua ganha sentido.

A teoria de Mussalim (2000, p. 132) dá conta de que “apesar dos sentidos possíveis de um discurso estarem preestabelecidos, eles não são constituídos *a priori*, ou seja, eles não existem antes do discurso. Um exemplo disso são as eleições. Os partidos e políticos não elaboram antecipadamente seus discursos e os guardam até a data prevista de suas candidaturas. Os discursos vão sendo escritos, reescritos, sendo assim constituídos no próprio processo de construção dos discursos. “Evidentemente, não são quaisquer sentidos que são constituídos a partir de uma formação discursiva, como já foi dito anteriormente, mas somente aqueles previstos pela formação ideológica que rege determinado discurso

Nesse sentido, Charaudeau (2006) destaca a importância do *ethos* na retórica, ou seja, a imagem que o sujeito do discurso constrói para estabelecer credibilidade e influenciar seu público. No discurso político essa construção é estratégica e pode ser ajustada conforme o contexto e a audiência.

A Análise de Discurso (AD) parte do princípio de que nenhum texto ou linguagem é completamente transparente. O objetivo não é apenas entender “o que” é dito, mas “como” isso é construído. Nos anos 1960, essa abordagem foi desenvolvida a partir da interação entre três áreas: linguística, marxismo e psicanálise. A linguística contribui com a noção de que a linguagem não é transparente e segue regras próprias. Além disso, a relação entre linguagem,

pensamento e mundo não é única, pois está sujeita ao materialismo histórico¹ de cada indivíduo. O ser humano interpreta o real e, ao transmiti-lo, adiciona sua própria visão, tornando esse “real” não completamente objetivo. Esse processo resulta na construção de sentidos, sempre marcados por aspectos linguísticos e históricos.

Nos estudos discursivos, não há separação rígida entre forma e conteúdo; a língua não é vista apenas como uma estrutura, mas como um acontecimento que se materializa na interação social. Dessa forma, o discurso político, por exemplo, não é neutro: ele é construído para moldar percepções e influenciar a opinião pública. Mesmo expressões aparentemente simples carregam sentidos históricos e culturais que afetam a forma como são compreendidas.

O discurso político é essencial para a conquista e manutenção do poder, pois é por meio da palavra que um líder se legitima, persuade e mobiliza, como aponta Charaudeau (2006) em sua teoria do Contrato Político. Para que esse discurso seja eficaz, diversas estratégias são empregadas, sendo algumas delas destacadas por Orlandi (2003): o efeito de evidência, que naturaliza determinadas afirmações; o silenciamento, que controla sentidos ao omitir temas estratégicos; o interdiscurso, que resgata e ressignifica discursos passados; e a relação entre formação ideológica e discursiva, que reforça o caráter não neutro da política. Dessa forma, ao longo deste capítulo, serão exploradas essas estratégias e sua relação com os mecanismos discursivos que sustentam a construção da legitimidade, a persuasão do público e a mobilização dos eleitores.

A legitimidade é um fator determinante para a aceitação e influência de um ator na esfera política. Como aponta Charaudeau (2006), a legitimidade não é exclusiva do indivíduo, mas sim um atributo construído discursivamente e validado pelo público. No contexto político, o emissor busca se legitimar como competente,

¹ O materialismo histórico e dialético, desenvolvido por Karl Marx e Friedrich Engels no século XIX, surge como uma das metodologias mais influentes para a análise crítica das relações sociais, econômicas e políticas. Essa abordagem teórica, fundamental para os estudos marxistas, baseia-se na premissa de que as condições materiais da vida humana e as contradições inerentes às relações de produção são as forças motrizes da história. Assim, ao compreender a sociedade por meio de suas contradições e lutas de classe, o materialismo histórico e dialético oferece uma perspectiva profunda e crítica sobre a realidade social e histórica.

RODRIGUES, Raimundo Ferreira; SANTOS, Adelma Rodrigues dos; COSTA, Sérgio Celestino; ARAÚJO, Eliane Oliveira Santos; NEPUNUCENA, Paulo Pires; BONFIM, Maria Catia Eliana Roque; NASCIMENTO, Weslane Cirqueira Cavalcante do; BEZERRA, João Martins; LIMA, Renan Alves; FERRENDDES, Jacob Ricardo Pereira de Carvalho. *Materialismo histórico e dialético: ferramenta metodológica para a compreensão das relações de produção e poder. Contribuciones a Las Ciencias Sociales*, São José dos Pinhais, v. 17, n. 10, p. 01-16, 2024

confiável e necessário e sua legitimidade pode ocorrer de três formas principais: por filiação, quando um discurso se associa a uma ideologia, movimento ou figura de autoridade amplamente reconhecida; por formação, baseada na especialização e competência do indivíduo em determinado campo, como formação acadêmica ou experiência profissional; e por mandato, conferida por meio da eleição, em que o político recebe autoridade para representar um grupo e tomar decisões em seu nome.

No entanto, essa construção não ocorre de maneira neutra; muitas vezes, ela se apoia no efeito de evidência (ORLANDI, 2003), que apresenta determinadas ideias como verdades incontestáveis, naturalizando a autoridade do político perante o público. Dessa forma, um candidato pode reforçar sua legitimidade ao vincular seu discurso a valores amplamente aceitos, criando a impressão de que sua posição é a única lógica e possível.

Como destaca Charaudeau (2006, p. 72):

a organização das posições de governança deve estar à altura dos desafios e das massas. É por isso que é preciso proceder a uma hierarquização dos postos de decisão e uma distribuição dos papéis e das responsabilidades entre diversos agentes, de modo que estes possam dar o melhor de si em sua área de competência.

Políticos habilidosos são capazes de influenciar, conquistar e mobilizar eleitores através de discursos e narrativas convincentes. A “arte” da persuasão, como afirma Charaudeau (2006), é outra estratégia argumentativa, que, no âmbito político tem como objetivo convencer e criar um efeito de adesão no interlocutor, fazendo com que ele se identifique com a posição que é defendida pelo agente político. A persuasão entre emoção e razão é um equilíbrio delicado. A razão oferece a argumentação lógica e fundamentada, enquanto a emoção cria uma conexão mais profunda com o público, ativando sentimentos de pertencimento, urgência e identificação. Quando um discurso consegue harmonizar esses dois aspectos, ele se torna uma ferramenta poderosa para gerar adesão e apoio. A lógica pode convencer o eleitor da viabilidade de uma proposta, mas são as emoções que frequentemente movem as pessoas a agir, a se engajar e a votar.

O silenciamento, conforme Orlandi (2003), é um recurso discursivo que permite a um político controlar os sentidos de um debate ao omitir certos temas estratégicos, evitando confrontos ou desviando o foco da opinião pública. Essa técnica é particularmente útil na construção da persuasão (CHARAUDEAU, 2006),

pois permite que o discurso político direcione a atenção do eleitorado para aspectos favoráveis ao candidato, minimizando pontos controversos ou prejudiciais à sua imagem.

Por isso, conforme Charaudeau (2006), quando um líder se posiciona como alguém capaz de transformar a realidade ou lutar contra forças opressoras, ele cria um vínculo emocional com o eleitorado, tornando o discurso uma argumentação política, e uma verdadeira performance teatral. O autor entende que o discurso político se apoia mais na emoção do que na razão, afirmando que o discurso político “deslocou-se no lugar do logos para o do *ethos*, do lugar do teor para o de sua encenação” (2015, p. 47).

Efetivamente, se é verdade que o pensamento pode ter em si influência, ocorre que ele pode igualmente ser mascarado por procedimentos de comunicação empática tais que, ao final dessas manipulações comunicativas mais ou menos voluntárias, se constroem outras formas de pensamento político (CHARAUDEAU, 2006, p. 47).

A persuasão política envolve a construção de consenso e a manipulação de opiniões, sendo o discurso uma ferramenta essencial para conquistar votos e manter o poder. Em campanhas eleitorais, estratégias como slogans, promessas e polarização são usadas para atrair apoio, adaptando-se aos interesses do momento. Miguel (2000) argumenta que o discurso político, de maneira abrangente, está presente em toda a atividade política, inclusive naquelas que assumem características de luta ou jogo.

Como anota Murray Edelman, o elemento crítico nas manobras políticas “é a criação de sentido: a construção de crenças sobre o significado de eventos, de problemas, de crises, de mudanças políticas e de líderes”. E se a política é em tão grande medida discurso – “uma luta para saber quem tem direito de falar publicamente e em nome de quem –” (MIGUEL, 2000, p. 60).

Conforme Miguel (2000), além dos argumentos e emoções positivas, a política recorre à desqualificação do oponente para enfraquecê-lo e reforçar a própria posição. Se bem usada, influencia a opinião pública. Em excesso, pode afastar eleitores. Na política, três aspectos se contrapõem: na luta, a destruição do inimigo; no jogo, a vitória sobre o adversário; e no debate, o convencimento, e portanto a adesão, do interlocutor.

Para Charaudeau (2006), a mobilização política não se limita ao convencimento racional, mas envolve a criação de um vínculo emocional entre o líder e seu público. Uma das formas de fortalecer esse vínculo é pelo interdiscurso, conceito trabalhado por Orlandi (2003), que consiste na reutilização de discursos passados para dar continuidade a determinadas narrativas. Um exemplo disso ocorreu nas eleições presidenciais do Brasil, no ano de 2022 (Lula x Bolsonaro) – Ambos os candidatos usaram o interdiscurso para reforçar suas narrativas. Lula resgatou os anos de crescimento econômico e políticas sociais de seus mandatos anteriores, enquanto Bolsonaro destacou sua gestão durante a pandemia e reforçou o discurso de ameaça ao conservadorismo e à liberdade.

A relação entre língua e ideologia, portanto, define o discurso. Não há linguagem sem ideologia, assim como não há sujeito sem discurso. O sujeito, no entanto, não tem plena consciência desse processo, pois ele acontece de maneira natural e quase imperceptível. Essa ideia é central na AD, que busca expor como os discursos são estruturados e quais efeitos de sentido produzem.

A política se apropria da linguagem como ferramenta fundamental para moldar percepções e direcionar opiniões. O discurso político, portanto, não é neutro. Ele é um processo estratégico que visa criar e reforçar significados que orientam a percepção pública. Essa construção ocorre por meio da seleção cuidadosa de palavras, metáforas, narrativas e enquadramentos que destacam determinados aspectos da realidade em detrimento de outros.

Como destaca Orlandi (2003, p. 28), a riqueza da Análise de Discurso está na possibilidade de diferentes interpretações e recortes, dependendo do dispositivo analítico utilizado pelo pesquisador. Cada análise, portanto, é única, pois mobiliza conceitos e métodos específicos conforme o objeto de estudo.

As estratégias de persuasão dependem das condições de argumentação no contexto político. Um discurso persuasivo só é eficaz se estiver alinhado com as preocupações e as condições sociopolíticas do momento. O político precisa conhecer o seu público e entender as questões que mais afetam a sociedade. As condições de argumentação envolvem a escolha dos argumentos mais convincentes e a adaptação ao contexto em que estão sendo apresentados. Uma proposta desconectada da realidade do eleitor ou baseada em argumentos frágeis não terá o

impacto desejado. Charaudeau (2016) afirma que a forma como o discurso se organiza impacta sua capacidade de influência. No ambiente digital, essa organização precisa ser rápida, acessível e visualmente envolvente para capturar e engajar o público.

2.2 O discurso político no ambiente digital

A ascensão da internet e, em especial, das redes sociais, tem gerado transformações significativas nas formas de comunicação, especialmente nos discursos políticos. Antes da popularização dessas tecnologias no final do século XX, os discursos estavam predominantemente restritos a meios de comunicação tradicionais, como televisão, rádio e imprensa escrita, os quais seguiam uma estrutura linear e formal, com pouca ou nenhuma interação direta com o público. Nesses meios, o controle sobre a mensagem e os canais de comunicação era centralizado, com o poder de influenciar grandes audiências concentrado em poucas mãos, como governos, políticos e grandes corporações de mídia. As interações, quando existiam, se davam de forma unidimensional, sem o caráter de co-criação e interatividade que caracteriza os ambientes digitais atuais.

Com o advento da internet e a popularização das redes sociais, o cenário de comunicação passou a ser totalmente reconfigurado. A comunicação digital não é mais apenas um meio para veicular conteúdos, mas também um campo de produção discursiva dinâmico e plural. Nesse novo contexto, Paveau (2021) propõe que os discursos nativos digitais, que emergem diretamente da internet, sejam compreendidos como tecnodiscursos, englobando os elementos linguísticos e semióticos, além da dimensão técnica desses discursos. Isso implica uma abordagem que considera a tecnologia como parte integrante do discurso.

Paveau (2021) define seis características fundamentais dos discursos digitais que ajudam a entender essa nova forma de comunicação. A primeira, a composição, destaca a multimodalidade dos tecnodiscursos, que podem combinar texto, imagens fixas ou animadas e sons em uma única semiose. A segunda, a deslinearização, refere-se ao modo como os *links* e *hiperlinks* possibilitam que o leitor navegue entre diferentes discursos, desconstruindo a linearidade da comunicação tradicional. A ampliação, terceira característica, diz respeito à escrita coletiva, que acontece em

um "espaço enunciativo único, mas com a identificação dos diferentes enunciadore", permitindo que múltiplos sujeitos interajam no mesmo espaço virtual. A relacionalidade aponta que os discursos digitais são coproduzidos por uma rede de enunciadore, incluindo as máquinas e os próprios leitores, afetados pelas interfaces de leitura e escrita. A investigabilidade, por sua vez, destaca a diferença dos metadados digitais, que são internos aos próprios discursos, ao contrário dos metadados de discursos anteriores, que ficavam "fora" do texto (como paratextos). Por fim, a imprevisibilidade está associada ao fato de que os tecnodiscursos são frequentemente produzidos e formatados por algoritmos, o que torna difícil prever seus formatos e efeitos.

Dentro desse novo panorama, as redes sociais se tornaram ferramentas poderosas de engajamento político, com um potencial inédito de alcançar grandes audiências de forma direta, personalizada e em tempo real. Plataformas como *Facebook*, *Twitter*² e *Instagram* se tornaram campos centrais de debates políticos, permitindo que figuras públicas, incluindo políticos, se conectem diretamente com seus eleitores. Por ter transformado a forma como os políticos se comunicam com o público, trazendo a facilidade de acesso e a capacidade de atingir grandes audiências de forma direta e personalizada, nenhum cidadão, governante ou liderança pode ficar indiferente, visto que a internet tem sido um espaço para o desenvolvimento de novas formas de produção da vida cívica e também de busca de posicionamento em questões de relevância pública, incluindo a causa animal, que é o objeto de estudo desta pesquisa.

Além de ser um campo para discussão, interação e compartilhamento das ideias políticas, as discursividades no território digital ganharam posição de destaque, principalmente no que tange ao discurso político. As redes sociais são os principais caminhos para se construir narrativas, alimentar a efervescência de opiniões e buscar convencer os eleitores.

Atualmente, grande parte das interações entre políticos e suas bases eleitorais é realizada por meio das redes sociais. Mesmo aqueles ainda resistentes mantêm perfis e páginas em plataformas como o *Facebook* para conversarem com seus eleitores e produzir visibilidade. Desta maneira, as autoridades políticas se apropriam do modo discursivo oferecido pelo ambiente digital em busca de propor as

² Antigo *Twitter*, hoje *X*.

pautas políticas na qual os eleitores e demais usuários poderão ter acesso aos conteúdos que são publicados, e assim, reforçando seus posicionamentos e as problematizações dos seus temas de interesse.

A utilização das redes sociais têm transformado a forma de comunicação política, já que os políticos, além de disseminar informações, buscam constantemente reforçar sua legitimidade por meio dessas plataformas. A legitimação do enunciador, como proposto por Charaudeau (2006), torna-se central nesse processo, pois o político precisa se apresentar como uma figura confiável e capaz de transmitir autoridade, seja por meio da construção de um discurso coerente ou pelo uso de recursos visuais que reforçam sua imagem pública. Além disso, ao interagir diretamente com os eleitores, o político cria uma conexão mais próxima, o que amplifica a percepção de autenticidade e comprometimento.

Entretanto, a comunicação política nas redes sociais, é grande facilitadora, mas também resulta em alguns desafios, como a fragmentação do discurso. Conforme Castells (2013), os políticos muitas vezes se direcionam a públicos específicos, criando "bolhas informativas" que reforçam as crenças pré-existentes dos eleitores. Esse fenômeno de polarização dificulta o diálogo entre diferentes grupos ideológicos e intensifica as divisões sociais, tornando mais complexa a busca por um debate político construtivo. Além disso, o uso de memes, piadas e elementos humorísticos no discurso político, em um esforço para aproximar políticos das novas gerações, pode trivializar questões importantes, enfraquecendo a seriedade do discurso político.

Outro fator importante a ser considerado é o impacto dos algoritmos das redes sociais na propagação do discurso político. Eles priorizam conteúdos que geram mais engajamento, o que pode levar à amplificação de certas ideias, enquanto outras, talvez mais complexas ou menos populares, ficam em segundo plano. "Influenciadores se deparam com as consequências das ações dos algoritmos em seu dia-a-dia, ao observarem quem (ou o que) ganha e perde visibilidade nas plataformas". (Karhawi, 2024, p. 5)

As redes sociais têm se mostrado um campo importante para a mobilização cidadã. A facilidade de organizar protestos, campanhas e outras formas de ativismo político permite que grupos sociais se articulem de maneira mais eficiente,

ampliando vozes que, de outra forma, poderiam ser marginalizadas nos meios tradicionais de comunicação.

Essa dinâmica tem sido essencial em diversos movimentos sociais, como as mobilizações por direitos humanos, igualdade de gênero e, claro, pela causa animal, que tem ganhado crescente visibilidade nesse meio. Coleman (2017, p. 17) destaca que “as formas de comunicação social em rede permitiram que os ativistas do século XXI combinassem a coordenação online e a ação nas ruas para definir agendas, influenciar e promover protestos”.

Essa capacidade de direcionar mensagens específicas a diferentes grupos com base em seus interesses e comportamentos torna a mobilização que Orlandi (2003) discute, mais eficaz, mas também levanta questões sobre manipulação de informações. Um grande desafio do ambiente digital é a proliferação de desinformação e *fake news*, que têm o potencial de manipular a opinião pública e distorcer o discurso político. Há também aqueles políticos que se aproveitam da disseminação de informações falsas para moldar narrativas favoráveis, enquanto outros tentam combater a desinformação por meio de campanhas educativas ou pela proposição de legislações mais rigorosas. A velocidade com que as notícias falsas se espalham tem peso significativo nas eleições, contribuindo para a polarização e a manipulação das percepções dos eleitores.

As redes sociais também desempenham um papel crucial nas campanhas eleitorais modernas. Com o uso de *microtargeting*, que permite direcionar mensagens personalizadas a eleitores com base em seus dados e comportamentos online, os políticos conseguem influenciar o comportamento eleitoral de maneira mais eficaz. Esse tipo de *marketing* digital, aliado ao vasto banco de dados gerado pelos usuários, se tornou uma poderosa ferramenta na formação da opinião pública e na busca por resultados eleitorais específicos. Contudo, isso também levanta questões sobre a ética e a transparência do uso dessas estratégias.

2.3 O Instagram como plataforma de engajamento e construção de imagem

As campanhas eleitorais refletem o momento em que os candidatos buscam criar vínculos, estreitar relacionamentos e construir uma imagem pública positiva junto ao eleitorado. No cenário atual, onde a tecnologia permite interações

instantâneas, a comunicação política não se limita mais ao contato presencial (MIGUEL, 2000). Anteriormente, a comunicação política era predominantemente baseada na palavra, seja falada ou impressa. “A figura do orador no palanque, sua indumentária, seus gestos eram elementos presentes e importantes” (MIGUEL, 2000, p. 73). No entanto, a maneira de fazer política passou por transformações significativas, e hoje as redes sociais se tornaram canais essenciais para aproximar representantes e cidadãos, sendo fundamentais para a divulgação de discursos, metas e, sobretudo, para a edificação da imagem pública durante campanhas eleitorais.

Essas transformações demandam uma adaptação contínua das estratégias comunicacionais, desde o planejamento até o monitoramento, para gerar resultados positivos durante as campanhas. Além disso, há a necessidade de exposição contínua no ambiente online para manter uma imagem favorável dos agentes políticos, tanto antes quanto depois dos períodos eleitorais.

As mídias sociais desempenham um papel essencial na troca de ideias e na conexão entre diferentes grupos. O *Instagram*, em particular, se destaca por proporcionar uma experiência diferenciada, valorizando a espontaneidade na comunicação. Este estudo se dedica a investigar como essa plataforma tem sido utilizada como estratégia de engajamento político, com foco na atuação da vereadora Alessandra Ludwig, que a utiliza para interagir com seus seguidores e promover a causa animal.

A ascensão do *Instagram* como ferramenta de mobilização política é notável, oferecendo uma plataforma visualmente dinâmica e com grande potencial de alcance. De acordo com o Data Reportal³ de 2024, o *Instagram* tinha 134,6 milhões de usuários no Brasil, representando 62% da população total e 74,8% do público elegível para utilizar a plataforma. O estudo também revela que a causa animal se conecta com a formação de uma identidade política, e o impacto dessa estratégia na percepção pública será analisado. O crescimento da rede foi significativo, com um aumento de 21 milhões de usuários em um ano (+18,6%), consolidando-se como um dos principais espaços de comunicação.

³ Disponível em: <<https://datareportal.com/reports/digital-2024-brazil>>. Acesso em 25 mar 2025.

Em 2024, a audiência dos anúncios no *Instagram* no Brasil correspondia a 71,6% da base de usuários da internet no país, evidenciando a relevância da plataforma para a comunicação digital. A análise também aponta uma predominância feminina entre os usuários de anúncios (58,4%), o que pode influenciar a formulação de estratégias políticas voltadas para segmentos específicos do eleitorado.

O *Instagram* se tornou um recurso indispensável para políticos que desejam construir suas imagens e engajar seguidores de maneira estratégica. Nas eleições de 2024, conforme levantamento do Nexo Jornal⁴, o *Instagram* foi a rede social mais utilizada para campanhas políticas, com o registro de 180,2 mil contas. Em contraste, nas eleições de 2020, o *Facebook* liderava com 182,3 mil candidatos, enquanto o *Instagram* contava com 77,7 mil. Para Baptista, Ferreira e Ferreira (2021), o *Instagram* se tornou um ambiente mais ameno para políticos, permitindo a construção de uma imagem mais humana, sem a toxicidade presente em outras redes sociais.

A plataforma transmite uma sensação de contato mais pessoal entre políticos e eleitores devido ao seu apelo visual e à linguagem mais informal, criando um sentimento de proximidade. Isso facilita a utilização de estratégias como o compartilhamento de informações pessoais e a humanização da imagem pública do político (GARCÍA, 2018, apud FURTADO, 2023, p. 44).

A construção da imagem no *Instagram*, como em outras plataformas de mídia social, envolve um processo de seleção e construção de significados a partir de elementos visuais, textuais e interativos. Para Charaudeau (2016), a comunicação visual não é apenas uma questão de exibição de imagens, mas de construção de uma narrativa através desses elementos, que são cuidadosamente escolhidos para representar valores, emoções e identidades.

Assim, no *Instagram*, a imagem é construída por meio de um conjunto de signos visuais, como fotos, vídeos e símbolos, e elementos textuais, como legendas e *hashtags*, que juntos formam um "discurso visual" intencional e direcionado. Este discurso busca influenciar a percepção do público e promover uma imagem

⁴ Disponível em <https://www.nexojornal.com.br/grafico/2024/08/29/eleicoes-2024-as-redes-sociais-mais-usadas-em-campanha-eleitoral>>. Acesso em 02 abr 2025.

específica de quem está por trás da postagem, seja um indivíduo, uma marca ou uma campanha política.

A construção da imagem no *Instagram* é dinâmica e interativa. A participação dos seguidores, por meio de curtidas, comentários e compartilhamentos, é crucial, pois essas interações contribuem para reforçar ou modificar a imagem transmitida. Esse *feedback* constante é uma característica essencial das redes sociais, permitindo que a imagem apresentada seja constantemente ajustada conforme a recepção do público.

Furtado (2023) destaca que, além de promover a valorização da comunicação pessoal, o *Instagram* também pode ser utilizado para os seguintes objetivos: 1) influenciar a opinião pública e construir uma narrativa, por meio do compartilhamento de histórias (*storytelling*), *hashtags* e imagens que ilustram as conquistas de um político; 2) aumentar o engajamento dos eleitores, apresentando conteúdos visuais interativos e atraentes, tanto em termos de *design* quanto no contato direto entre o político e o público; 3) mobilizar a participação eleitoral, especialmente entre os jovens urbanos, através da disseminação de informações sobre propostas e a própria campanha (Lee e Hwang, 2019 apud Furtado, 2023; Mina e Bailo, 2018 apud Furtado, 2023; Kim e Sung, 2017 apud Furtado, 2023; Bode, 2016 apud Furtado, 2023; Lee e Kim, 2018 apud Furtado, 2023; González-Bustamante e Molyneux, 2019 apud Furtado, 2023).

É importante destacar que, embora a plataforma tenha o potencial de se tornar uma ferramenta valiosa para a comunicação política, o sucesso de uma campanha dependerá do planejamento estratégico, da execução e do monitoramento contínuo. O êxito de um conteúdo político no *Instagram* depende de diversos fatores, como: 1) o grau de identificação política dos seguidores com o candidato; 2) a relevância do tema abordado pelo político; e 3) a percepção do candidato sobre o impacto de sua participação na sociedade. Assim, a maneira como o conteúdo é compartilhado, seja por meio de elementos textuais ou visuais, gerará diferentes reações nos seguidores (Lee e Hwang, 2019 apud Furtado, 2023).

O estudo de Baptista, Ferreira e Ferreira (2021) conclui que os "*Instas*" políticos são seguidos principalmente por jovens politizados que buscam informação, orientação e entretenimento. O *Instagram* se destaca pela sua conexão visual, oferecendo momentos de proximidade e engajamento. Com o uso de imagens,

hashtags e algoritmos que intensificam a difusão das mensagens, o ambiente virtual permite uma comunicação direcionada e segmentada, tornando o discurso político mais persuasivo e eficaz.

Os políticos, ao atuarem como influenciadores, precisam desenvolver estratégias eficazes para mobilizar seus seguidores. As redes sociais, como o *Instagram*, permitem que essas estratégias sejam direcionadas e personalizadas, aproveitando recursos como *hashtags* populares, interações com o público e conteúdos que geram engajamento. Karhawi (2024, p. 5) destaca que os influenciadores usam frequentemente conteúdo comunal (reforçando o senso de comunidade) e conteúdo plataformizado, que adapta as mensagens aos mecanismos e aos algoritmos das plataformas para garantir que as postagens se tornem virais e alcancem um público maior.

Os influenciadores percebem que métricas de alto alcance estão diretamente relacionadas ao engajamento. Assim, buscam formas consideradas mais ou menos legítimas/positivas de fazer com que os seguidores interajam e ajudem a manter números elevados que permitam que novos públicos (e marcas) cheguem ao seu conteúdo. (KARHAWI, 2024, p. 5).

Cada rede social possui uma identidade comunicacional própria, e o *Instagram* se diferencia por permitir que políticos utilizem repertórios específicos, combinando estratégias argumentativas, narrativas e estéticas. A plataforma também reflete diferenças ideológicas e se adapta às expectativas do público, mobilizando-o por meio de seus múltiplos recursos. Karwawi (2017) destaca que os conteúdos compartilhados por influenciadores frequentemente apresentam características distintas, como o conteúdo comunal, que reforça o senso de comunidade, e o conteúdo plataformizado, que entende as plataformas como moldadoras do próprio processo comunicativo, exigindo uma compreensão dos mecanismos que impulsionam o sucesso de postagens, como os conteúdos virais.

Como observa Charaudeau (2006, p. 82), as estratégias discursivas de um político para atrair a simpatia do público dependem de vários fatores, como sua própria identidade social, a percepção da opinião pública, as ações de outros atores políticos e o que ele julgar necessário defender ou atacar. Além do impacto discursivo, a construção da imagem política no *Instagram* é crucial para o êxito na comunicação digital. Conforme destaca Charaudeau (2006, p. 84), a identidade

pública de um político não se define apenas pelo que ele expressa verbalmente, mas também pela forma como se apresenta, pelas emoções que transmite e pelo contexto no qual suas mensagens são divulgadas. A legitimidade e a conexão com os eleitores são fundamentais para construir uma imagem autêntica e influente.

No caso da vereadora Alessandra Ludwig, sua identidade política está diretamente associada à defesa da causa animal, transmitindo um posicionamento ético e emocionalmente envolvente. Ela compartilha momentos do cotidiano, resgates de animais e interações com a comunidade, reforçando uma imagem de empatia e proximidade, elementos essenciais para impulsionar o engajamento digital. Durante sua campanha, utilizou imagens com apelo emocional, produziu conteúdo frequente para gerar engajamento, e colaborou com outras figuras da causa animal para aumentar sua visibilidade. Sua comunicação foi voltada para temas como diversidade, inclusão e justiça social.

O *Instagram* se consolidou como uma ferramenta fundamental para a construção e expressão de uma identidade política. A plataforma promove a participação política e ajuda na ampliação dessa participação. Sendo assim, para maximizar a eficácia da comunicação no *Instagram*, é fundamental que os conteúdos de comunicação visual sejam destacados e estejam alinhados com as propostas e ideologias do candidato, considerando a natureza visual da plataforma.

Dessa forma, o *Instagram* vai além de ser apenas uma plataforma de comunicação política; ele se estabelece como um espaço estratégico para a construção de imagem pública e para a legitimação discursiva, estabelecendo novas dinâmicas de interação entre políticos e eleitores.

3 COMUNICAÇÃO PÚBLICA, POLÍTICA E CAUSA ANIMAL

A comunicação pública e a comunicação política são conceitos centrais para compreender as dinâmicas do discurso e da atuação dos agentes políticos na contemporaneidade, especialmente no ambiente das redes sociais digitais. A comunicação pública refere-se ao processo pelo qual o Estado e suas instituições se relacionam com a sociedade por meio da produção e circulação de informações e mensagens que visam garantir transparência, participação cidadã e prestação de contas. Essa forma de comunicação busca aproximar os órgãos públicos dos cidadãos, promovendo o diálogo democrático e a construção de interesses coletivos. Por sua vez, a comunicação política é uma dimensão específica dentro desse universo, dedicada às estratégias discursivas utilizadas por políticos e partidos para influenciar a opinião pública, mobilizar eleitores e consolidar legitimidade. Ela envolve a gestão de imagem, o discurso persuasivo e a articulação de pautas que podem ir desde campanhas eleitorais até a divulgação de políticas públicas. No cenário atual, marcado pela ampliação das redes sociais, essa comunicação adquire contornos ainda mais estratégicos, dada a possibilidade de contato direto e imediato com o público.

A partir dessa distinção, é possível compreender que, apesar de a comunicação pública e política apresentarem objetivos distintos — o interesse coletivo e a disputa pelo poder, respectivamente —, elas frequentemente se entrelaçam na prática, sobretudo quando agentes políticos utilizam causas sociais como ferramentas discursivas. É nesse contexto que a causa animal emerge como um tema de grande relevância, por sua capacidade de gerar identificação e empatia junto ao público, funcionando como uma ponte entre o discurso político, a comunicação pública e o engajamento social.

Este capítulo se propõe a analisar essa interseção, investigando como a defesa dos direitos dos animais tem sido incorporada ao discurso político, seja como expressão de compromisso ético, seja como recurso estratégico. Para isso, serão explorados os fundamentos da comunicação pública e política, o histórico da causa animal enquanto pauta social e, principalmente, os usos e desafios da instrumentalização dessa causa no cenário político contemporâneo.

3.1 A política como espaço de representação e mobilização

A política, em sua dimensão contemporânea, vai muito além da participação em eleições ou da atuação em instituições formais como parlamentos e governos. Ela se manifesta também nas ruas, nas redes sociais, nos discursos e nas articulações que emergem da sociedade civil. Essa expansão do campo político revela um de seus aspectos mais fundamentais: o papel da política como espaço de representação e mobilização. Em outras palavras, a política funciona como um canal por meio do qual diferentes grupos sociais buscam expressar suas demandas, disputar sentidos e transformar a realidade.

A representação política, nesse contexto, refere-se à forma como os cidadãos ou coletivos têm suas vozes e interesses levados para dentro das instituições públicas, seja por meio de representantes eleitos, seja pela construção de políticas públicas que respondam às suas necessidades. Trata-se de uma dimensão essencial da democracia, pois assegura que diferentes setores da sociedade tenham sua existência reconhecida e suas reivindicações consideradas no processo de tomada de decisão.

Paralelamente à representação, a mobilização social surge como a força motriz que impulsiona essas vozes até os espaços institucionais. Mobilizar é convocar vontades, articular discursos e reunir pessoas em torno de um propósito comum. E, para que essa mobilização aconteça de forma eficaz, a comunicação torna-se peça central: é ela que constrói narrativas, conecta sujeitos, amplia o alcance das demandas e legitima as ações dos movimentos sociais.

Neste subcapítulo, será explorada como a política se configura como um espaço onde representação e mobilização se entrelaçam e se reforçam mutuamente. A partir da análise da comunicação como ferramenta estratégica nesse processo, será destacado o papel de movimentos sociais, da opinião pública e das redes digitais na construção de uma democracia mais plural, sensível às novas demandas sociais — com ênfase especial na pauta da causa animal, que exemplifica como interesses específicos podem conquistar espaço e voz na esfera pública contemporânea.

A representação política constitui uma das bases centrais da democracia. Ela é o elo que conecta a sociedade civil às instituições estatais, garantindo que os

interesses da população estejam presentes no processo de tomada de decisão. Como explica Novelli (2007), essa prerrogativa de participação surgiu com as revoluções liberais do século XVIII, momento em que a opinião pública passou a ser considerada um elemento essencial para a legitimidade dos regimes democráticos.

De acordo com Costa (1997, apud Novelli, 2007), a esfera pública se transformou em um espaço de intermediação entre a vontade coletiva e as decisões políticas. A representação, nesse sentido, não se resume à presença física de um parlamentar, mas envolve também a capacidade desses atores de traduzirem as demandas sociais em políticas públicas concretas. Conforme o autor, a legitimidade das políticas públicas depende da transparência, do debate público e da capacidade do governo de explicar suas ações à sociedade. “A história recente demonstrou que a grande luta de vários governos traduziu-se na busca da aceitação de suas iniciativas pela opinião pública” (NOVELLI, 2007, p. 72).

Segundo Costa (1997, apud Novelli, 2007), esse movimento transforma a esfera pública em local privilegiado, em que “cabe à esfera pública uma posição central: ela se torna arena onde se verificam, numa direção, a aglutinação da vontade coletiva, e no sentido oposto, a justificação de decisões políticas previamente acertadas” (NOVELLI, 2007, p. 180).

Na prática, a representação política se manifesta, por exemplo, na inserção de pautas específicas no debate legislativo. A causa animal, que por muito tempo foi ignorada nas arenas institucionais, é hoje representada por parlamentares como o deputado federal Fred Costa (MG), autor de propostas legislativas voltadas à proteção animal, e a vereadora Camila Valadão (ES), que articula políticas públicas de acolhimento e controle populacional de animais abandonados. Esses representantes elaboram leis, bem como atuam como porta-vozes de grupos sociais que encontraram, na política, um espaço legítimo de expressão.

Se a representação é o meio institucional pelo qual a sociedade se faz ouvir, a mobilização é a força que impulsiona essas vozes para dentro do sistema político. Mobilizar, segundo Toro e Werneck (1996), é convocar vontades para atuar na busca de um propósito comum, construído por meio do compartilhamento de sentidos e interpretações da realidade.

Geralmente confundida com manifestações públicas, a mobilização política é o processo de organização e envolvimento de indivíduos em movimentos sociais

para defender causas e objetivos específicos, geralmente envolvendo contextos espaciais e interações com instituições políticas na busca de resultados decididos e desejados por todos. “Mobilizar é convocar vontades para atuar na busca de um propósito comum, sob uma interpretação e um sentido também compartilhados”, (TORO; WERNECK, 1996, p. 5).

Um exemplo claro disso é o crescimento dos movimentos de proteção animal, que, a partir de ações locais, campanhas de conscientização e pressão pública, conseguiram fazer com que essa pauta ganhasse espaço no debate político. A mobilização foi fundamental para a construção de uma rede de apoio, com a intenção de sensibilizar e reivindicar ações concretas por parte do Estado.

Nesse processo, a comunicação ocupa um papel estratégico. Conforme Toro e Werneck (1996), a mobilização social não se resume à divulgação de ideias, ela exige um projeto de comunicação estruturado, voltado ao compartilhamento de discursos, visões de mundo e informações. “A mobilização não se confunde com propaganda ou divulgação, mas exige ações de comunicação no seu sentido amplo, enquanto processo de compartilhamento de discurso, visões e informações”, (TORO; WERNECK, 1996, p. 5). A comunicação pública, portanto, deixa de ser apenas um instrumento técnico para se tornar um campo político central.

Weber (2017) reforça esse entendimento ao afirmar que, diante da crise da política tradicional e do avanço das tecnologias da informação, a comunicação pública passa a cumprir duas funções principais: defender e resistir em nome da democracia, e construir o debate público como espaço de participação ativa. A esfera pública digital, nesse sentido, se transforma em arena simbólica onde diferentes grupos disputam legitimidade, visibilidade e poder.

É nesse novo cenário que a causa animal se fortalece. Com uma narrativa marcada por forte apelo ético e emocional, ela se adapta perfeitamente às lógicas das redes sociais digitais, tornando-se uma pauta mobilizadora e politicamente representativa. As plataformas digitais democratizam o acesso à informação e descentralizam o discurso político, permitindo que vozes historicamente excluídas conquistem espaço e influência.

A articulação entre representação e mobilização se torna evidente quando analisamos como pautas específicas, como a proteção animal, são inseridas na agenda pública por meio de estratégias comunicativas eficazes. A atuação de

ONGs, coletivos e ativistas nas redes sociais é fundamental para sensibilizar a opinião pública, pressionar o poder público e eleger representantes comprometidos com essas demandas.

Esse fenômeno ilustra o conceito de “política de nicho”, em que grupos sociais se organizam em torno de causas específicas e atuam estrategicamente para influenciar as instituições. O engajamento em torno da causa animal mobiliza afetos e valores coletivos, além de transformar sentimentos em votos e pressão institucional.

A política como espaço de representação e mobilização revela-se como um campo dinâmico, em constante disputa de sentidos e projetos. A representação não se resume a ocupar um cargo público, assim como a mobilização não se limita à manifestação. Ambas se articulam no cotidiano das práticas democráticas, impulsionadas pela comunicação pública e pelas redes sociais. Se antes os meios tradicionais (televisão, rádio, jornais) centralizavam o controle da informação, as redes digitais descentralizam o discurso, permitindo que vozes individuais e coletivas ganhem projeção e visibilidade. Essa mudança estrutural na forma como se comunica e se consome conteúdo político altera significativamente os mecanismos de mobilização e participação democrática. A própria pauta animal passou a mobilizar eleitores, especialmente nas redes, criando comunidades engajadas que transformam sentimentos em votos. A causa animal, por sua natureza ética e emocional, atrai eleitores que se identificam com a defesa dos seres vulneráveis, influenciando campanhas políticas e até mesmo decisões eleitorais.

O que Weber (2017) define como “debate público” e “defesa da democracia” na comunicação pública se materializa, hoje, em grande parte, por meio da ação nas redes sociais. Nelas, cidadãos, ativistas e representantes políticos compartilham ideias, constroem narrativas e disputam corações e mentes. A causa animal, por sua forte carga afetiva e simbólica, se adapta particularmente bem a essas lógicas de engajamento, sendo amplamente difundida por meio de conteúdos que mobilizam empatia, urgência e ação.

Assim, a política se reafirma como um espaço de representação ativa, onde causas específicas ganham corpo por meio da mobilização social e da comunicação estratégica. A atuação de representantes eleitos comprometidos com essas pautas, aliada à participação cidadã nas redes e nas ruas, mostra que a democracia

contemporânea se constrói não apenas nas urnas, como também na disputa por sentidos no espaço público. Representar, nesse contexto, é mais do que ocupar um cargo: é traduzir demandas, dar voz às urgências da sociedade e agir em nome de um projeto coletivo compartilhado.

3.2 O papel das redes sociais na comunicação política

A comunicação política, historicamente mediada por canais tradicionais como o rádio e a televisão, passa a coexistir com um novo ecossistema informacional inaugurado pela internet e pelas redes sociais. Ainda que os meios tradicionais mantenham sua relevância, principalmente pela credibilidade construída ao longo do tempo e pela capacidade de atingir grandes audiências, o cenário contemporâneo revela um deslocamento importante: o público deixa de ser apenas receptor e assume um papel ativo no processo comunicativo.

De acordo com Schulz (2014), conforme citado por Batista (2021) a dependência da sociedade em relação à mídia tradicional é colocada em cheque diante do empoderamento dos usuários no novo ambiente digital. Agora, são os cidadãos que escolhem o que querem ver, quando e como, tornando-se curadores da própria experiência informativa. No Brasil, essa transformação é evidenciada pela pesquisa da *YouGov*⁵ (2024), segundo a qual redes sociais como *Instagram* (73,9%), *Facebook* (68,6%) e *YouTube* (61,3%) estão entre os principais canais de consumo de notícias online, superando inclusive veículos tradicionais como a televisão. Embora ainda relevante, com emissoras como a *Rede Globo* (56,1%) e a *RecordTV* (39,6%) entre as mais assistidas, a TV tem perdido protagonismo, especialmente entre os mais jovens. De fato, as mídias emergentes alteram cada vez mais a posição dos media tradicionais como fonte de informação e influência política, e inauguram uma era em que a comunicação política se torna cada vez mais interativa, horizontal e personalizada.

A ascensão das redes sociais transformou profundamente a dinâmica da comunicação política, descentralizando a produção e a circulação de notícias, antes concentradas nas mãos dos grandes veículos de imprensa. Hoje, qualquer cidadão

⁵ Disponível em:

<<https://business.yougov.com/pt/content/50226-brasil-em-2024-a-tv-ainda-e-a-top-midia-de-noticias>>. Acesso em 24 abr 2025.

com acesso à internet e domínio das ferramentas digitais pode produzir conteúdo, opinar, denunciar e até pautar o debate público, obrigando a mídia tradicional a se reinventar para manter relevância (BATISTA, 2021). Nesse novo cenário, os políticos passaram a falar diretamente com o público, utilizando plataformas como o X, *Instagram* e *TikTok* para divulgar suas mensagens, responder críticas e moldar suas narrativas sem a mediação da imprensa. Ao mesmo tempo, esses ambientes digitais se tornaram espaços férteis para a mobilização política e o engajamento de movimentos sociais, que passaram a participar mais ativamente da construção da agenda pública. Essa transformação acelerou o ritmo com que a informação circula, mas também redesenhou as relações de poder e de influência na sociedade contemporânea.

Um dos marcos das redes sociais na política é a possibilidade de estabelecer uma comunicação direta com o eleitorado, justamente por oferecer um novo espaço para a mobilização política, a representação de causas, e o debate público, permitindo uma maior participação de cidadãos e movimentos sociais na construção da agenda política. Então, “as redes sociais possibilitam que os apoiadores se comuniquem entre si e organizem-se independentemente da comunicação política da campanha, favorecendo os candidatos com maior habilidade de uso desses espaços”, (PENTEADO, 2011, p. 17).

Conforme o autor, hoje há espaço para que vozes marginalizadas, ou que antes não tinham acesso aos espaços tradicionais de poder, agora tenham sua vez. De acordo com Penteado (2011, p. 19):

Dentro dessa visão, o espaço “livre” da Internet possibilita que grupos com menos recursos se organizem e produzam seu próprio conteúdo, podendo fazer frente aos partidos com maiores recursos financeiros, ampliando o sentido de discussão democrática, além de permitir a comunicação direta do candidato com o eleitor, criando um canal dialógico.

Em concordância com Penteado (2011), Silva e Reis (2019), destacam que as redes sociais desempenham um papel crucial na representação política, pois oferecem uma plataforma onde cidadãos podem expressar suas opiniões, reivindicações e interesses diretamente.

As possibilidades de ampliação do alcance das opiniões via rede social e a liberdade de expressão na rede permite que o usuário entre em contato com uma diversidade de atores e opiniões, aos quais talvez antes não tivesse acesso sem esse instrumento. (SILVA; REIS, 2019, p. 2)

Qualquer indivíduo ou grupo pode se tornar um “representante” de uma causa, conseguindo visibilidade e atraindo atenção para questões que antes passavam despercebidas. Grupos de diferentes ideologias e interesses tornam as redes sociais um campo de disputa para legitimar suas pautas. Esta representação no ambiente digital, principalmente no *Instagram*, permite que temas como a causa animal, que é objeto deste estudo, como também de direitos humanos, questões ambientais e outros movimentos ganhem espaço de forma rápida e acessível.

Líderes políticos, partidos e movimentos sociais agora possuem meios diretos de dialogar com o público, sem a mediação de grandes veículos de comunicação. Por isso, os cidadãos não são mais apenas espectadores, mas agentes ativos e capazes de influenciar as decisões políticas por meio das interações cotidianas, como curtidas, compartilhamentos e comentários. Um modelo de democracia mais participativa, onde a opinião pública pode ser constantemente moldada e influenciada. “O fato é que essa opinião se propaga não porque possa ser provada, mas em geral porque penetra com um conjunto de elementos comoventes (emotivos) que pressionam aqueles que ouvem, vêem ou lêem”, (POYARES, 1998, p. 75)

Nas redes sociais, a mobilização política tem se mostrado uma das formas mais eficazes de engajamento político contemporâneo, principalmente, em épocas eleitorais (PENTEADO, 2011). Movimentos sociais, ativistas e grupos de interesse utilizam essas plataformas para se organizar, convocar manifestações, distribuir informações e sensibilizar a opinião pública. A mobilização digital possibilita que cidadãos, em qualquer parte do mundo, se unam em torno de causas comuns, sem as limitações físicas e geográficas de movimentos tradicionais.

Ao mesmo tempo em que oferece oportunidades de engajamento mais direto, a comunicação política nas redes sociais também impõe desafios. A rapidez com que a informação circula, por exemplo, pode ser uma faca de dois gumes: se, por um lado, é possível divulgar de forma instantânea, por outro, a desinformação também se espalha com a mesma velocidade. E a temática política mostrou-se terreno fértil para a disseminação de *fake news*. É o que mostrou a análise do site

*Buzzfeed News*⁶, que durante as eleições presidenciais dos Estados Unidos em 2016. Neste caso, inúmeras notícias falsas sobre as eleições tiveram mais alcance no *Facebook*. No estudo em questão, visualizou-se que nos três últimos meses de campanha, 20 histórias falsas, de sites que se dizem informativos e de blogs, relacionadas às eleições geraram 8,711 milhões de compartilhamentos, reações e comentários no *Facebook*, enquanto que as 20 melhores histórias eleitorais de 19 principais sites de notícias, como os jornais “*New York Times*”, o “*Washington Post*” e a *NBC News*, geraram um total de 7,367 milhões de compartilhamentos, reações e comentários no *Facebook*.

Para além das *fake news*, a natureza da comunicação nas redes sociais permite a criação de narrativas polarizadas, em que grupos antagônicos se distanciam cada vez mais, sem chance de diálogo ou conciliação.

Assim, se tomarmos a sociedade como um todo, a polarização é um fenômeno circunscrito, mas se tomarmos a esfera pública, na qual indivíduos privados discutem assuntos políticos fora do Estado, a polarização política é um fenômeno dominante. (RIBEIRO; ORTELLADO, 2018, p. 71).

Essa fragmentação da opinião pública tem se tornado uma preocupação crescente no cenário político, pois o debate muitas vezes se limita a posições extremas, o que dificulta a construção de consensos e o fortalecimento da deliberação democrática. Esse cenário é intensificado na era da pós-verdade, marcada pela formação de bolhas de opinião e pela relativização dos fatos, fenômenos discutidos por Kakutani (2018) e Pariser (2009), conforme aponta Lima (2024, p. 8).

Por outro lado, as redes sociais também apresentam oportunidades únicas para transparência e participação. Elas oferecem aos cidadãos a possibilidade de diretamente questionar representantes, cobrar por ações políticas e criar políticas públicas por meio de petições digitais e campanhas de pressão. Os governos, em muitos casos, têm utilizado as plataformas digitais para promover maior interatividade com a população, recebendo sugestões e *feedback* sobre políticas públicas em tempo real.

⁶ Disponível em:

<<https://www.buzzfeednews.com/article/craigsilverman/viral-fake-election-news-outperformed-real-news-on-facebook#.uc9gevywE>>. Acesso em 02 mai 2025

O avanço das redes sociais trouxe inovações profundas para o processo eleitoral brasileiro, revolucionando a forma como candidatos e eleitores interagem e participam das campanhas políticas. Essas plataformas, ao democratizar o acesso à informação e oferecerem canais de comunicação direta e dinâmica, fortaleceram a transparência e ampliaram o alcance das campanhas, beneficiando tanto os candidatos quanto o público. Com este avanço foi possível a mudança dos eleitores como telespectadores das eleições para se tornarem protagonistas, propiciado pela facilidade de intervir no pleito eleitoral e de um contato mais direto com os candidatos. (SOLON NETO; FREITAS, 2024, p. 5)

Diversos movimentos sociais têm se fortalecido nas redes sociais. A causa animal, por exemplo, encontrou uma nova forma de representação e mobilização por meio da internet. Organizações como ONGs, ativistas e cidadãos têm usado plataformas como *Twitter*, *Facebook* e *Instagram* para criar campanhas de conscientização, mobilizar recursos e pressionar os governos a implementarem políticas de proteção animal.

Um exemplo prático é a campanha contra o uso de animais em testes de cosméticos, que se tornou global e foi amplamente apoiada por usuários de redes sociais em diversos países. A pressão gerada nas plataformas digitais forçou empresas e governos a reavaliar práticas e políticas que antes eram comuns. Um caso emblemático dessa mudança é o do Chile, que, após intensa articulação da ONG *Te Protejo* e da *Humane Society International*, aprovou por unanimidade uma legislação que proíbe tanto os testes em animais quanto a comercialização de produtos testados. A conquista chilena mostra que o ativismo digital, quando bem organizado, pode ultrapassar fronteiras e provocar transformações institucionais profundas. Enquanto isso, no Brasil, o Projeto de Lei 3062/2022, que visa banir essa prática, segue parado no Congresso, revelando a distância entre mobilização social e vontade política.

As redes sociais vieram para democratizar a comunicação política, ampliando a participação cidadã e criando novas formas de mobilização e representação. No entanto, é fundamental que os usuários e agentes políticos reconheçam tanto as potencialidades quanto os desafios trazidos por essas plataformas.

Enquanto as redes sociais proporcionam novas oportunidades de participação, elas também exigem uma reflexão crítica sobre como as informações são compartilhadas, como os movimentos são organizados e como as narrativas são construídas. O futuro da comunicação política dependerá da capacidade de lidar com os desafios da desinformação, da polarização e da manipulação, ao mesmo

tempo em que se aproveitam as oportunidades de inclusão e de fortalecimento democrático.

Em um mundo cada vez mais digital, é essencial que as redes sociais continuem sendo utilizadas como ferramentas de engajamento político, capazes de transformar a esfera pública e garantir que as necessidades coletivas sejam representadas de forma justa e acessível a todos.

Dentre os muitos temas que ganharam força nas redes sociais, a causa animal se destaca pela sua capacidade de mobilização, e pelo potencial de influenciar políticas públicas e debates institucionais. O engajamento em torno da proteção dos animais ultrapassa a esfera do ativismo tradicional e adentra o campo político, onde cada curtida, compartilhamento e *hashtag* se transforma em pressão social. Assim, o ambiente digital se converte em palco de disputas simbólicas, onde a defesa dos direitos dos animais encontra ressonância nas pautas de candidatos, partidos e representantes públicos.

Nesse cenário, a causa animal não se limita a uma bandeira ética, mas passa a ser instrumentalizada estrategicamente por agentes políticos em busca de visibilidade, capital simbólico e, muitas vezes, votos. A próxima seção deste trabalho se debruça sobre como essa temática vem sendo usada como ferramenta política, explorando casos em que a defesa dos animais vai além da compaixão e se torna um ativo no jogo eleitoral. Afinal, entender essa apropriação é essencial para compreender as novas dinâmicas da comunicação política no Brasil contemporâneo.

3.3 A causa animal como ferramenta política

Nas últimas décadas, a ascensão das pautas identitárias e a crescente fragmentação do eleitorado têm levado políticos a buscar temas capazes de gerar identificação com públicos específicos. Dentro desse contexto, a causa animal emergiu como uma ferramenta política estratégica, capaz de mobilizar emoções, gerar engajamento social e, ao mesmo tempo, produzir capital simbólico para agentes públicos. Seja por genuína preocupação com o bem-estar animal ou por interesse eleitoral, o fato é que a proteção aos animais se consolidou como uma

agenda de forte apelo popular e, por isso, tornou-se também objeto de disputa no campo político-discursivo.

No Brasil, recentemente, governos municipais têm se empenhado na renovação de suas políticas para a gestão dos animais domésticos no meio urbano, revisando as clássicas políticas de extermínio de animais errantes, substituindo-as por abordagens de esterilização e “acolhimento responsável”, mediadas por equipes multidisciplinares (Lewgoy, Sordi & Pinto, 2015, p. 78).

A visibilidade da causa animal está intrinsecamente ligada à sensibilidade que ela desperta. Animais abandonados nas ruas, casos de maus-tratos expostos em vídeos virais, resgates emocionantes e campanhas de adoção movimentam as redes sociais e impactam diretamente a opinião pública. Nesse ambiente altamente midiático, políticos e partidos percebem a oportunidade de se posicionar ao lado de uma causa que dificilmente encontra resistência: defender os animais, afinal, parece eticamente inquestionável. Essa característica torna o tema politicamente contrário de outras pautas que dividem o eleitorado, a proteção animal tende a se unir em torno da empatia.

Do ponto de vista da comunicação política, a causa animal oferece elementos narrativos poderosos. A apropriação de símbolos (como cães e gatos resgatados), o uso de linguagem afetiva e a construção de uma imagem de “protetor dos indefesos” são estratégias recorrentes. Políticos que adotam essa bandeira geralmente associam sua imagem pessoal a valores como compaixão, sensibilidade, humanidade e ética. Em campanhas eleitorais, isso se traduz em fotos com animais de rua, vídeos em abrigos, projetos de lei voltados à castração gratuita, à criação de clínicas veterinárias públicas ou à criminalização de maus-tratos. O discurso é cuidadosamente moldado para tocar a emoção e fixar uma imagem positiva na memória do eleitor.

A análise de discurso aplicada à comunicação política permite compreender como essa construção simbólica opera. Os enunciados relacionados à causa animal são, muitas vezes, estruturados com base em fórmulas que visam maximizar o impacto emocional e ético do discurso. Expressões como “dar voz a quem não pode falar”, “cuidar dos nossos irmãos de quatro patas” ou “proteger os mais vulneráveis” são exemplos de como a linguagem é utilizada para construir um *ethos* de responsabilidade moral. O político, nesse contexto, se apresenta como mediador

entre os interesses da sociedade e os direitos dos animais, posicionando-se como alguém que transcende os interesses humanos em nome de uma causa altruísta.

Contudo, essa mesma característica pode abrir espaço para o uso oportunista da causa animal. A apropriação simbólica de uma pauta com alta aceitabilidade social não garante, por si só, o comprometimento com políticas públicas efetivas. Muitos políticos utilizam a causa como bandeira de campanha apenas para gerar visibilidade, sem apresentar propostas concretas, viáveis e orçamentariamente sustentáveis. Em outros casos, projetos são propostos apenas para marcar posição simbólica, sem intenção real de tramitarem ou serem implementados, configurando o que a literatura chama de ativismo legislativo performático, ou seja, uma atuação voltada mais para o *marketing* político do que para a transformação social. Essa instrumentalização da causa animal como estratégia eleitoreira é discutida por Baptistella e Abonizio (2015), ao analisarem candidaturas que se apoiam na imagem de animais para sensibilizar o eleitorado. Um exemplo emblemático é o do vereador Roberto Tripoli, eleito com expressiva votação em São Paulo após utilizar um cão como rosto de campanha. Segundo as autoras, os animais foram às urnas por meio dos humanos" (Baptistella & Abonizio, 2015, p. 348), revelando como o afeto por animais domésticos pode ser mobilizado politicamente, ainda que, na prática, políticas públicas efetivas em prol dos animais permanecem escassas ou secundarizadas.

O risco do esvaziamento político da causa animal se intensifica em contextos de alta midiática, nos quais a performance nas redes sociais pode gerar mais dividendos eleitorais do que a efetividade da gestão pública. Nesse sentido, a instrumentalização da pauta não se limita ao discurso: ela se manifesta na escolha de determinadas ações em detrimento de outras, na priorização de projetos de fácil apelo midiático, e na omissão diante de problemas estruturais, como o déficit de políticas públicas de longo prazo, a precariedade dos serviços veterinários gratuitos ou a ausência de estratégias de educação e conscientização sobre guarda responsável.

Durante campanhas eleitorais, é comum observar uma explosão de promessas relacionadas à causa animal: ampliação de serviços de castração, construção de abrigos municipais, distribuição de ração, incentivo à adoção, contratação de veterinários, criação de secretarias específicas, entre outras. Em muitos casos, essas propostas não são acompanhadas de estudos técnicos ou

previsão orçamentária, o que revela seu caráter simbólico. A falta de articulação com políticas intersetoriais, como saúde pública, meio ambiente e educação, também compromete a eficácia dessas promessas.

Por outro lado, quando utilizada de forma responsável e integrada, a causa animal pode se tornar uma ponte entre o poder público, a sociedade civil organizada e os cidadãos. Políticas públicas bem estruturadas de proteção animal têm impactos diretos na saúde pública (redução de zoonoses), na segurança (controle populacional de animais abandonados), na educação (formação de valores como empatia e responsabilidade) e até na economia (geração de empregos no setor pet e veterinário). Nesses casos, a causa animal deixa de ser uma ferramenta eleitoreira e passa a ser um instrumento de transformação social.

Se um hospital veterinário público parece um luxo ou até mesmo um desrespeito diante da realidade da saúde pública oferecida aos humanos no país, nada impede que tutores de pets escolham seus representantes políticos entre aqueles que demonstram engajamento com temas relacionados aos animais não humanos. Até mesmo porque, para algumas pessoas, os animais estimados são mais próximos do que muitos parentes consanguíneos (Baptistella; Abonizio, 2015, p. 353).

Além disso, a atuação política em defesa dos animais pode fomentar o engajamento social. Cidadãos comuns que se envolvem com a proteção animal, como protetores independentes, ativistas e cuidadores voluntários que muitas vezes se tornam aliados estratégicos de parlamentares comprometidos. A comunicação com esses grupos, especialmente nas redes sociais, gera um circuito simbólico de pertencimento e colaboração. O político representa e apresenta como parte de uma comunidade mobilizada em torno de um bem comum.

Portanto, é possível afirmar que a causa animal cumpre múltiplos papéis no campo político: pode ser usada como bandeira simbólica para autopromoção, como estratégia de *marketing* emocional, como tema de políticas públicas integradas ou como catalisador de participação cidadã. O desafio está em distinguir o uso ético do uso oportunista e em cobrar dos representantes públicos o discurso sensível, mas também ações efetivas, transparentes e articuladas com a realidade local.

No âmbito deste trabalho, a análise das redes sociais de determinadas parlamentares, como a vereadora Alessandra Ludwig (Venâncio Aires), revela justamente esse duplo movimento. De um lado, há a construção de uma imagem de

defensora dos animais, com publicações emotivas, registro de resgates e engajamento com ONGs e protetores. De outro, é necessário investigar até que ponto esse discurso se materializa em ações institucionais concretas e sustentáveis. A análise crítica desse processo, que é tanto no conteúdo verbal quanto imagético, é essencial para compreender como a causa animal pode ser, ao mesmo tempo, um campo de empatia e de disputa simbólica no jogo político contemporâneo.

4 A VEREADORA ALESSANDRA LUDWIG E SUA ATUAÇÃO DIGITAL DURANTE A ENCHENTE

A enchente que atingiu o estado do Rio Grande do Sul em 2024 foi um dos eventos mais devastadores da história recente da região. Com 478 dos 497 municípios afetados, o desastre deixou um saldo de 184 mortos e 25 pessoas desaparecidas, segundo dados da Defesa Civil. As perdas materiais e ambientais foram significativas, especialmente no interior do estado, com impactos severos sobre a agropecuária. Estima-se que os prejuízos tenham alcançado R\$ 13,1 bilhões nas cidades que decretaram situação de emergência ou estado de calamidade, sendo R\$ 5,3 bilhões apenas no setor agropecuário. De acordo com a Emater-RS, aproximadamente 206 mil famílias de agricultores foram diretamente atingidas pelas cheias.

Além dos danos humanos e estruturais, o desastre provocou efeitos profundos na fauna doméstica e produtiva. Um relatório da Emater estimou a morte de 29.356 animais, a destruição de 370 caixas de abelhas e a perda de 35,5 toneladas de peixes, especialmente na região do Vale do Taquari. Por outro lado, ações de resgate e acolhimento resultaram no salvamento de aproximadamente 10 mil animais, demonstrando a mobilização de voluntários, ONGs e agentes públicos diante do sofrimento animal em meio ao colapso ambiental.

Em contextos de crise como esse, o comportamento de lideranças políticas tende a ganhar visibilidade. As redes sociais tornam-se ferramentas centrais para a articulação de ações emergenciais, disseminação de informações, prestação de contas e, sobretudo, para a construção e fortalecimento de imagem pública. No caso de agentes políticos com mandatos legislativos, como vereadores e deputadas(os), a visibilidade digital passa a ser uma forma de comunicação institucional e um espaço estratégico de atuação simbólica.

Neste capítulo, será analisada a atuação digital da vereadora Alessandra Ludwig, de Venâncio Aires, durante o auge da enchente, com ênfase no modo como ela mobilizou a causa animal diante do cenário de calamidade. O objetivo é compreender de que forma a parlamentar utilizou sua presença nas redes sociais, especialmente no *Instagram*, para articular ações, sensibilizar o público e construir

vínculos com a comunidade a partir de uma pauta específica: a proteção dos animais em situação de risco.

A escolha da causa animal como eixo central de comunicação não é casual. Trata-se de um tema que, além de mobilizar afetos, gera empatia, engajamento e pode representar uma ponte entre o discurso político e o cotidiano das pessoas. Ao observar as postagens da parlamentar no *Instagram* entre 30 de abril e 31 de maio de 2024, nota-se uma intensificação do uso de elementos simbólicos ligados ao cuidado com os animais, bem como um esforço contínuo para se posicionar como uma figura presente, atuante e sensível frente à crise humanitária e ambiental.

Antes de mergulhar na análise específica das postagens realizadas durante o período crítico da enchente, é necessário compreender o percurso político da vereadora Alessandra Ludwig e sua relação prévia com a pauta animal. Essa contextualização permite identificar a coerência (ou não) entre seu histórico de atuação e o discurso mobilizado em meio à emergência climática vivenciada no município e no estado.

4.1 Carreira de Alessandra Ludwig e seu envolvimento com a causa animal

Alessandra Ludwig é vereadora pelo Partido dos Trabalhadores (PT) em Venâncio Aires, município localizado no Vale do Rio Pardo, no interior do Rio Grande do Sul. Sua trajetória política é marcada por uma atuação voltada a pautas sociais, com destaque para a causa animal, que passou a ocupar lugar central em seu mandato desde os primeiros anos de legislatura. A parlamentar se apresenta publicamente como protetora dos animais e defensora dos direitos dos “que não têm voz”, expressão recorrente em suas comunicações digitais.

Ainda antes da enchente de 2024, a vereadora já mantinha um discurso regular sobre abandono de animais, maus-tratos, necessidade de castração e alimentação, e cobrava frequentemente do poder público medidas mais efetivas no cuidado com a população animal em situação de rua. Suas redes sociais, especialmente o *Instagram*, funcionam como extensão de seu mandato e como plataforma de visibilidade para sua atuação junto à causa.

Em suas publicações, há um padrão discursivo de forte apelo emocional, com uso frequente de fotografias de animais resgatados, vídeos curtos que mostram

ações em campo e legendas que evocam empatia. A atuação de Alessandra vai além do campo simbólico: ela é autora de projetos de lei voltados à causa animal, participa de audiências públicas e articula parcerias com ONGs e protetores independentes. No entanto, é nas redes sociais que sua imagem de “ativista política pelos animais” se consolida de maneira mais clara, especialmente em casos como a enchente.

4.2 Contexto da enchente e impacto na causa animal

A enchente que atingiu Venâncio Aires entre os meses de abril e maio de 2024 foi causada por chuvas intensas e pelo transbordamento de rios e arroios da região. O evento provocou alagamentos em diversos bairros da cidade, desabrigou famílias, interrompeu serviços públicos e gerou danos estruturais significativos. Junto aos impactos sobre a população humana, a tragédia também expôs de maneira dramática a vulnerabilidade dos animais — muitos deixados para trás em áreas de risco, outros arrastados pelas águas, feridos, famintos ou separados de seus tutores.

Nesse contexto, a causa animal passou a ocupar um lugar emergente no debate público, muitas vezes invisibilizada diante da prioridade dada à assistência humana. No entanto, a atuação de protetores independentes, grupos de resgate e alguns agentes políticos permitiu que a pauta ganhasse visibilidade, sobretudo nas redes sociais. A vereadora Alessandra Ludwig foi uma das figuras públicas que protagonizaram essa mobilização digital.

De acordo com a Secretaria de Meio Ambiente (Semma), por meio da equipe da Causa Animal e de voluntários, mais de 600 animais foram resgatados — entre cães, gatos, aves, suínos, caprinos, bovinos e equinos. Do total, 172 animais foram albergados, sendo 25 sem identificação de tutores e mantidos sob responsabilidade da Semma. Além disso, 11 animais passaram pela secretaria necessitando de atendimento médico, enquanto 142 foram auxiliados nos resgates e transportados com seus tutores para locais seguros. Ao todo, 350 animais foram diretamente atendidos pela pasta, com acolhimento, albergagem, transporte e cuidados veterinários. Os abrigos utilizados incluíram lares temporários, o Centro de Adestramento Cão Amigo, o CT Animal e clínicas veterinárias parceiras.

Durante os dias mais críticos da enchente, Alessandra intensificou sua presença online, realizando postagens diárias que documentavam ações de resgate, campanhas de arrecadação de ração e produtos veterinários, denúncias de abandono e convocações para adoções emergenciais. Seu perfil no *Instagram* passou a funcionar como uma central informal de comunicação da causa animal em meio ao caos, articulando voluntários, recebendo denúncias e exibindo sua atuação em campo.

As postagens seguiam um padrão visual e narrativo que reforçava a conexão emocional com os seguidores. Imagens de cães e gatos molhados, sujos e assustados eram acompanhadas de legendas apelativas, como “Eles também estão sofrendo” ou “Não vamos abandoná-los agora”. Além disso, a vereadora aparecia frequentemente em vídeos com vestimentas simples, em meio à lama, carregando caixas ou oferecendo alimento e abrigo aos animais. A linguagem corporal e a estética dessas postagens contribuíram para a construção de uma imagem de proximidade e autenticidade.

A enchente, portanto, funcionou como um catalisador para a atuação política digital da vereadora e, ao mesmo tempo, como um campo de disputa simbólica. Enquanto algumas lideranças municipais priorizavam discursos institucionais sobre infraestrutura e assistência social, Alessandra adotou uma estratégia comunicacional centrada na empatia e na mobilização da comunidade em torno de uma causa específica. O resultado foi o fortalecimento de seu capital político junto ao segmento protetor e animalista, além da ampliação de sua visibilidade enquanto liderança sensível às “vidas esquecidas”.

A utilização da causa animal em um contexto de calamidade pública levanta questões importantes sobre os limites entre ação política e autopromoção. Embora seja inegável a relevância de ações de proteção animal em situações emergenciais, a forma como essas ações são comunicadas pode reforçar ou fragilizar a legitimidade da atuação parlamentar. No caso de Alessandra Ludwig, o engajamento digital gerado por suas postagens durante a enchente evidencia uma apropriação estratégica das ferramentas de comunicação política — mas também convida à reflexão crítica sobre o papel das redes sociais na mediação entre o real e o simbólico.

O próximo capítulo buscará aprofundar essa discussão a partir da análise das publicações da vereadora em seu perfil do Instagram, considerando aspectos verbais, imagéticos e performáticos do discurso político digital durante a crise.

5 PUBLICAÇÕES NO *INSTAGRAM* DA VEREADORA ALESSANDRA LUDWIG

Neste capítulo, realiza-se a análise discursiva das publicações feitas pela vereadora Alessandra Ludwig em sua conta pública no *Instagram*, durante o período de 30 de abril a 31 de maio de 2024 — intervalo marcado pela enchente que atingiu Venâncio Aires e mobilizou diferentes esferas da sociedade. A partir do recorte da causa animal, busca-se compreender como o discurso político é construído, performado e difundido em contextos de crise, especialmente por meio das redes sociais digitais, que funcionam como palco de visibilidade e engajamento.

A catalogação tanto das postagens, quanto do engajamento serão feitas em tabelas, com informações específicas com destaques ao enunciados.

A análise parte do princípio de que o discurso político, mesmo quando se apresenta revestido de causas sociais, está imerso em condições de produção específicas e carrega intencionalidades estratégicas. Assim, ao observar as formas pelas quais a vereadora comunica suas ações, valores e vínculos afetivos com a população, principalmente com aqueles mobilizados pela proteção animal, pretende-se desvendar os mecanismos linguísticos, simbólicos e imagéticos que sustentam essa construção discursiva. Nesse sentido, a Análise de Discurso (AD), enquanto campo teórico-metodológico, permite ultrapassar a superfície do texto e observar os sentidos produzidos a partir de relações de poder, posições de sujeito e interações com o outro.

5.1 Procedimentos metodológicos da análise

A presente pesquisa adota como base metodológica a Análise de Discurso (AD) de linha francesa, especialmente a partir das contribuições teóricas de Eni Orlandi, Patrick Charaudeau e Maria Helena Nogueira. Essa abordagem parte do princípio discurso é um lugar de construção de sentidos, permeado por ideologia, atravessado por relações de poder e situado em contextos históricos e sociais específicos. Diferente das abordagens tradicionais da linguística, que muitas vezes focam na estrutura gramatical da linguagem, a AD propõe compreender como o sentido é produzido nas práticas discursivas e como essas produções constroem, disputam ou silenciam realidades.

A opção por uma metodologia qualitativa, com apoio de dados quantitativos, visa justamente captar essas nuances discursivas focando no como, por que e em que condições algo é dito. Como destaca Orlandi (2007), o discurso é sempre atravessado por ideologias e posições sociais, sendo a linguagem constitutiva dos sujeitos e das realidades que habitam. Dessa forma, o discurso político analisado nesta pesquisa, especificamente, as postagens da vereadora Alessandra Ludwig no *Instagram* durante a enchente de 2024 deve ser entendido como construção simbólica de poder, performance de legitimidade e tentativa de vinculação afetiva com os eleitores.

Charaudeau (2006) reforça que o discurso político é marcado por uma lógica de encenação. O sujeito político precisa constantemente construir sua imagem (seu *ethos* discursivo) como alguém competente, confiável e comprometido. Nas redes sociais, essa encenação é potencializada. A comunicação se dá de maneira rápida, visual e emocionalmente intensa. As plataformas digitais exigem do político uma performance constante, com forte apelo imagético e afetivo, que favoreça o engajamento e a viralização. A construção da credibilidade, nesse cenário, não depende apenas de conteúdo racional, mas da capacidade de tocar simbolicamente os interlocutores — seja pelo afeto, pela empatia ou pela mobilização de valores compartilhados.

É nesse contexto que se insere a análise das publicações feitas pela vereadora Alessandra Ludwig no *Instagram* entre os dias 30 de abril e 31 de maio de 2024. O período analisado corresponde ao auge da enchente que atingiu Venâncio Aires e outras cidades do Rio Grande do Sul, e foi marcado por um aumento significativo da presença digital da vereadora. Sua atuação nas redes, especialmente em torno da causa animal, tornou-se mais intensa, frequente e estratégica. Com base na metodologia da Análise de Discurso, esse momento foi entendido como a reação a uma tragédia, mas como oportunidade discursiva de fortalecimento de sua identidade política e de engajamento de sua base de apoio.

A metodologia adotada nesta pesquisa foi organizada em quatro etapas principais: (1) o levantamento e a catalogação de postagens relacionadas à causa animal publicadas durante o período da enchente; (2) a análise dos elementos verbais (legendas, vocabulário, construção sintática) e não verbais (imagens, gestos,

expressões faciais, cenário, roupas, cores) de 13 publicações selecionadas; (3) a observação do nível de engajamento gerado pelas postagens, com base em dados de curtidas, comentários, compartilhamentos e visualizações; e (4) a articulação dos achados empíricos com os principais conceitos da Análise de Discurso e da comunicação política em ambientes digitais.

A análise foi organizada com base em categorias discursivas como análise verbal, análise imagética, recursos discursivos e efeitos de sentido. O cruzamento dessas categorias permitiu compreender como a linguagem foi utilizada de forma estratégica para reforçar determinados valores, silenciar outros e produzir sentidos que favorecessem a construção de um *ethos* político vinculado à empatia, à proteção dos vulneráveis e à ação direta. Ao observar as postagens, foi possível identificar elementos como o uso reiterado de expressões afetivas (“não vamos deixar nenhum para trás”), a centralidade dos animais resgatados nas imagens, a presença constante da vereadora nas fotos e vídeos, e o apelo ao coletivo por meio de frases no plural (“estamos juntos”, “vamos ajudar”).

Esses recursos produziram efeitos de sentido importantes. Em primeiro lugar, reforçaram a identificação da vereadora com a causa animal, construindo um vínculo simbólico que extrapola o momento da enchente e se inscreve em uma trajetória discursiva já conhecida por seu público. Em segundo lugar, deslocaram o foco do debate público para um ponto específico da crise — os animais — o que, conforme Orlandi (2003), pode ser interpretado como um efeito de silenciamento estratégico: ao enfatizar uma pauta emocional e consensual, evitam-se discussões mais complexas e potencialmente controversas sobre gestão pública, políticas sociais e responsabilidades institucionais. Por fim, as postagens também cumpriram uma função performática no sentido de reforçar a presença da vereadora como figura atuante, disponível e mobilizada, aspectos centrais da legitimidade discursiva apontada por Charaudeau (2006).

A tabela de engajamento construída com base nas 13 postagens analisadas mostra que as publicações com maior número de interações (curtidas, comentários e compartilhamentos) foram aquelas que apresentavam forte apelo emocional e visual, com animais em situação de vulnerabilidade e mensagens de acolhimento. Isso reforça a ideia de que o discurso político no ambiente digital é mais eficaz quando

combina racionalidade com emoção, dados com narrativas, e imagens com performances identitárias.

Portanto, esta análise não se limita à descrição das postagens ou ao levantamento de dados numéricos. Ela busca compreender os sentidos produzidos a partir das escolhas discursivas realizadas pela vereadora, tendo como foco os mecanismos que orientam a construção da identidade política, a legitimação de suas ações e a mobilização emocional do público. O discurso, como ressalta Orlandi (2003), nunca é neutro: ele expressa posições, oculta outras, disputa sentidos e molda realidades. E é nesse espaço de disputa que a política se realiza — também, e cada vez mais, nas redes sociais digitais.

5.2 Análise de Discurso do perfil *Instagram* da Vereadora Alessandra Ludwig

Neste subcapítulo, são apresentados os principais temas abordados nas postagens da vereadora Alessandra Ludwig no Instagram, no período de 30 de abril a 30 de maio de 2024, com ênfase na atuação voltada à causa animal durante o contexto da enchente que atingiu o município e região. As postagens foram organizadas conforme data, assunto, tipo de conteúdo, elementos presentes, recursos discursivos e enunciados analisáveis com base na Análise de Discurso (AD).

5.2.1 Perfil da vereadora

Será feita a análise do perfil da vereadora escolhida para este trabalho. A analítica adotada foi dividida em categorias da Análise de Discurso: análise verbal, análise imagética, recursos discursivos e efeitos de sentido.

Bem como será considerada a análise do engajamento obtido pelas postagens, levando em conta indicadores como curtidas, comentários e compartilhamentos, com o objetivo de compreender a repercussão do discurso junto ao público. Essa análise quantitativa serve como complemento à abordagem

qualitativa da Análise de Discurso, permitindo compreender como o discurso é construído, recebido, interpretado e repercutido pelos seguidores.

5.2.1.1 Análise do perfil

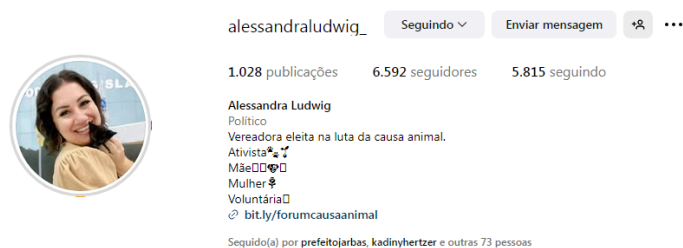
Durante o período de 31 dias, entre os meses de abril e maio de 2024, a vereadora Alessandra Ludwig que, à época, já era pré-candidata à vereadora em Venâncio Aires, realizou 21 publicações em seu perfil no *Instagram*. Desse total, 13 postagens foram selecionadas e analisadas para este trabalho, com foco naquelas que apresentavam maior densidade discursiva relacionada à causa animal, bandeira central de sua atuação política e elemento que sustentou sua campanha eleitoral vitoriosa em 2024.

A interatividade se destaca como um ponto forte no perfil da vereadora. O *Instagram*, por sua natureza multimodal, oferece diversos recursos que facilitam a aproximação entre a figura pública e seus seguidores, como curtidas, comentários, compartilhamentos, marcação de amigos e salvamento de publicações. Alessandra utiliza essas ferramentas de forma estratégica: a maioria de suas postagens ultrapassa 200 curtidas, e seu perfil acumula atualmente 6.592 seguidores, o que indica um nível expressivo de engajamento para um perfil político de alcance municipal.

No cenário político contemporâneo, as redes sociais representam espaços fundamentais de construção de imagem e diálogo com o eleitorado. Nesse sentido, Alessandra Ludwig demonstra domínio comunicacional da plataforma, utilizando-a principalmente para divulgar suas ações parlamentares ligadas à causa animal, com publicações frequentes, linguagem acessível e forte apelo afetivo. É notável, ainda, que há pouca exposição de aspectos pessoais, como família ou vida privada, o que reforça o foco institucional e temático do seu perfil.

Além disso, a vereadora demonstra habilidade em utilizar os recursos visuais e funcionais da plataforma, como reels, fotos com descrições afetivas, colaborações com outros perfis e vídeos com trilhas emocionais. O *Instagram*, por sua natureza multimodal, amplia as possibilidades de interpelação do público, e Alessandra sabe explorar esses elementos para gerar identificação, mobilização e apoio prático às suas ações, como resgates, adoções e arrecadações.

Figura 1 - Perfil da vereadora



Créditos: Reprodução/*Instagram*

Durante o período analisado, o formato mais presente nas publicações da vereadora foi o *reels*, em 11 das postagens. Esse recurso permite a inserção de vídeos e/ou uma combinação de imagens e trechos audiovisuais que podem ser acompanhados de legenda e descrição textual. Embora tenha surgido originalmente no *Instagram*, pode ser compartilhado no *Facebook*. O uso desse formato oferece ao dono do perfil múltiplas possibilidades expressivas, como o uso da fala, da linguagem corporal, da entonação, da vestimenta e da ambientação, elementos que contribuem para a construção de sentido e fortalecimento da imagem pública. Possivelmente, essa variedade de recursos explicaria a preferência da vereadora por esse tipo de postagem, uma vez que o formato favorece a encenação de sua atuação política e engajada no município.

Vale destacar que Alessandra conta com o apoio de dois assessores na produção de seus conteúdos, os quais colaboram na construção das representações midiáticas que reforçam sua imagem diante do público e da mídia local. No quadro a seguir, foi realizada a catalogação das postagens selecionadas, com destaque para os temas abordados, os recursos discursivos empregados e os enunciados mais representativos.

Tabela 1 - Tabela de catalogação de posts

Data	Assunto/ Tema	Tipo de post	Elementos	Recursos Discursivos	Enunciados
------	------------------	--------------	-----------	-------------------------	------------

30/04/2024	Pedido de ajuda durante enchente	<i>Reels</i>	Vídeo e descrição	Apelo emocional	<p>“Eu peço a colaboração de todos, que todo ajudem nesse momento, precisamos sim, são muitos animais que precisam de ajuda</p> <p>“Esse é o momento da rede de apoio, vamos nos ajudar, vamos nos solidarizar com os próximos”</p>
01°05/2024	Chamado para voluntariado	Foto	Foto, legenda e descrição	Apelo à solidariedade, uso de emojis	<p>“Amigos! Mais uma vez estamos precisando da sua ajuda”</p> <p>“Ração, insumos para os animais”</p>
05/05/2024	Chamado para voluntariado no albergue em Linha Mangueirão	<i>Reels</i>	Vídeo e descrição	Discurso afetivo, interpelação direta, gratidão	<p>“Todos aqueles que são resgatados e que não identificamos o tutor, estão indo conosco para Venâncio”</p> <p>“Tá, meus amigos,</p>

					então, eu também gostaria de pedir a vocês, quem quiser se voluntariar e vir aqui nos ajudar com os animais, todos serão bem vindos” “agradeço de coração toda a ajuda que estamos recebendo”
07/05/2024	Valorização da equipe	Foto	Foto e descrição	Apelo emocional, construção do <i>ethos</i> empático	“Aquela ‘parada’ para dar um colo e receber em troca a melhor energia” “Salvando vidas humanas e não humanas, dia e noite”
18/05/2024	Valorização SEMMA e voluntários	Reels (vídeo+texto sobreposto)	Vídeo, texto sobre imagens, música e descrição	Construção do <i>ethos</i> coletivo, discurso de resistência, linguagem afetiva	“Toda Vida Importa” “A equipe da SEMMA e voluntários seguem firmes nessa luta”
22/05/2024	Doação de recurso	Foto	Foto e descrição	Apelo à solidariedade	“Toda ajuda é bem vinda, independente do valor ou forma de ajudar”

					“Estes animais precisam de nós neste momento”
23/05/2024	Chamado para tutores identificar em seus pets	<i>Reels</i> em colaboração	Vídeo, música e descrição	Apelo emocional	“Reencontre seu amigo” “Espero que cada anjo reencontre seu dono e tenha um lar seguro”
24/05/2025	Divulgação de adoção de animais	<i>Reels</i>	Vídeo, música e descrição	Linguagem informal e afetiva, apelo emocional, convocação direta	“Gentiiii!! Essa galerinha amada estarão amanhã e domingo esperando por você! Eles merecem um novo lar”
25/05/2024	Dia Nacional da Adoção	<i>Reels</i>	Vídeo, música, texto sobre as imagens e descrição	Narrativa emocional, Ênfase na coletividade	“Seja feliz na casa nova, Maya” “Já foram 25 adoções e amanhã tem mais”
26/05/2024	Adote um Pet	<i>Reels</i>	Vídeo, música, texto sobre imagem	Apelo emocional	“Adote um pet” “Seguimos por aqui... Patudos aguardando uma

					nova chance de alegria” “TODA VIDA IMPORTA”
26/05/2024	Adoção de animais	<i>Reels</i>	Vídeo, música, texto sobre imagem	Apelo emocional, apelo à solidariedade	
27/05/2024	Adoção	<i>Reels</i>	Vídeo, música, descrição	Apelo emocional, apelo à solidariedade	“Seu melhor amigo de quatro patas pode estar aqui”
29/05/2024	Pets resgatados	<i>Reels</i>	Vídeo, descrição	Apelo emocional, apelo à solidariedade	“Quem sabe você encontra um amiguinho?” “Espero vocês”

Fonte: Elaborado pela autora

Análise Verbal

Entre os enunciados em destaque nos discursos, falas e escritas da vereadora Alessandra, de acordo com a Análise de Discurso, são utilizadas estratégias discursivas para mobilizar o público, fortalecer seu posicionamento político e construir uma imagem de autoridade afetiva e ativa diante da causa animal. Todos possuem objetivo político e usam de linguagem específica para este meio.

Com postura clara em defesa da causa animal, a vereadora evidencia em seu perfil seu comprometimento político e ético com os direitos dos animais. Isso é perceptível na constância temática das postagens e na repetição de enunciados que reforçam valores como empatia, solidariedade e cuidado.

Durante o período de enfrentamento da enchente que atingiu Venâncio Aires e região no mês de maio de 2024, ela adotou um posicionamento firme em defesa dos animais, assumindo o protagonismo nas ações de resgate, cuidado e busca por adoções. Reforçou sua identidade política vinculada à causa animal e projetou uma imagem de liderança para aquela situação.

“Salvando vidas humanas e não humanas, dia e noite.” (07-05-2024)

Esse posicionamento é construído discursivamente por meio de enunciados que ressaltam a urgência, a empatia e o senso de responsabilidade coletiva, reafirmando o compromisso ético da vereadora com a proteção animal. Além de convocar o público à ação, os enunciados também ampliam o entendimento de “vida digna”, incluindo os animais como sujeitos de cuidado e afeto. Esse discurso evidencia a principal bandeira de atuação de Alessandra Ludwig, que se apresenta de forma constante como defensora dos direitos dos animais e comprometida com o bem-estar deles. Em diversas postagens, a vereadora afirma que essa é sua missão, e reforça a ideia de que a população pode contar com ela. A presença frequente de comentários positivos e relatos de apoio em suas publicações revela uma relação de proximidade com seus seguidores, que atuam como rede de incentivo e engajamento, reforçando sua legitimação enquanto representante pública. Essa recepção também se configura como fator motivacional para que ela mantenha e reforce sua atuação nas redes e fora delas.

O uso estratégico do *Instagram* como principal ferramenta de comunicação revela uma intencionalidade clara de visibilidade pública. A plataforma é utilizada para informar ações, construir vínculos simbólicos com os seguidores, divulgar suas pautas e atrair possíveis apoiadores e eleitores. Em um cenário onde as redes sociais se consolidam como palco da política contemporânea, a performance da vereadora nesse espaço demonstra conhecimento das dinâmicas digitais e da importância da imagem pública na conquista e manutenção de capital político.

Entende-se que a Análise de Discurso parte do princípio de que todo enunciado carrega posições ideológicas, construídas a partir das vivências, da cultura e dos lugares sociais que os sujeitos ocupam. Assim, mesmo quando não há declarações explícitas de cunho eleitoral, o discurso revela traços de posicionamento político e intenções comunicacionais. No caso da vereadora Alessandra Ludwig, embora suas postagens não façam menção direta à campanha, elas atuam como instrumentos de propaganda simbólica, pois evidenciam atributos comumente associados a uma representante pública ideal: ação, liderança, empatia e comprometimento com o coletivo.

“Agradeço de coração toda a ajuda que estamos recebendo.” (05-05-2024)

Este enunciado demonstra empatia e reconhecimento, bem como atua de forma sutil como propaganda. Alessandra se posiciona como parte ativa de uma rede comunitária e constrói a imagem de uma representante sensível, presente e comprometida com a coletividade. Uma construção discursiva que reforça valores positivos associados à sua figura, fortalecendo sua imagem pública e contribui para a fidelização de seu eleitorado, mesmo em postagens que não contenham apelos eleitorais explícitos.

A construção verbal do discurso da vereadora Alessandra Ludwig revela uma comunicadora com habilidade linguística e domínio dos recursos retóricos típicos das redes sociais. Sua comunicação se destaca pela clareza, afetividade e direcionamento direto ao público, configurando-se como uma estratégia discursiva que combina simplicidade de linguagem com forte capacidade de mobilização. Um dos aspectos mais evidentes é a facilidade de comunicação da vereadora, que se manifesta na escolha de um vocabulário acessível, próximo da linguagem oral e emocionalmente carregado, como este trecho:

“Gentiiii!! Essa galerinha amada estarão amanhã e domingo esperando por você! Eles merecem um novo lar” (24-05-2024)

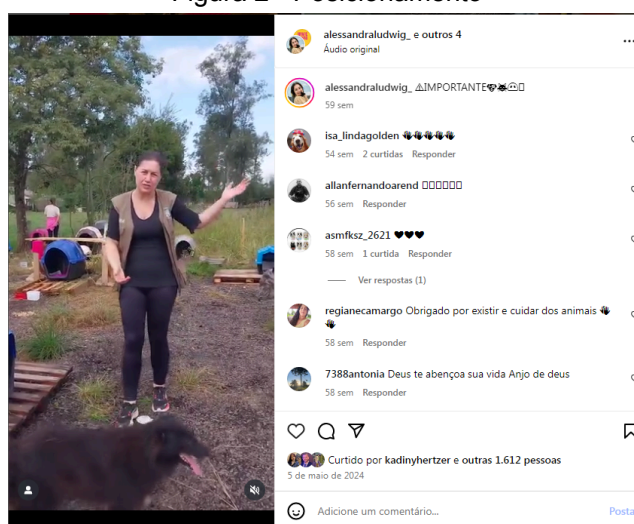
O enunciado evidencia essa característica, ao passo que criam proximidade com os seguidores e contribuem para a humanização da figura pública. Essa aproximação fortalece o vínculo entre representante e comunidade, aspecto essencial para o engajamento político nas plataformas digitais.

Além disso, Alessandra se utiliza de falas firmes e diretas, marcadas pela convicção e pelo tom de urgência.

“Precisamos sim, são muitos animais que precisam de ajuda” (30/04/2024)

Uma fala que convoca o público à ação, promovendo um discurso mobilizador, com marcas de autoridade e comprometimento. A escolha por construções afirmativas e imperativas sugere um posicionamento decidido, reforçando sua imagem como liderança ativa durante a crise vivida pelo município.

Figura 2 - Posicionamento



Créditos: Reprodução/Instagram

É possível compreender que a comunicação pública e política da vereadora funciona como instrumento de militância discursiva, especialmente em defesa da causa animal, sua principal bandeira de atuação. Ao articular enunciados que apelam à emoção, ao dever coletivo e à empatia, ela produz sentidos que sustentam e reafirmam sua identidade política diante do eleitorado.

Assim, a análise verbal das postagens revela os traços de um discurso eficiente e afetivo, mas também a forma como ele constrói autoridade, mobiliza afetos e atua como reforço simbólico de sua atuação política.

Análise Imagética

A construção da imagem pública da vereadora Alessandra, especialmente durante a enchente, revela uma estética comunicativa marcada pela autenticidade, simplicidade e foco em sua principal causa política: a defesa dos animais. A escolha de elementos visuais que compõem sua identidade imagética não é meramente estética, mas comunica valores e reforça simbolicamente sua atuação.

Um dos elementos mais recorrentes em suas aparições é a vestimenta institucional: Alessandra utilizava frequentemente o colete da Secretaria Municipal do Meio Ambiente, órgão no qual atuava à época.

Figura 3 - Vestimenta



Créditos: Reprodução/Instagram

Esse uso reforça uma imagem de engajamento direto com o trabalho de campo, aproximando-o da figura do “agente ativo” e da servidora pública comprometida. O colete, neste caso, operava como um ícone visual de autoridade, presença constante e legitimidade institucional, além de conectar diretamente sua imagem à causa ambiental e animal.

Outro ponto de destaque é o semblante predominantemente sério. Mesmo em registros com animais ou em contextos de ações sociais, Alessandra raramente adota expressões faciais descontraídas.

Figura 4 - Expressão facial



Créditos: Reprodução/Instagram

A seriedade de seu rosto comunica responsabilidade, urgência e comprometimento diante da situação que o município enfrentou. Essa escolha visual, constrói uma narrativa silenciosa, porém poderosa, de que a vereadora está inteiramente envolvida na resolução dos problemas, particularmente na proteção dos animais.

Apesar da seriedade, seus vídeos mantêm traços de simplicidade e autenticidade. Não há traços de superprodução estética ou de distanciamento típico de figuras públicas altamente mediadas. O enquadramento dos registros geralmente é espontâneo, feito no local das ações, em contextos reais de atuação, muitas vezes com os próprios animais em foco, cães no colo, ao redor, em abrigos ou ruas. Estética realista que reforça a empatia e aproxima sua figura do cotidiano das pessoas comuns, como alguém “do povo e para o povo”, (CHARAUDEAU, 2006, p.5).

Visualmente, os animais são quase sempre protagonistas das cenas, mesmo quando a vereadora está presente. Isso sinaliza coerência com seu discurso e torna sua imagem uma extensão direta de sua bandeira política. Além disso, a presença constante de cães e gatos, em situações vulneráveis ou de resgate, reforça que a causa de proteção animal é eixo central de sua identidade pública.

Vale destacar que mesmo todos os enunciados possuírem cunho político, há uma predominância de registros não performáticos, nos quais a vereadora parece estar mais preocupada com a ação do que com a autopromoção. Percebe-se ausência de vaidade e a escolha por registros funcionais em vez de esteticamente refinados. Ela constrói uma imagem genuína, combativa e ética, ancorada no

trabalho prático e no compromisso com os vulneráveis, sejam eles humanos e não humanos.

Recursos Discursivos

A parlamentar aparece frequentemente em cena, seja em vídeos, fotos ou interações com voluntários e animais. Seu perfil vai além da transmissão de informações ou prestação de contas; ela opera por meio de estratégias discursivas que articulam performance corporal, afetividade e interpelação direta ao público, compondo uma narrativa política altamente engajada e mobilizadora.

Alessandra aparece interagindo com voluntários, acolhendo animais, organizando doações ou percorrendo abrigos, gestos que documentam sua atuação e performam seu comprometimento público. Nesse sentido, o corpo da vereadora se transforma em um elemento discursivo: ele comunica ação, engajamento e disponibilidade. A materialidade da presença é reforçada pela vocalização direta, como no enunciado:

“Tá, meus amigos, então, eu também gostaria de pedir a vocês, quem quiser se voluntariar e vir aqui nos ajudar com os animais, todos serão bem-vindos” (05-05-2024).

Essa enunciação mostra a parlamentar como alguém que compartilha o espaço e o esforço com os demais, ou seja, convocando, acolhendo e participando ativamente da mobilização.

Essa presença corporal e vocal está diretamente relacionada à construção de um *ethos* empático, que se consolida por meio do uso recorrente de expressões afetivas como “amigos”, “anjo”, “de coração” e “galerinha amada”. São marcas do estilo dela, mas que funcionam muito bem como elementos de construção da sua imagem pública. Alessandra se apresenta como uma figura sensível, acolhedora e emocionalmente envolvida com a causa animal, como neste caso:

“Aquele ‘parada’ para dar um colo e receber em troca a melhor energia.” (07-05-2024)

O trecho é um exemplo da forma como a vereadora constrói essa imagem de cuidado e proximidade nas redes sociais. O afeto se apresenta na maneira como ela fala, com palavras simples, diretas e com emoção. Empatia, solidariedade e sentimento coletivo, são os valores que aparecem o tempo todo no seu jeito de se comunicar.

Mas essa estratégia se intensifica com o uso constante da interpelação direta ao público, especialmente por meio da linguagem informal, dos vocativos e do apelo emocional.

“Espero que cada anjo reencontre seu dono e tenha um lar seguro.”
(23-05-2024)

Atrelado a isso, a narrativa de urgência, construída por meio de frases curtas, diretas e afirmativas, que visam convocar o público a agir de forma imediata, evidenciando a gravidade da situação e o apelo à solidariedade coletiva.

“Estes animais precisam de nós neste momento” (23-05-2024)

A ênfase na urgência reforça sua atuação como liderança mobilizadora e comprometida com a causa, ao mesmo tempo em que legitima seu discurso como necessário, confiável e alinhado com as demandas da comunidade. Em articulação com esse tom mobilizador, outro recurso discursivo marcante no perfil da vereadora é o ritual de gratidão, que funcionam como marcadores de reconhecimento, valorizando a participação dos voluntários e seguidores, ao mesmo tempo em que reforçam os laços de afeto e pertencimento entre representante e comunidade.

Esses recursos se articulam como elementos centrais da comunicação política de Alessandra Ludwig nas redes sociais. Ao articular enunciados que apelam à emoção, ao dever coletivo e à empatia, produz sentidos que sustentam e reafirmam sua identidade política diante do eleitorado.

Efeitos de sentido

A análise dos efeitos de sentido visa compreender como os enunciados da vereadora Alessandra Ludwig operaram na produção de significados, estabelecendo relações com os sujeitos e provocando interpretações que reforçam sua imagem

política, especialmente no período da enchente de maio de 2024. como já discutido ao longo deste trabalho, a AD parte do princípio de que todo discurso é atravessado por ideologias e posições sociais. Os efeitos de sentido, portanto, se manifestam nos elementos verbais e imagéticos, e nas reações que esses discursos provocam no público.

A persuasão é um dos efeitos de sentido mais relevantes na comunicação política, especialmente nas redes sociais. No caso analisado, Alessandra Ludwig recorre frequentemente a estratégias discursivas que visam convencer o público da legitimidade de sua atuação e do valor da causa que defende. Frases como *“Precisamos sim, são muitos animais que precisam de ajuda”* e *“Toda ajuda é bem-vinda, independente do valor ou forma de ajudar”* apresentam construções afirmativas e envolvem o seguidor emocionalmente, ao mesmo tempo em que o convocam à ação. A escolha por uma linguagem simples, direta e afetiva é um mecanismo que reforça sua proximidade com a audiência e amplia o poder de convencimento de suas mensagens. A persuasão, aqui, está intrinsecamente ligada à criação de uma imagem de confiança, compromisso e urgência, capaz de mobilizar curtidas, e engajamento prático, como doações, adoções e voluntariado.

Além da análise qualitativa dos enunciados, torna-se fundamental observar também os índices de engajamento gerados pelas postagens da vereadora em seu perfil no *Instagram*. Métricas como número de curtidas, comentários, compartilhamentos e visualizações são indicativos da ressonância do discurso junto aos seguidores. Ao gerar reações, o conteúdo atinge um novo patamar de circulação e recepção, sendo apropriado, comentado, compartilhado e, muitas vezes, transformado em ação concreta, como doações, adoções ou apoio político.

No caso da vereadora, o discurso construído nas redes sociais é fortemente marcado por uma linguagem afetiva, empática e convocatória. Frases como *“Precisamos sim, são muitos animais que precisam de ajuda”* (30/04/2024) e *“agradeço de coração toda a ajuda que estamos recebendo”* (05/05/2024) atuam como catalisadores de solidariedade e reforçam o papel da vereadora como liderança comprometida com o bem-estar dos animais. Esses enunciados, ao se conectarem com a experiência emocional dos seguidores, provocam efeitos de sentido que ultrapassam a mera informação: criam vínculos simbólicos entre a figura pública e sua comunidade.

Tabela 2 - Catalogação do engajamento nas postagens da vereadora

Data	Tema/ Assunto	Tipo de post	Curtidas	Comentários	Compartilhamentos	Visualizações	Estratégia de engajamento
30/04/2024	Pedido de ajuda durante enchente	Reels	1.462	16	41	33,9 mil	Apelo emocional + causa animal
01º/05/2024	Chamada para solidariedade	Foto	170	11	67	—	Mobilização comunitária através da empatia e urgência; Construção de imagem solidária e ativa durante a crise
05/05/2024	Resgate e acolhimento de animais	Reels	1.613	73	69	33,8 mil	Reforço à liderança comunitária e atuação protetora
07/05/2024	Reconhecimento à equipe	Foto	214	12	—	—	Humanização da atuação política e uso do afeto para engajar emocionalmente o público

18/05/2024	Valorização SEMMA e voluntários	Reels	201	9	10	5.344	Exaltar a atuação durante a enchente, legitimar a ação pública
22/05/2024	Doação de recurso	Foto	96	—	2	—	Transparência, Call to action (CTA)
23/05/2024	Reencontro de tutores com animais resgatados	Reels em colaboração	270	7	24	12 mil	Uso de colab para amplificar a mensagem, associação a rede institucional (@prefeituravenancio) e empatia
24/05/2024	Adoção de animais	Reels	207	15	44	8.670	Tom afetivo, promoção de ação solidária
25/05/2024	Dia Nacional da Adoção e feira da adoção	Reels	336	33	49	10,8 mil	Fortalecimento de imagem de liderança ativa e sensível Mobilização através da data e uso do case da Maya

26/05/2024	Adote um pet	<i>Reels</i>	144	2	10	7.311	Mobilização comunitária, estética de simplicidade
26/05/2024	Adoção de animais	<i>Reels</i>	211	9	17	8.066	Engajamento através do afeto, empatia
27/05/2024	Adoção	<i>Reels</i>	475	31	26	8.068	Apelo ao seguidor, chamada para ação
29/05/2024	Pets resgatados	<i>Reels</i>	238	11	49	15,8 mil	Apelo ao seguidor

Fonte: Elaborado pela autora

A resposta do público às publicações, visível nas métricas disponíveis (curtidas, comentários, compartilhamentos e visualizações), pode ser interpretada como uma forma de legitimação simbólica. Um conteúdo com alto índice de engajamento reafirma os sentidos produzidos pelo discurso. No perfil analisado, observou-se que postagens com forte carga afetiva, como os *reels* de adoção ou os apelos por ajuda durante a enchente, geram maior envolvimento do público.

Por exemplo, a publicação de 05/05/2024, que mostrava o resgate e acolhimento de animais, recebeu 1.613 curtidas, 73 comentários e 69 compartilhamentos. Esses números indicam interesse, sinalizam que o discurso afetivo e de urgência atingiu seu objetivo comunicacional, promovendo reações e ampliando sua circulação nas redes.

Do ponto de vista discursivo, o engajamento funciona como um efeito de sentido concreto: ele valida o conteúdo, legitima o emissor e o aproxima ainda mais do seu público-alvo. Além disso, o alto engajamento contribui para o algoritmo do *Instagram* impulsionar a publicação, potencializando sua visibilidade.

A análise dos efeitos de sentido também revela como os conteúdos publicados ativam emoções específicas, como empatia, solidariedade, compaixão, e que operam como motores para o engajamento político. Quando a vereadora diz “Gentiiii!! Essa galerinha amada estarão amanhã e domingo esperando por você! Eles merecem um novo lar” (24/05/2024), o tom informal e afetivo mobiliza para a atenção e o desejo de participação.

Essas emoções, ativadas pelo discurso, transformam seguidores em apoiadores, e apoiadores em possíveis eleitores. É esse movimento — do sentido ao afeto, do afeto à ação — que transforma a comunicação digital em uma arena de disputas simbólicas e de consolidação de poder político.

Como demonstrado na tabela de análise quantitativa (ver Tabela 2), os posts que mais mobilizam curtidas, comentários e compartilhamentos são aqueles que apelam diretamente ao senso coletivo de responsabilidade, ao cuidado com os animais e à gratidão pela colaboração da comunidade. Portanto, os efeitos de sentido não se restringem ao nível da interpretação textual, e se materializam em práticas sociais: voluntariado, adoção, engajamento e, possivelmente, voto.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho teve como objetivo central analisar como a vereadora Alessandra Ludwig utilizou a causa animal como estratégia discursiva de engajamento político e mobilização social durante a enchente de 2024 em Venâncio Aires, com base em suas publicações no *Instagram*. A investigação se fundamentou na Análise do Discurso (AD), sobretudo nas contribuições de Patrick Charaudeau, que compreende o discurso político como um ato de construção de imagem, persuasão e encenação do sujeito político. A análise de 21 postagens, com aprofundamento em 13 delas, permitiu a construção de respostas objetivas para cada uma das metas inicialmente estabelecidas.

A análise das publicações da vereadora Alessandra Ludwig no *Instagram*, durante o período da enchente de 2024, permitiu compreender de que forma a causa animal foi utilizada como uma estratégia discursiva para engajamento político e mobilização social. A partir da AD, observou-se que a temática animal esteve sempre presente como foco central da comunicação digital da vereadora, permeando seus enunciados e imagens. As abordagens discursivas giraram principalmente em torno de três eixos: resgate de animais em situação de risco, pedidos de ajuda com abrigos, doações ou lares temporários, e denúncias sobre a ausência de políticas públicas voltadas aos animais em tragédias. Essa escolha discursiva contribuiu para consolidar sua imagem como uma liderança sensível e comprometida com causas sociais relevantes, o que ampliou seu reconhecimento junto ao público local.

Além disso, identificou-se uma narrativa constante de empatia e proteção à vida animal como valor inegociável, sendo reiterada por enunciados como “toda vida importa” e “eles também precisam de socorro”. O uso recorrente dessas expressões atuou como marca de coesão discursiva e reforço da identidade política da vereadora, que se posicionou como porta-voz da causa animal no contexto da enchente.

A comunicação política digital da parlamentar mostrou-se articulada e eficaz na construção de um *ethos* de proximidade e credibilidade. Por meio de uma linguagem acessível, combinada com elementos visuais que reforçavam sua presença em campo e sua atuação prática, Alessandra conseguiu transmitir ações

concretas, sempre com o sentimento de empatia e responsabilidade compartilhada. E esta performance discursiva foi marcada principalmente pela nos locais afetados pela enchente, com destaque visual para ações práticas, como o carregamento de caixas, salvamento de animais e coordenação de abrigos.

Conforme Charaudeau (2006), a imagem de credibilidade do sujeito político se forma por meio da encenação de sua competência, sinceridade e proximidade com o público, elementos claramente mobilizados no discurso de Alessandra. A comunicação digital, nesse sentido, divulgou ações, construiu um *ethos* político ancorado no comprometimento com os mais vulneráveis, especialmente os animais.

Essa combinação favoreceu o engajamento da população, estreitando o vínculo entre ela e seus seguidores, o que é essencial para a formação de uma base de apoio política sólida.

Constatou-se também que os recursos discursivos e midiáticos mais empregados, foram os apelos emocionais, a linguagem persuasiva e o uso de elementos visuais cuidadosamente selecionados, e que foram fundamentais para a construção dessa narrativa. Alessandra Ludwig utilizou fortes recursos de apelo emocional, especialmente nos vídeos em que aparece emocionada, aflita ou mobilizando doações. O *ethos* de afetividade e urgência foi estrategicamente reforçado com a linguagem visual (expressões faciais, figurinos simples, ausência de maquiagem), o que cria a imagem de uma líder “do povo” e não “acima do povo”.

A linguagem verbal foi marcada por construções imperativas (“precisamos de ajuda”, “ajudem com doações”), além de expressões empáticas e coletivas, como “juntos somos mais fortes” ou “agradeço em nome dos bichinhos”. Isso corrobora com a noção de que o discurso político é uma forma de encenação da ação e da emoção, conforme destaca Charaudeau (2006), que argumenta que o sujeito político precisa “mostrar-se próximo” e “reafirmar valores partilhados” com seu público.

A presença de recursos de gênero também foi observada, especialmente quando a vereadora ocupa o lugar discursivo de mulher cuidadora e mediadora da dor alheia. A afetividade, a empatia e o acolhimento foram mobilizados como estratégias femininas, reforçando a identificação com um público igualmente sensível à causa animal.

O engajamento gerado pelas publicações, medido por curtidas, comentários e compartilhamentos demonstrou que as publicações com maior carga emocional,

com vídeos e depoimentos pessoais, foram as mais interativas. As postagens que apelavam para o resgate de animais e as que demonstravam a ação prática da vereadora obtiveram maior número de interações.

Além disso, observou-se que os comentários do público reforçavam o reconhecimento do papel ativo da parlamentar (“parabéns pela luta”, “continue firme, vereadora”, “obrigado por não abandonar os animais”), o que indica um efeito de sentido de valorização e confiança. Essa adesão popular fortaleceu sua visibilidade e reputação, contribuindo diretamente para o fortalecimento da sua campanha política no período, ao posicioná-la como uma figura comprometida com causas que despertam forte apelo emocional e social.

Com base na análise, conclui-se que a vereadora Alessandra Ludwig construiu uma narrativa política eficaz, mobilizando a causa animal como eixo central de sua identidade pública durante a enchente. O uso articulado de recursos discursivos e midiáticos, conforme os princípios da Análise de Discurso, permitiu a criação de um discurso persuasivo, empático e mobilizador.

Este estudo evidenciou, portanto, como a comunicação política digital, quando bem estruturada, pode servir como ferramenta de aproximação com a população, de fortalecimento de causas sociais e de legitimação simbólica de lideranças políticas. A pesquisa confirma o potencial da Análise do Discurso como ferramenta teórico-metodológica para compreender os sentidos produzidos na linguagem política em contextos de crise, como também aponta para a relevância da causa animal como pauta emergente no cenário político contemporâneo.

REFERÊNCIAS

ALMADA, Maria Paula; CARREIRO, Rodrigo; BARROS, Samuel; GOMES, Wilson. **Democracia digital no Brasil: obrigação legal, pressão política e viabilidade tecnológica**. Matrizes, vol. 13, núm. 3, 2019.

ALDÉ, Alessandra. **A construção da política: democracia, cidadania e meios de comunicação de massa**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2004.

ALVES, Verônica Passos; ARAÚJO, Bianca Brito de Carvalho. **A importância da no discurso político: como os candidatos à Prefeitura do Rio de Janeiro influenciaram seus eleitores?** Disponível em:

<<https://periodicos.ufpel.edu.br/index.php/cadernodeletras/article/view/21029/14080>>

. Acesso em 17 mar. 2025.

ANDI; OFICINA DE IMAGENS. **Comunicação e mobilização social: orientações para incidir em políticas públicas**. 2. ed. Belo Horizonte: Oficina de Imagens, 2009. 80 p. (Coleção Cadernos Novas Alianças; 1).

BAPTISTA, C.; FERREIRA, A.; FERREIRA, A. C. **Hibridismo e transmedialidade na comunicação política dos partidos portugueses no Instagram e no jornalismo político televisivo**. Disponível em: <<https://www.scielo.pt/pdf/mj/v21n38/2183-5462-mj-21-38-123.pdf>>. Acesso em abr. 2025.

BAPTISTELLA, Eveline Teixeira; ABONIZIO, Juliana. **Animais e fronteiras: entre espécies, ciências e cotidiano**. 2015. 165 f. Dissertação (Mestrado em Estudos de Cultura Contemporânea) – Universidade Federal de Mato Grosso, Cuiabá, 2015.

BATISTA, Karla Cardoso. **O papel das redes sociais na comunicação política: ferramentas estratégicas que auxiliam da campanha ao mandato**. 2021. Dissertação (Mestrado em Comunicação Política) – Faculdade de Letras, Universidade do Porto, Porto, 2021.

CASTELLS, Manuel. **Redes de Indignação e Esperança: Movimentos Sociais na era da Internet**. Rio de Janeiro, Zahar, 2013.

CHARAUDEAU, Patrick. **A conquista da opinião pública: como o discurso manipula as escolhas políticas**. São Paulo. Editora Contexto, 2016.

CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das Mídias**. São Paulo. Editora Contexto, 2006.

CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso Político**. Tradução de Fabiana Komesu e Dilson Ferreira da Cruz. São Paulo: Contexto, 2006.

CHARAUDEAU, Patrick. **Linguagem e Discurso**. São Paulo. Editora Contexto, 2016.

COLEMAN, S. **Can the internet strengthen democracy? Democratic futures**. Cambridge: Polity Press, 2017.

FURTADO, Jessica Sandes. **Estudo do uso do Instagram como ferramenta de comunicação política por Lula da Silva no ano eleitoral de 2022**. 2023. Dissertação (Mestrado em Comunicação Estratégica: Publicidade e Relações Públicas) – Universidade Beira do Interior, Covilhã, Portugal, 2023.

G1 RIO GRANDE DO SUL. **Quase 10 mil animais são resgatados durante enchentes no RS; voluntários se organizam com abrigos e cuidados**. 10 maio 2024. Disponível em: <https://g1.globo.com/rs/rio-grande-do-sul/noticia/2024/05/10/quase-10-mil-animais-sa-o-resgatados-durante-enchentes-no-rs-voluntarios-se-organizam-com-abrigos-e-cuidados.ghtml>. Acesso em: 5 mai. 2025.

GAÚCHA ZH. **Animais mortos na enchente são risco para a saúde pública**. 10 maio 2024. Disponível em: <https://gauchazh.clicrbs.com.br/saude/noticia/2024/05/animais-mortos-na-enchente-s>

[ao-risco-para-a-saude-publica-clw6y3du7004t0148k6jkpbqv.html](#). Acesso em: 5 mai. 2025.

GLOBO RURAL. **Enchente de 2024 ainda castiga o agro do RS**. Disponível em: <https://globorural.globo.com/agricultura/noticia/2025/04/enchente-de-2024-ainda-castiga-o-agro-do-rs.ghtml>. Acesso em 5 mai. 2025.

GOMES, Wilson. **Transformações da política na era da comunicação de massa**. São Paulo: Paulus, 2004.

Gove. **Plano de comunicação eleitoral: estratégias para campanha**. Disponível em: <https://www.gove.digital/eleicoes/plano-de-comunicacao-eleitoral>>. Acesso em 12 mar. 2025.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. 11. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.

HALL, Stuart. **Cultura e Representação**. Rio de Janeiro: Apicuri; Editora PUC-Rio, 2016.

KARHAWI, Issaaf. **Influenciadores digitais: conceitos e práticas em discussão**. COMMUNICARE, São Paulo, v. 17, n. esp., p. 47–61, jan. 2017. Disponível em: <https://www.researchgate.net/publication/341983923>>. Acesso em 5 abr. 2025.

KARHAWI, Issaaf. **Entre algoritmos, métricas de engajamento e plataformas digitais: influenciadores digitais e trabalho de visibilidade**. Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación, São Paulo, v. 23, n. 46, p. 104–118, mai./ago. 2024. Disponível em: <https://revista.pubalaic.org/index.php/alaic/article/view/1144>>. Acesso em 5 abr. 2025.

LEWGOY, B.; SORDI, C.; PINTO, L. **Domesticando o humano: para uma antropologia moral da proteção animal**. *Ilha – Revista de Antropologia*, Florianópolis, v. 17, n. 2, p. 75-98, 2015. Disponível em: <<https://periodicos.ufsc.br/index.php/ilha/article/download/2175-8034.2015v17n2p75/31056/141500>>. Acesso em 25 mai. 2025.

LIMA, Edilson Vilaço. **A crise da verdade na era digital: a ascensão da “antiesfera pública” nas redes sociais**. *Logeion: Filosofia da Informação*, Rio de Janeiro, RJ, v. 11, p. e-7367, 2024. Disponível em: <<https://revista.ibict.br/fiinf/article/view/7367>>. Acesso em: 23 mai. 2025.

MARTINO, Luís Mauro Sá. **Teoria da Comunicação: Ideias, conceitos e métodos**. Petrópolis-Rio de Janeiro: Editora Vozes, 2019.

McQUAIL, Denis. **Teoria da Comunicação de Massas**. 5 ed. Lisboa: Fundação Calouste Gulbeckian, 2003. Disponível em: <<https://olharimagens.files.wordpress.com/2015/02/teorias-da-comunicac3a7c3a3o-d-e-massas-denis-mcquail.pdf>>. Acesso em 11 mar. 2025.

MIGUEL, Luis Felipe. **Mito e Discurso Político: uma análise a partir da campanha eleitoral de 1994**. Campinas-SP: Editora da UNICAMP, 2000.

MUSSALIM, Fernanda; BENTES, Anna Christina Bentes. **Introdução à linguística: domínios e fronteiras**. São Paulo, Cortez Editora, 2000.

NOVELLI, Ana Lúcia Romero. In: DUARTE, Jorge (org.) **Comunicação pública: Estado, mercado, sociedade e interesse público**. São Paulo: Atlas, 2007. p. 25-40.

ORLANDI, Eni Puccenelli. **Análise de Discurso: Princípios & Fundamentos**. 5 ed. Campinas-SP: Pontes, 2003.

PAVEAU, Marie-Anne; BARONAS, Roberto Leiser; LOURENÇO, Julia Costa. **Ressignificação em contexto digital**. São Carlos: EdUFSCar, 2021. 132 p.

PENTEADO, Claudio Luis de Camargo. **Marketing político na era digital: perspectivas e possibilidades**. Revista USP, São Paulo, Brasil, n. 90, p. 6–23, 2011. Disponível em: <https://revistas.usp.br/revusp/article/view/34009>. Acesso em 6 mar. 2025.

PIMENTEL, Mariana; SALOMÃO, Danielle. **O impacto das mídias sociais na política contemporânea: desafios e oportunidades**. Conjuntura Republicana, Brasília, n. 176, 1 jul. 2024. Disponível em: <https://fundacaorepublicana.org.br/o-impacto-das-midias-sociais-na-politica-contemporanea-desafios-e-oportunidades-conjuntura-republicana-ed-no-176/>. Acesso em: 24 abr. 2025.

POYARES, Walter. **Imagem Pública: glória para uns, ruína para outros**. São Paulo, Globo, 1998.

RIBEIRO, Márcio Moretto; ORTELLADO, Pablo. **O que são e como lidar com as notícias falsas**. Sur – Revista Internacional de Direitos Humanos, v. 15, n. 27, p. 71–83, jul. 2018. Disponível em: <https://sur.conectas.org/wp-content/uploads/2018/07/sur-27-portugues-marcio-moretto-ribeiro-pablo-ortellado.pdf>. Acesso em: 23 mai. 2025.

RIO GRANDE DO SUL. Prefeitura Municipal de Venâncio Aires. **Causa animal resgatou mais de 600 animais durante a enchente**. 2024. Disponível em: <https://www.venancioaires.rs.gov.br/noticias.xhtml?noticia=5179>. Acesso em: 5 mai. 2025.

Roseta. **O que é Análise do Discurso? Como pode ser usada? E o que a difere de uma análise gramatical?** Disponível em: <https://www.roseta.org.br/2020/03/25/o-que-e-analise-do-discurso-como-pode-ser-usada-e-o-que-a-difere-de-uma-analise-gramatical>>. Acesso em 13 mar. 2025.

SARMENTO, Rayza; MASSUCHIN, Michele Goulart; MENDONÇA, Ricardo Fabrino. **Comunicação e Política no Brasil: um panorama recente**. BIB, São Paulo, n. 95, 2021.

SANTOS, Rodolfo Lauro dos. **1984 - A Obra de George Orwell e as Teorias da Comunicação**. Brasília: Centro Universitário de Brasília, 2008. Disponível em: <<https://core.ac.uk/download/pdf/185252378.pdf>>. Acesso em 03 abr. 2025.

SOLON NETO, Luiz de França; FREITAS, Juliana Rodrigues. **A influência das redes sociais no processo eleitoral brasileiro: desafios, regulação e perspectivas para a democracia**. Revista F&T, v. 29, n. 140, p. 1–15, nov. 2024. Disponível em: <https://revistaft.com.br/a-influencia-das-redes-sociais-no-processo-eleitoral-brasileiro-desafios-regulacao-e-perspectivas-para-a-democracia/>. Acesso em: 23 mai. 2025.

TORO, José Bernardo; WERNECK, Nísia Maria Duarte Furquim. **Mobilização social: um modo de construir a democracia e a participação**. Brasília: UNICEF-Brasil, 1996.

WEBER, Maria Helena; COELHO, Marja Pfeifer; LOCATELLI, Carlos (Org.). **Comunicação Política e Pública - pesquisa e práticas**. Florianópolis: Editora Insular, 2017.

YOU GOV. **Brasil: Em 2024, a TV ainda é a top mídia de notícias**. YouGov, 31 jul. 2024. Disponível em: <<https://business.yougov.com/pt/content/50226-brasil-em-2024-a-tv-ainda-e-a-top-midia-de-noticias>>. Acesso em: 24 abr. 2025.