

# "Contra tudo isso que está aí": como a construção do marketing político e eleitoral do RenovaBR levou Alessandro Vieira ao Senado por Sergipe<sup>1</sup>

Débora ANDRADE Barroso Santos<sup>2</sup>

1

GT 6 - Teoria e Epistemologia da Economia Política da Comunicação

2

Mestre em Comunicação pela Universidade Federal de Sergipe (UFS) - PPGCOM

[olaesusouadebora@gmail.com](mailto:olaesusouadebora@gmail.com)

## RESUMO

Esta dissertação tem como objetivo discutir os aspectos que levaram, nas eleições de 2018, o delegado Alessandro Vieira (atualmente MBD) ao cargo de senador por Sergipe, aspirante sem nenhum histórico político ou nome conhecido pela população sergipana que o legitimasse enquanto representante popular. A pesquisa define-se a partir da perspectiva da aplicação das táticas do marketing político e eleitoral do RenovaBR na campanha do candidato, que foi aluno da primeira turma do movimento suprapartidário em questão, além da função da publicidade e da propaganda, de acordo com a EPC, neste contexto. A leitura parte da conjuntura política entre os anos de 2013 e 2018 no Brasil, com um breve apanhado histórico sobre a volta da democracia representativa no país; passando pela imprescindibilidade do marqueteiro e sua equipe multidisciplinar para a produção de conteúdo e divulgação da candidatura aos eleitores, por meio das Tecnologias da Informação e Comunicação (TIC), desta forma edificando uma figura capaz de suprir os anseios de uma grande parcela da população votante do estado de Sergipe. Para isso, foram analisadas as postagens do feed do Instagram do candidato, diante da falta de tempo no horário eleitoral em rádio e TV, a fim de buscar como foi pensada a estratégia, até a edificação da jornada do herói, como amostras dos elementos que compõe toda a narrativa de convencimento utilizados entre os dias 16 de agosto e 06 de outubro. A importância desta análise se dá em perceber como personas políticas iniciantes podem unir velhas práticas políticas, travestidas de novidades, para ganhar o voto dos eleitores; tudo isso se utilizando de recursos das plataformas comunicacionais online e offline, trazendo à tona a subjetividade dos anseios sociais em meio a uma “crise de representatividade” social, política e econômica.

**Palavras-chaves:** RenovaBR, eleições 2018, marketing político e eleitoral, publicidade e propaganda, senador Alessandro Vieira.

## REFERÊNCIAS

ADORNO, Theodor W. Indústria cultural e sociedade. São Paulo: Paz e Terra, 2002.

ALMEIDA, A. C. A cabeça do eleitor. Rio de Janeiro: Record, 2008.

\_\_\_\_\_, A. C. A cabeça do brasileiro. Rio de Janeiro: Record, 2007.

AVRITZER, Leonardo. O pêndulo da democracia no Brasil: Uma análise da crise 2013-2018. [http://novosestudios.com.br/wp-content/uploads/2018/08/06\\_avritzer\\_111\\_p272a289\\_baixa.pdf](http://novosestudios.com.br/wp-content/uploads/2018/08/06_avritzer_111_p272a289_baixa.pdf)&gt;

AZEVEDO, Fernando. Mídia e democracia no Brasil: relações entre o sistema de mídia e o sistema político. <https://www.scielo.br/j/op/a/TzJkgQBnG64hk5QyKCCv5NR/?lang=pt&format=pdf>&gt;

BASTOS, Manoel Dourado. A EPC e o Estado como forma política: A virada dialética de Indústria cultural, informação e capitalismo. <http://www.intercom.org.br/sis/eventos/2020/resumos/R15-1349-1.pdf>&gt;

BETTO, Frei. O diabo da corte: leitura crítica do Brasil atual. São Paulo: Editora Cortez, 2020.

BOLAÑO, César Ricardo Siqueira. Indústria Cultural, Informação e Capitalismo. São Paulo: Editora Hucitec; Editora Pólis, 2000.

BOLAÑO, C.; HERSCOVICI, A.; CASTEÑEDA, M.; VASCONCELOS, D. Economia Política da Internet. São Cristóvão: Editora UFS, 2011.

BOURDIEU, Pierre. O senso prático. Petrópolis: Editora Vozes, 2009.

CASTELLS, Manuel. A sociedade em rede. São Paulo: Paz e Terra, 2001.

\_\_\_\_\_, Manuel. Redes de indignação e esperança: movimentos sociais na Era da Internet. Rio de Janeiro: Zahar, 2017.

\_\_\_\_\_, Manuel. Ruptura: A crise da democracia liberal. Rio de Janeiro: Editora Zahar, 2018.

CHARMAZ, K. A construção da teoria fundamentada: Guia prático para análise qualitativa. Porto Alegre: Artmed, 2009.

CHOMSKY, Noam. Mídia: propaganda e manipulação. São Paulo: Editora Martins Fontes, 2018.

Curso RenovaBR Cidades 2020. [Mimeo]. São Paulo, SP. DURKHEIM, Emile. As regras do método sociológico. Rio de Janeiro: Editorial Presença, 2002.

EMPOLI, Giuliano da. Os engenheiros do caos. São Paulo: Editora Vestígio, 2020.

ESPINOSA, Baruch. O tratado político. São Paulo: Editora Martins Fontes, 2003.

FERNANDES, Florestán. Capitalismo dependente e classes sociais na América Latina. Rio de Janeiro: Zahar, 1975.

FERNANDES, Sabrina. Sintomas Mórbidos: a encruzilhada da esquerda brasileira. São Paulo: Editora Autonomia Literária, 2019.

FRAGOSO, Suely; RECUERO, Raquel; AMARAL, Adriana. Métodos Pesquisa para a Internet. Porto Alegre: Editora Sulina, 2011.

FOUCAULT, Michel. A verdade e as formas jurídicas. Rio de Janeiro:NAU Editora, 2002.

GALVÃO, Luciana; TATAGIBA, Andrea. Os protestos no Brasil em tempos de crise (2011-2016)

&lt;[https://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0104-62762019000100063&tlng=pt](https://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-62762019000100063&tlng=pt)&gt;

GIDDENS, Anthony. O debate global sobre a terceira via. São Paulo: Editora Unesp, 2001.

GIL, Antônio C. Métodos e Técnicas de Pesquisa. São Paulo: Editora Atlas, 2008.

GUERREIRO, Paulo S. A eleição de um meme. Rio de Janeiro: Grupo Multifoco, 2019.

GRAMSCI, Antonio. Cadernos do Cárcere Volume 2: os intelectuais. Rio de Janeiro: Editora Brasileira, 2001.

HABERMAS, Jürgen. Direito e Democracia; entre facticidade e validade – Volume I. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 2003.

HALL, Stuart. Cultura e Representação. Rio de Janeiro: Editora Apicuri, 2016.

HANSEN, M.R. Esfera Pública, Democracia e Jornalismo: as representações sociais de

cidadania em “Veja” e “IstoÉ”. São Cristóvão: Editora UFS; Aracaju: Fundação Oviêdo Teixeira, 2007.

HEGEL, Friedrich. Fenomenologia do espírito. Rio de Janeiro: Editora Vozes, 2014.

KOTLER, P.; KARTAJAYA, H.; SETIAWAN, I. Marketing 3.0: as forças que estão definindo o novo marketing centrado no ser humano. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

LAVAREDA, Antônio. Emoções ocultas e estratégias eleitorais. Rio de Janeiro: Objetiva, 2009.

LEVITISKY, S.; ZIBLATTI, D. Como as democracias morrem. Rio de Janeiro: Zahar, 2018.

MARX, K. O Capital. São Paulo: Abril Cultural, vol. I, 1983, Tomo I, 1985, Tomo II.

MUFAREJ, Eduardo. Jornada improvável: a história do RenovaBR, a escola que quer mudar a política no Brasil. São Paulo: Editora História Real, 2021.

NETO, Gilson Arão. Meios de Comunicação e os atalhos na carreira política: Entendendo os outsiders a partir das eleições 2018. In: Anais do V SEMINÁRIO DE COMUNICAÇÃO E TERRITORIALIDADES, Vitória, Espírito Santo, 2019.

PINTO, Céli Regina Jardim. A trajetória discursiva das manifestações de rua no Brasil (2013-2015).

&lt;[https://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0102-64452017000100119&amp;script=sci\\_arttext](https://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0102-64452017000100119&amp;script=sci_arttext)&gt;

SANTOS, Adrielma. Das ruas às organizações : emergência e consolidação da militância à direita em Sergipe. São Cristóvão: Tese (doutorado em Sociologia)–Universidade Federal de Sergipe, 2020.

&lt;[https://ri.ufs.br/bitstream/riufs/14502/2/ADRIELMA\\_SILVEIRA\\_FORTUNA\\_SANTOS.pdf](https://ri.ufs.br/bitstream/riufs/14502/2/ADRIELMA_SILVEIRA_FORTUNA_SANTOS.pdf)&gt;

SOUZA, Jessé. A elite do atraso. Rio de Janeiro: Editora Estação Brasil 2019.

\_\_\_\_\_, Jessé. A guerra contra o Brasil: como os EUA se uniram a uma organização criminosa para destruir o sonho brasileiro. Rio de Janeiro: Editora Estação Brasil 2020.

SCHWAB, Klaus. A quarta revolução industrial. São Paulo: Edipro, 2016.