

**INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO
TOCANTINS - CAMPUS PALMAS
CURSO DE LICENCIATURA EM LETRAS**

EULA PAULA DE MATOS FERREIRA

**REPRESENTAÇÕES DE CANDIDATOS AO GOVERNO DO TOCANTINS NO
FACEBOOK NA ELEIÇÃO SUPLEMENTAR DE 2018**

**PALMAS
2019**

EULA PAULA DE MATOS FERREIRA

**REPRESENTAÇÕES DE CANDIDATOS AO GOVERNO DO TOCANTINS NO
FACEBOOK NA ELEIÇÃO SUPLEMENTAR DE 2018**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à
Coordenação do Curso de Licenciatura em Letras
do Instituto Federal do Tocantins – Campus
Palmas, como exigência à obtenção do grau de
Licenciada em Letras.

Orientadora: Dr^a Carina Aparecida Lima de Souza

**PALMAS
2019**

EULA PAULA DE MATOS FERREIRA

**REPRESENTAÇÕES DE CANDIDATOS AO GOVERNO DO TOCANTINS NO
FACEBOOK NA ELEIÇÃO SUPLEMENTAR DE 2018**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à
Coordenação do Curso de Licenciatura em Letras
do Instituto Federal do Tocantins – Campus
Palmas, como exigência à obtenção do grau de
Licenciada em Letras.

Aprovada em: ____/____/____

BANCA AVALIADORA

Profª Doutora Carina Aparecida Lima de Souza
IFTO – Campus Palmas

Profª Doutora Mirelle da Silva Freitas
IFTO – Campus Palmas

Profª Mestre Mariana da Silva Neta
IFTO – Campus Palmas

Dedico este trabalho, primeiramente, ao meu Deus, meu Senhor; à minha querida orientadora: Prof^a Dr^a Carina, por todo carinho; aos meus pais, pois este trabalho também é fruto deles; ao meu esposo: Edésio, meu companheiro de todas as horas e à nossa bebê, Esther, desde já, muito amada.

AGRADECIMENTOS

A Deus, autor e consumidor da minha fé, que sempre cuida de mim, que me ajudou nessa jornada, guiou e direcionou os meus passos até a conclusão deste curso.

À minha orientadora, Prof^a Dr^a Carina Aparecida Lima de Souza, pela orientação, pela paciência, dedicação e competência para a elaboração deste trabalho.

À banca avaliadora que aceitou o convite para ler, avaliar e contribuir com este trabalho. Em especial, à Prof^a Dr^a Mirelle da Silva Freitas, com a qual tive a oportunidade de ter várias experiências no IFTO.

Aos demais professores com os quais tive o privilégio de conviver e aprender. Cada um deles tem sua contribuição na minha formação.

Ao IFTO pela oportunidade de cursar um excelente curso, com um corpo docente competente e um ambiente propício ao meu aprendizado.

À minha família por me amar, apoiar e orar por mim. À minha irmã e aos meus pais, principalmente, pois se cheguei até aqui foi graças a eles. Quando digo família, incluo os laços afetivos que construí a partir do meu casamento: aos meus sogros; cunhados (as); em especial, à minha cunhada Andréia; meus sobrinhos e a todos os demais que hoje considero como integrantes da minha família.

Ao meu querido esposo e eterno namorado. Agradeço por todo apoio e incentivo durante essa trajetória, por nunca me deixar desistir e nem me abalar.

Aos meus irmãos de igreja, pelo apoio, compreensão e orações.

Aos meus colegas de trabalhos pelo carinho de sempre e por toda compreensão.

Em fim, a TODOS que direta ou indiretamente fizeram parte da minha formação, deixo o meu “muito obrigada”.

Ora, àquele que é poderoso para fazer infinitamente mais do que tudo quanto pedimos ou pensamos, conforme o seu poder que opera em nós, a Ele seja a glória, por todas as gerações, para todo o sempre Amém! Efésios 3:20-21.

RESUMO

Este trabalho tem como objetivo investigar representações dos três candidatos mais votados na eleição suplementar ao governo do Estado do Tocantins em 2018. Para isso, analisou-se imagens publicadas na página do Facebook dos candidatos Carlos Amastha, Mauro Carlesse e Vicentinho Alves durante o mês de maio de 2018. Essas imagens analisadas constituem todas as imagens publicadas no Facebook por tais candidatos referentes aos comícios/campanha eleitoral na cidade de Palmas, maior colégio eleitoral do Estado. Desse modo, o *corpus*, desta pesquisa, é constituído por 35 (trinta e cinco) imagens. O *corpus* foi analisado a partir do arcabouço teórico-metodológico da Gramática do Design Visual (GDV), de acordo com os pressupostos de Kress e van Leeuwen (1996, 2006), visto que a GDV é uma ciência que fornece instrumentos para análise de aspectos não-verbais em textos multimodais. Isso posto, entre as representações dos candidatos, observa-se posição de distanciamento de eleitores em algumas imagens, bem como também há busca de aproximação com eleitores durante os comícios.

Palavras-chave: Eleição Suplementar do Tocantins em 2018, Representações de Candidatos, Gramática do Design Visual.

ABSTRACT

This work aims to investigate the representations of the three (3) most voted candidates in the additional election to the State of Tocantins Government, in 2018. For this purpose, there have been analysed the images that were published on the Facebook homepage of the candidates Carlos Amastha, Mauro Carlesse and Vicentinho Alves, during the month of May, 2018. Those analysed images constitute all the images published on Facebook by the candidates, pertaining to the election rallies/electoral campaign in the city of Palmas, the largest electoral body of the State. Therefore, the *corpus* of this research is composed by thirty-five (35) images. The *corpus* was analysed from the theoretical-methodological background of the Visual Design Grammar (VDG), according to Kress and van Leeuwen's (1996, 2006) presuppositions, whereas the VDG is a Science that provides instruments for the analysis of the non-verbal aspects in multimodal texts. That said, among the candidates' representations, it can be observed a position of detachment of voters in some images, as well as there is also a pursuit of the voters during the election rallies.

Keywords: Additional Election in Tocantins in 2018, Candidates' representations, Visual Design Grammar.

SUMÁRIO

1. CONSIDERAÇÕES INICIAIS	10
2. REFERENCIAL TEÓRICO	12
2.1 Estudos semióticos	12
2.2 Semiótica Social	13
2.3 Multimodalidade	16
2.4 A Gramática do Design Visual (GDV)	20
2.5 Metafunções da linguagem e a GVD	23
3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	26
4. REPRESENTAÇÕES DE CANDIDATOS NO TOCANTINS	30
4.1 Representações de Carlos Amastha	30
4.2 Representações de Mauro Carlesse	42
4.3 Representações de Vicentinho Alves	70
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS	72
6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	77

1. CONSIDERAÇÕES INICIAIS

Os integrantes de uma sociedade interagem através de usos de linguagens, por meio de textos. Para tanto, os interlocutores possuem ao seu dispor diversas modalidades de linguagens. Os usos de linguagens verbal e não-verbal podem estabelecer a comunicação e estão inseridos em todos os contextos sociais.

Com isso, os textos são constituídos não apenas por palavras, mas também por outras modalidades textuais, como imagens, sons, designs, cores, formatos, estruturas e outros aspectos. Os textos multimodais apresentam diferentes linguagens e estão em todos os ambientes.

Os estudos multimodais focam-se em textos que são compostos a partir da junção de imagens associadas a outros modos e, por isso, chamados multimodais (GUALBERTO, 2016, p. 23).

Eles são lidos, ouvidos, construídos e acessados em todo tempo. A multimodalidade apresenta, assim, diferentes modos e maneiras de constituir o texto, considerando as diversas informações que o compõe (GUALBERTO, 2016).

Os textos multimodais não podem mais ser ignorados no campo dos estudos da linguagem humana. Eles estão presentes nas mais diversas práticas sociais e linguísticas, como em livros didáticos, nas redes sociais, em campanhas publicitárias, nas revistas e jornais, entre outros. Eles fazem parte do cotidiano das pessoas, visto que se materializam nas ruas, nas instituições públicas e privadas, nos hospitais, nas faculdades e em todos os ambientes.

Sendo assim, as pesquisas sobre multimodalidade textual estão em desenvolvimento, principalmente, devido ao avanço tecnológico atual e ao acesso aos gêneros textuais diversos que, através de meios digitais, se unem e formam textos com muitas modalidades (SANTOS, 2006). Desse modo, os estudos multimodais são necessários, atuais, pertinentes e muito significativos. Afinal, trata-se de um conhecimento essencial para leituras adequadas em muitos contextos de usos.

As campanhas eleitorais, por sua vez, são idealizadas e organizadas em prol de uma disputa entre partidos políticos e candidatos e são materializadas muitas vezes por meio de textos multimodais.

No caso do Tocantins, a eleição suplementar em 2018 para governador do Estado realizou-se devido à cassação do governador.

Partindo desses pressupostos, os textos multimodais emergentes nas campanhas eleitorais podem representar muito sobre candidatos e propostas de governo.

Além disso, por se tratar de textos utilizados em campanhas eleitorais e contidos no convívio social dos eleitores tocantinenses, o objeto de estudo desta pesquisa, ou seja, as publicações dos candidatos materializam representações que influenciam na escolha do candidato e, por isso, certifica-se que é preciso um olhar crítico e atento para os textos multimodais, os quais são constituídos por diferentes modos e são associados a diferentes discursos.

Diante do exposto, a presente pesquisa apresenta como escopo principal a investigação de modalidades textuais apresentadas aos eleitores tocantinenses pelos três candidatos mais bem votados na eleição suplementar ao governo do estado do Tocantins em 2018 durante suas campanhas eleitorais. Objetiva-se investigar representações dos três candidatos mais votados na eleição suplementar ao governo do Tocantins em 2018 materializadas na rede social Facebook.

Isso posto, é importante enfatizar que as redes sociais são organizações sociais das quais as pessoas participam, mantendo-se conectadas a outras pessoas que compartilham ideias e interesses comuns. No caso da rede social Facebook, caracteriza-se como uma estrutura social, em que pessoas se comunicam através de conversas e publicações on-line, ou seja, trata-se de um suporte de gêneros multimodais.

Em virtude disso, o arcabouço teórico-metodológico, deste estudo, está embasado nos estudos da Semiótica Social, especialmente na Gramática do Design Visual (GDV), de acordo com Kress e Van Leeuwen (1996, 2006). A GDV considera as imagens como recursos carregados de sentido e significado no contexto textual e para que sejam compreendidas, propõe uma análise gramatical das imagens.

Para tanto, o *corpus* de análise é composto por 35 (trinta e cinco) imagens, coletadas na página do Facebook dos candidatos Carlos Amastha, Mauro Carlesse e Vicentinho Alves, durante comícios no maior colegiado eleitoral do Tocantins – a cidade de Palmas – no mês de maio de 2018.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

Este tópico trata do arcabouço teórico que embasa esta pesquisa. Desse modo, o primeiro subtópico aborda os estudos semióticos. O segundo trata da Semiótica Social. Já o terceiro subtópico versa sobre a Multimodalidade. O quarto trata da Gramática do Design Visual (GDV). Por último, o quinto aborda as metafunções da linguagem e a GDV.

2.1 Os estudos semióticos

A Semiótica é conhecida como a ciência que estuda a construção dos significados, buscando compreender como as diversas semioses são organizadas em textos. Desse modo, propõe-se investigar as mais diversas semioses e suas relações. Como toda ciência, a Semiótica passou por muitas dificuldades para difundir seus pressupostos enquanto ciência da linguagem, ramo da Linguística. Até 1969, havia muitas lacunas e incertezas da própria ciência, as quais os pesquisadores dos estudos semióticos não conseguiram preencher e sanar. Até esse momento, os estudos estavam baseados em contribuições filosóficas-históricas e não linguísticas. Somente após a década de 70, a partir das contribuições de Greimas e seus alunos, a Semiótica nasce como ciência da linguagem, com caráter linguístico, configurando-se como ciência das semioses humanas (HÉNAULT, 2006).

Desse modo, a Semiótica é uma ciência da linguagem que estuda toda diversidade de signos e semioses. É considerada, assim, uma ciência da significação, que examina os diversos gêneros textuais e objetos contidos no meio social (SANTAELA, 2015). Propõe investigar como os significados são construídos no todo de um texto, analisando as entrelinhas, os elementos imagéticos e linguísticos, as posições dos atores sociais. Isto é, ela considera todos os componentes materializados no texto, quer seja ele verbal, não-verbal ou ambos (SANTAELA, 2015).

Sendo assim, vários estudiosos contribuíram com o desenvolvimento dos estudos concernentes à teoria das semioses humanas, como Saussure, Greimas (Semiótica Francesa) e Peirce (Semiótica Americana). Em relação às escolas, marco dos estudos semióticos, que exploraram além da modalidade escrita, a modalidade

imagética, Ferraz (2011) cita três escolas principais: Escola de Praga (anos 1930 e 1940), Escola de Paris (anos 1960 e 1970) e a Semiótica Social (1996).

A Escola de Praga promoveu trabalhos nas áreas das artes e motivou o emprego do método estruturalista que era a base linguística estudada pelos formalistas russos naquela época (FERRAZ, 2011). A Escola de Paris, por sua vez, baseou-se nas teorias de linguistas como Saussure, Barthes e Metz, entre outros. Esta escola contribuiu com o progresso dos conceitos da semiologia, ensinados até hoje, como os de significante e significado, signos arbitrários e motivados (FERRAZ, 2011).

Já a Semiótica Social, escopo deste trabalho, baseia-se nos estudos dos teóricos Halliday, Fairclough e Fowler, Hodge e Kress. Esses teóricos “concebem a linguagem como social, um recurso com que se constroem significados orientados para desempenhar funções em contextos sociais”. Isto é, trata-se de um instrumento através do qual os interlocutores se comunicam, e por isso, é compreendida como um fator social (FERRAZ, 2011, p. 46). Em virtude dessa concepção, a presente pesquisa se embasa nos pressupostos da Semiótica Social, especificamente nos termos da Gramática do Design Visual, haja vista que o enfoque de análise é voltado para usos de linguagens materializados em um contexto social específico.

Assim sendo, a seguir, trataremos da Semiótica Social, cujo enfoque está em semioses humanas através da perspectiva social e, por isso, faz-se pertinente ao embasamento desta pesquisa.

2.2 Semiótica Social

A Semiótica Social (SS) tem suas origens marcadas nos trabalhos de Halliday (1978), na Linguística Sistemico-Funcional; de Fairclough (1989) e Fowler (1979), na Análise de Discurso Crítica; e de Hodge e Kress (1988), na Semiótica Social. Para esses estudiosos, os usos de linguagens são considerados de cunho social, sendo um recurso com o qual se constroem significados que desempenham funções em contextos sociais (FERRAZ, 2011). A partir dessas contribuições teóricas, a Semiótica Social surge como ciência que estuda as representações dos elementos verbais e não-verbais em um gênero.

A Semiótica Social, assim, é uma ciência oriunda da Semiótica que estuda as semioses humanas. Isto é, investiga a construção dos sentidos ou significados em diversas semioses a partir da dimensão social, considerando sua influência na sociedade e também os vários fatores envolvidos nesse processo, como os contextos específicos, a cultura, a comunicação, a interação, as linguagens verbal e não-verbal, entre outros fatores (YARED, 2015).

De acordo com Yared (2015, p. 40), as teorias da Semiótica Social “são uma forma de se buscar a compreensão do campo social por meio das produções textuais e discursivas”. Para a autora (2015), os pressupostos teóricos em Semiótica Social são baseados na visão semiótico-social da linguagem de acordo com Halliday (*Language and Social Semiotic*, de 1978), na qual o teórico propõe que a linguagem é um recurso utilizado para produzir significado e que teve sua evolução determinada pelas necessidades das sociedades humanas.

Também Ferraz (2011) explica as corroborações de Hodge e Kress (1988) para estudos semióticos-sociais.

Um estudo considerado base no campo da Semiótica Social é o realizado por Hodge e Kress (1988), que, ao levar em conta modos semióticos além da linguagem verbal, abre caminho a trabalhos como os de Kress e van Leeuwen (1996) [...]. Hodge e Kress (1988) propõem uma reconstrução da semiótica tradicional, com base em críticas sobre o fato de esta negligenciar as funções e os usos sociais dos sistemas semióticos pelos produtores dos signos. (FERRAZ, 2011, p. 46)

A obra de Hodge e Kress (1988) foi crucial para o desenvolvimento da Semiótica Social, visto que não se prendeu apenas aos estudos verbais da linguagem, mas inovou os estudos semióticos, até então voltados apenas aos aspectos linguísticos da linguagem, desconsiderando o contexto social de construção e uso da linguagem.

Nesse sentido, Gualberto (2016) aponta que o foco principal da Semiótica Social é o estudo da comunicação e das semioses humanas, investigando o processo de produção do sentido. A Semiótica Social é uma abordagem que se preocupa com várias características inerentes à construção de sentido, independente do modo de comunicação (fala, escrita, imagem e outros) e dos recursos semióticos (gestos, tom de voz, cores, texturas, tamanhos e outros) materializados no texto (GUALBERTO, 2016).

Enquanto a linguística se concentra na forma e significado, considerando apenas dois modos de comunicação – a linguagem oral e a escrita – a semiótica é a ciência das semioses humanas. Atenta-se para a produção de significado em diferentes modos, preenchendo lacunas, ultrapassa a descrição do código e da estrutura ao considerar outros fatores inerentes à produção de sentido, tais como motivação, origens, destinos e meios (GUALBERTO, 2016).

O foco não está nas nomenclaturas específicas para este ou aquele modo, mas sim na representação em si, nos recursos que foram utilizados na materialização do texto e nos seus potenciais sentidos. A SS propõe mudança, partindo de uma teoria que aborda a língua, para uma que considere igualmente gestos, imagens, escrita, fala, cores, objetos tridimensionais, música, entre outros. Assim, o verbal – texto oral ou escrito – será tratado a partir de uma abordagem semiótica, pois faz parte de uma gama de possibilidades de modos disponíveis para comunicação. (GUALBERTO, 2016, p. 58)

Assim, o significado é produzido a partir do uso de diferentes modos que, ao serem unidos, expressam sentido completo nos atos de interação. Não se trata apenas da língua em si, mas de vários outros elementos envolvidos, os quais estabelecem a comunicação.

Sobre o processo de produção de sentido, Hodge e Kress (1988) fazem algumas considerações.

O sentido é sempre negociado no processo semiótico, nunca simplesmente imposto de forma inevitável vinda do alto por autor onipotente através de um código absoluto. A semiótica tradicional gosta de assumir que significados relevantes são congelados, fixos no texto, para ser extraídos e decodificados [...]. A Semiótica Social não pode assumir que os textos produzam exatamente os significados que seus autores esperam. (HODGE e KRESS, 1988, p.12)

O sentido de um texto não é algo concreto, transmitido do escritor ou falante ao seu interlocutor. O processo de compreensão do texto envolve diversos fatores, conciliando papéis comunicacionais, o texto em si, as competências de leitura do interlocutor e outros aspectos. A Semiótica Social defende que esses elementos juntos, a partir do momento da interação, são capazes de construir o sentido do texto. Não operando, assim, de forma isolada ou fragmentada, considerando as múltiplas significações da linguagem.

Sendo assim, para a Semiótica Social o processo de significação da linguagem, a dimensão social, não pode ser desconsiderada, faz-se o ponto de

partida para análise dos sistemas de significado (FERRAZ, 2011). As semioses humanas só podem ser compreendidas, pois, a partir de contextos de usos, ou seja, da esfera social. A significação da linguagem está vinculada aos interlocutores e ao meio social.

Já referente ao âmbito social, as contribuições de Halliday para os estudos semióticos se devem ao fato de a Linguística Sistêmico-Funcional (LSF) defender “a ideia de que os sistemas linguísticos são abertos à vida social, pois se constroem na interseção das macrofunções da linguagem” (FERRAZ, 2011, p. 47). Essas macrofunções da linguagem, desenvolvidas por Halliday, consideram que o usuário da língua constrói a realidade em torno de si, ou seja, organiza e incorpora, na língua, sua experiência dos fenômenos do mundo real.

Assim, a Semiótica Social considera os significados ou semioses humanas a partir da interação comunicacional, do contexto social, das diferentes práticas de linguagem, estudando os processos de produção, reprodução, recepção e circulação dos significados em todas as formas, pelos diferentes atores de comunicação, como um fenômeno inerentemente social em suas origens, funções, contextos e efeitos. A Semiótica Social é a ciência que se encarrega da análise dos signos na sociedade com a função principal de estudar as trocas das mensagens (HODGE e KRESS, 1988).

Isso posto, a partir das contribuições dos estudos da Semiótica Social, desenvolveu-se a teoria Multimodal ou da Multimodalidade que investiga textos que associam a linguagem verbal e não-verbal, estando inseridos no contexto social. Por conseguinte, no próximo subtópico, trataremos da teoria da Multimodalidade.

2.3 Multimodalidade

A Multimodalidade é uma vertente da Semiótica Social interessada pelos diferentes aspectos visuais (verbal e não-verbal) presentes em um texto materializados de maneira significativa (GUALBERTO, 2016). Esses aspectos podem ser linguísticos ou não e incluem cores, tamanhos, formas, imagens, palavras e muitos outros elementos. Essa junção de diferentes modos (aspectos visuais e verbais) presentes em um texto denomina-se multimodalidade.

Dessa forma, o termo “texto multimodal” se refere a uma nomenclatura para especificar textos que apresentam mais de um modo de linguagem em sua composição. O modo é um recurso material moldado socialmente que produz sentido. Assim, há textos compostos por *multimodos*, e por isso, são considerados multimodais (GUALBERTO, 2016).

A pós-modernidade tem evidenciado os textos multimodais e, por isso, faz-se necessário habilidades de leituras que consigam atender a multiplicidade de modos semióticos que têm construído os significados e que são formados por linguagens variadas, como palavras, imagens, cores, sons e movimentos que se integram na construção do sentido (BEZERRA, LIMA, OLIVEIRA, 2016). Nessa perspectiva, os aspectos visuais, assim como a escrita, devem ser observados e considerados no momento de contato com o texto multimodal. Afinal, cada elemento presente no texto contribui para a construção do sentido.

Rajo (2012) faz ponderações sobre a construção de sentido de um texto que apresenta elementos verbais e visuais, ou seja, é multimodal.

[...] perceber que as imagens (estáticas ou dinâmicas) [...] são concluintes de uma obra [...] a elaboração de sentidos tomará muitos outros caminhos além daquele formado estritamente pelas palavras. Com isso, os textos passam a ser entendidos como ‘modos de dizer’ que não precisam ser exclusivamente escritos [...] isso construiria a multimodalidade ou multissemiose dos textos, as quais instauram várias possibilidades de construção de sentido. (ROJO, 2012, p. 182)

As imagens são recursos semióticos que constituem textos, expressam significados por si próprias, estabelecem comunicação. Por isso, não se pode entender texto apenas como um conjunto de palavras, mas é preciso considerar tudo aquilo que está materializado no texto e todos os recursos utilizados para conotar uma mensagem. Na composição do sentido de um texto, através da articulação da escrita e da imagem, atribui-se as mesmas condições conferidas aos elementos verbais às imagens. As estruturas visuais produzem significado tanto quanto as estruturas linguísticas.

O estudo dos textos multimodais deve, pois, levar em “consideração as diversas semioses que podem compor um determinado gênero, atribuindo sentidos distintos e mais complexos daqueles elaborados pela escrita” (AQUINO e SOUZA, 2008, p. 35). O leitor do texto precisa observar, ler e compreender as multissemioses

materializadas no texto. Considerando essa diversidade de recursos linguísticos e imagéticos contidos nos textos multimodais, o leitor deverá integrar de modo significativo os aspectos verbais e não-verbais dos textos.

A ótica da multimodalidade abrange todas as estruturas, características e informações contidas em um texto, seja ele verbal e/ou não-verbal. Trata-se de um conjunto de componentes que dão forma a um determinado texto específico, materializados pela linguagem. Ferraz (2011) relaciona o estudo dos significados com a teoria Multimodal.

Os significados materializados por meio da linguagem, seja ela verbal ou não-verbal, considerando todo o arranjo visual de uma mídia, ou seja, a diagramação, as cores, as figuras, o tipo de papel (no caso de texto escrito) ou até como as pessoas se comportam nos textos orais (gestos, entonação de voz, expressões faciais) pode ser chamado de multimodalidade. (FERRAZ, 2011, p. 45)

A teoria Multimodal inclui como objeto de estudo modos comunicacionais, além da linguagem verbal. A construção de sentido é realizada considerando as várias modalidades textuais, simultaneamente. Os significados sociais são construídos por meio de uma série de formas, textos e práticas semióticas de todos os períodos da história da sociedade humana.

Tanto a Semiótica Social quanto a Multimodalidade baseiam-se na Linguística Sistêmico-Funcional (LSF), de Halliday, já mencionado anteriormente, para aprimorar e fundamentar as análises dos textos. Na perspectiva da LSF, a linguagem é vista como um fenômeno social que atende às necessidades socioculturais de comunicação dos indivíduos. Desse modo, Halliday desenvolveu uma teoria sociosemiótica que prioriza a íntima relação léxico-gramatical em interface com a semântica do discurso. Isto é, os textos possuem uma interface com o contexto de cultural (social) em que os usos de linguagem ocorrem (HALLIDAY, 1978).

Isso posto, os fundamentos basilares da Linguística Sistêmico-Funcional fazem-se pertinentes aos estudos semióticos sociais e multimodais, haja vista a relação dos usos de linguagem em práticas sociais ser considerada significativa na Linguística Sistêmico-Funcional, na Semiótica Social e na Multimodalidade.

Na perspectiva da multimodalidade, todos os componentes materializados no texto têm seu papel e desempenham suas funções, contribuindo para a construção

de um todo significativo. Esses elementos são materializados através de usos de linguagens e demonstram que essa é multi e pluri significativa (YARED, 2015).

Acerca disso, Barros (2009) esclarece sobre os construtos da multimodalidade desenvolvidos a partir de contribuições da Semiótica Social.

A língua faz parte de um contexto sociocultural no qual a cultura é produto de um processo de construção social. Nessa medida, nenhuma modalidade de linguagem pode ser inteiramente estudada de maneira isolada. A língua – falada ou escrita – não pode ser entendida senão ligada a outros modos de representação que participam da composição de um texto. De acordo com essa teoria, os textos são construtos multimodais, sendo que a escrita é tão somente uma das modalidades de representação. Essas, por sua vez, são culturalmente determinadas e constantemente redefinidas no interior dos grupos sociais em que estão inseridas. (BARROS, 2009, p. 162)

A multimodalidade investiga, pois, a associação de diferentes formas de linguagens desenvolvidas e materializadas por diferentes grupos sociais, a partir de um contexto sociocultural específico e expressa representações culturais diversificadas. O “texto multimodal é aquele cujos significados se realizam por mais de um código semiótico, sendo assim, deve ser lido conjugando todos os modos semióticos presentes” (KRESS e VAN LEEUWEN, 2006, p. 183).

Com isso, Gualberto (2016) relaciona os textos multimodais, a Multimodalidade e a Semiótica Social.

No âmbito internacional, o pesquisador Gunther Kress pode ser considerado um dos pioneiros no que se refere aos estudos sobre multimodalidade. Na concepção defendida por este autor, a multimodalidade é um dos desdobramentos da Semiótica Social. [...] Esta teoria se constitui como uma “abordagem para a comunicação que busca entender como as pessoas se comunicam através de uma variedade de formas em situações sociais específicas”. Assim, o texto se constitui como a materialização da mensagem, composto por diversos modos e recursos semióticos, sendo, portanto, *multimodal*. (GUALBERTO, 2016, p. 26)

Os modos estarão acompanhados por diferentes recursos semióticos, quer dizer, o produtor utiliza várias estratégias para a construção de sentido de seu texto. A Multimodalidade, assim, objetiva entender como os recursos semióticos diversos, associados a outros recursos, produzem sentidos. A interação entre diferentes recursos semióticos pode expressar um determinado sentido, mas estando associado a outro recurso, outro sentido será produzido. Os sentidos podem variar devido às diferentes combinações entre os recursos semióticos presentes no texto (BARRENECHEA, 2016). A partir da junção de aspectos verbais e visuais, por

exemplo, que se juntam e se complementam, forma-se um todo, de forma que cada elemento tem sua contribuição no processo significativo, forma-se uma unidade textual.

Na leitura de textos multimodais, a construção dos sentidos parte de estratégias de observação da multimodalidade, que envolvem a seleção, verificação e organização das informações da sintaxe visual, para que ocorra a integração das informações verbais e não-verbais. (BARROS, 2009, p. 181)

Para ler os textos multimodais, é preciso atentar para todas as informações neles contidas, investigando todos os recursos e elementos verbais (linguísticos) e não-verbais (visuais) materializados no texto.

Sendo assim, a multimodalidade abarca os gêneros textuais orais e os gêneros textuais escritos e impressos, elaborados a partir da junção de variados elementos comunicativos, como “palavras e gestos, palavras e entonações, palavras e imagens, palavras e tipografia, palavras e sorrisos, palavras e animações etc” (DIONÍSIO apud BARROS, 2009, p. 164).

Também Mozdzenski (2008) afirma que os avanços dos estudos da linguagem humana permitem constatar que, geralmente, hoje, os textos são multimodais e que as diversas formas de representação de textos devem ser analisadas de forma integrada. Logo, o desenvolvimento de estudos multimodais necessita de teorias que abarquem a pluralidade dos usos de linguagens.

Desse modo, trataremos no subtópico, a seguir, da Gramática do Design Visual (GDV), nos termos de Kress e van Leeuwen (1996, 2006), que embasa os estudos da Multimodalidade nesta pesquisa, haja vista que o *corpus* será composto por textos multimodais (imagéticos e verbais) e que a Gramática do Design Visual considera imagens como textos construídos socialmente.

2.4 A Gramática do Design Visual

A Semiótica surgiu para estudar o significado das diversas semioses de textos verbais e visuais e a Semiótica Social, por sua vez, surgiu para estudar os textos não-verbais emergidos a partir dos contextos sociais diversos. Para tanto, em 1988, Hodge e Kress publicaram o livro *Semiótica Social*, já citado anteriormente, enfatizando a necessidade de a Semiótica Social considerar o contexto cultural e as

ideologias no momento das análises dos significados, nos diversos tipos de textos. Essa obra foi um marco, visto que representou a ampliação metodológica das análises de textos multimodais, esboçando os primeiros conceitos da GVD, incluída a modalidade visual e o conceito de signo motivado (YARED, 2015).

Já, em 1996, Kress e van Leeuwen publicaram o livro *Reading Images*, no qual criaram a chamada Gramática do Design Visual. Essa nova teoria se atentava para a combinação dos elementos contidos em uma imagem e sugeria que existe uma sintaxe visual, assim como há a sintaxe verbal. Para o desenvolvimento da GDV, Kress e van Leeuwen se basearam fortemente na Linguística Sistêmico-Funcional, de Halliday.

A GDV compreende os elementos visuais a partir da dimensão social. Além disso, amplia a compreensão acerca da linguagem, utilizando diversos tipos de representações, ao considerar o contexto e o processo social em que essa linguagem se materializa. Essa gramática propõe o estudo do significado do modo semiótico visual, não-verbal, e propõe uma análise semiótica que busca as representações dos significados da imagem.

A Linguística Sistêmico-Funcional – LSF – (HALLIDAY, 1978), faz-se, por sua vez, uma teoria de análise da língua através de ferramentas. A LSF apresenta uma descrição da gramática através de uma metodologia funcional. Para tanto, propõe três metafunções para realizar os estudos da oração, da frase e das sentenças e seus processos significativos. As metafunções propostas por Halliday são a ideacional, a interpessoal e a textual. Com isso, baseados na Linguística Sistêmico-Funcional, de Halliday, Kress e van Leeuwen desenvolveram, em 1996, a Gramática do Design Visual (GDV). Enquanto Halliday propõe três metafunções para analisar a linguagem verbal, Kress e van Leeuwen “usam as metafunções para analisar o não-verbal em diversos tipos de manifestações” imagéticas (OERVERNEY, 2008, p. 16).

Assim, surge a GVD a partir de contribuições da Linguística Sistêmico-Funcional objetivando analisar os aspectos visuais (não-verbais) materializados nos textos.

O que a Gramática Visual de Kress e van Leeuwen advoga é a conscientização das imagens não como veículos neutros desprovidos de seu contexto social, político e cultural, mas enquanto códigos dotados de significado potencial, imbuídos de estruturas sintáticas próprias. Partem do pressuposto que assim como a linguagem verbal, a linguagem visual é dotada de uma sintaxe própria, na qual elementos se organizam em

estruturas visuais para comunicar um todo coerente. (ALMEIDA, 2008, p. 09)

A Gramática do Design Visual tem seu foco na investigação de imagens, considerando-as como textos, que produzem sentido. Por isso, Kress (2003) afirma que o texto é uma paisagem semiótica, ou seja, a imagem é um texto e esse, por sua vez, contém muitos significados, desse modo, a imagem é composta por vários significados.

Sobre a GDV, Almeida (2008, p. 09) aponta que a teoria “surge no contexto de investigação linguística como ferramenta crítico-analítica, com intuito de suplantar algumas das dificuldades em se analisar sistematicamente estruturas visuais e outros códigos semióticos do gênero”. Faz-se importante explicar que, anteriormente ao surgimento da GDV, não havia categorias de análise para as imagens. A partir da sua criação, as imagens começaram a ser analisadas semioticamente e lidas como textos construídos socialmente.

É preciso entender, porém, que a gramática a que se refere à Gramática do Design Visual não se trata de um conjunto de regras, como em uma gramática normativa, mas um conjunto de recursos, socialmente construídos para constituir significados (KRESS e VAN LEEUWEN, 1996). Assim, “o propósito da gramática do *design* visual é focalizar o processo de produção sógnica, compreendido como uma ação social realizada em determinado uso e contexto, em que o interesse do produtor do signo determina a forma de representação” (FERRAZ, 2011, p. 58).

Diante do propósito da GDV, Barrenechea (2016) explica que, se na linguagem verbal o sentido é organizado através de escolhas lexicais, utilizando diferentes classes de palavras e estruturas sintático-semânticas, na linguagem ou comunicação visual, o sentido é estruturado por meio da combinação de diferentes estruturas compositivas, ou seja, por diversas modalidades de linguagens. Desse modo, a Gramática do Design Visual é uma perspectiva para análises visuais, pois

[...] mostraram que, se considerássemos a sintaxe visual como um sistema de escolhas para produzir significado, tal como o é a sintaxe verbal, nesse caso poderíamos discorrer sobre a escolha de recursos semióticos e sua disposição em um texto multimodal. (YARED, 2015, p. 39)

Nesse ínterim, a multimodalidade é uma junção da Semiótica Social com a Gramática do Design Visual, relacionadas com a Linguística Sistêmico-Funcional.

Por isso, a GDV faz-se Teoria Semiótica Social da Multimodalidade – TSSM. Segundo a TSSM, modo “é o recurso semiótico trabalhado, evoluído e moldado histórica e culturalmente em uma dada comunidade” (YARED, 2015, p. 42).

Sendo assim, a multimodalidade está associada tanto à Semiótica Social quanto à Gramática do Design Visual, visto que considera os diversos elementos constituintes do texto a partir da perspectiva social.

Ademais, sobre a Semiótica Social, Santos (2006) considera que a Semiótica Social investiga os aspectos linguísticos (verbais) e os aspectos visuais (não-verbais) materializados no texto.

Os semióticos sociais enfatizam a estruturação sistemática do imagético em uma sintaxe visual [...] a sintaxe visual descreve a maneira como pessoas, coisas e lugares representados combinam-se em uma estrutura visual de maior ou menor complexidade e extensão. Essa prática foi designada Semiótica Social para chamar atenção sobre todas as formas de significação da atividade social marcada no campo da política das estruturas de poder, nas quais há distintos interesses por parte daqueles que produzem textos. A Semiótica Social postula que a comunicação exige que os participantes façam com que suas mensagens sejam compreendidas em determinado contexto, então escolhem significantes e expressões capazes de ser o mais compreensível para os outros participantes. (SANTOS, 2006, p. 66)

A sintaxe visual (normatização visual) é a ferramenta que auxilia o estudo desses aspectos, não deixando de considerar a influência dos fatores sociais no momento de análise. Por isso, pode-se dizer que a construção de sentido do texto engloba a linguagem verbal e não-verbal de um ator social.

O subtópico, a seguir, trata das metafunções da linguagem, isto é, das ferramentas que a GDV propõe para análise de imagens.

2.5 Metafunções da linguagem e a GDV

A Gramática do Design Visual é baseada em metafunções da linguagem, voltadas para análise de imagens. Ela fornece, pois, ferramentas analíticas para que textos multimodais possam ser compreendidos. As metafunções da linguagem são a representacional, a interativa e a composicional (FERNANDES e ALMEIDA, 2008).

De acordo com Fernandes e Almeida (2008, p. 12), a metafunção representacional é “responsável pelas estruturas que constroem visualmente a natureza dos eventos, objetos e participantes envolvidos, e as circunstâncias em

que ocorrem”. Indica, assim, o que está sendo mostrado, o que está acontecendo ou quais relações estão sendo construídas entre os elementos apresentados.

A metafunção interativa, por sua vez, é responsável pela relação entre os participantes, se atendo aos recursos visuais que “constroem a natureza das relações de quem vê e o que é visto” (FERNANDES e ALMEIDA, 2008, p. 12). Portanto, descreve as relações de interação social construídas pela imagem.

Já a metafunção composicional é a responsável pela estrutura e formato do texto, “se refere aos significados obtidos através da distribuição do valor da informação ou ênfase relativa entre os elementos da imagem” (FERNANDES e ALMEIDA, 2008, p. 12). Dessa forma, considera todos os elementos (participantes e interação social) constituintes da imagem.

Para análise de cada metafunção da linguagem, há algumas perspectivas que precisam ser consideradas na imagem a ser analisada. As metafunções não são categorias de análises, mas fornecem tais categorias de análise para que textos não-verbais (imagens) sejam analisados e para que haja uma melhor compreensão das representações de seus elementos. Assim, a GDV materializa uma sintaxe visual. Além disso, ao falar sobre imagens, é preciso entender que elas “produzem e reproduzem relações sociais, comunicam fatos, divulgam eventos e interagem com seus leitores com uma força semelhante à de um texto formado por palavras” (FERNANDES e ALMEIDA, 2008, p. 11).

Dessa forma, enquanto a metafunção representacional se preocupa em identificar quais são os participantes representados na imagem e quais as ações realizadas; a interacional atém-se à interação. Isto é, investiga a troca de informações entre os participantes representados na imagem. Já a metafunção composicional se interessa pelo todo materializado na imagem, observando a relação dos elementos, citados anteriormente, considerados todos os recursos presentes na imagem.

Em suma, pode-se dizer que a metafunção representacional, descreve a relação entre participantes, enquanto a interacional descreve a relação entre imagem e observador e a metafunção composicional, por fim, descreve a relação entre elementos da imagem (FERNANDES e ALMEIDA, 2008).

Todavia, na investigação do *corpus*, desta pesquisa, apenas a metafunção representacional será utilizada, haja vista, que os objetivos de pesquisa são as

representações, no Facebook, dos três candidatos mais votados na eleição suplementar ao governo do Tocantins em 2018.

Diante do exposto, trataremos no tópico a seguir do percurso metodológico traçado com o propósito de desenvolver a presente pesquisa.

3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Esta pesquisa é qualitativa tendo em vista que se preocupa com aspectos da realidade que não podem ser quantificados. Seu escopo está centrado na compreensão e explicação das dinâmicas das relações sociais, o que envolve a subjetividade. “A pesquisa qualitativa não se preocupa com representatividade numérica, mas, sim com o aprofundamento da compreensão de um grupo social, de uma organização, etc” (SILVEIRA e CÓRDOVA, 2009, p. 31). Assim, não se aterá a quantificações, mas à descrição de imagens e compreensão de representações, isto é, considerará os elementos imagéticos que representam situações de contextos sociais específicos (SILVEIRA e CÓRDOVA, 2009). Sendo assim, esta pesquisa preocupa-se com representações de candidatos no Facebook.

Quanto à natureza, esta pesquisa é uma pesquisa aplicada, pois tem como objetivo gerar conhecimentos para aplicação própria, os quais são dirigidos à solução de problemas específicos (SILVEIRA e CÓRDOVA, 2009). Dessa forma, objetiva-se investigar e compreender representações dos três candidatos mais bem votados na eleição suplementar ao governo do Tocantins em 2018, a partir da análise de imagens publicadas no Facebook.

Quanto aos objetivos, esta pesquisa é exploratória, por almejar explorar e investigar o *corpus*, com vistas a torná-lo mais explícito e compreensível. O estudo também é descritivo. Visto que pretende detalhar e descrever os fatos e fenômenos de determinada realidade, isto é, as imagens publicadas no Facebook dos candidatos em busca de suas representações (SILVEIRA e CÓRDOVA, 2009).

Desse modo, a presente pesquisa propõe a análise de 35 (trinta e cinco) imagens publicadas pelos três candidatos mais votados no primeiro turno da eleição suplementar ao governo do Tocantins, ocorrida em 2018. Para tanto, faz-se necessário observar e descrever o *corpus*, almejando investigar e analisar tais representações dos três candidatos. Essas imagens foram publicadas na página do Facebook dos candidatos Carlos Amastha, Mauro Carlesse e Vicentinho Alves, durante o mês de maio de 2018, referentes à campanha no maior colégio eleitoral do Estado do Tocantins, ou seja, no município de Palmas.

Para tanto, o arcabouço teórico-metodológico que embasa este estudo está nos moldes de Kress e van Leeuwen (1996, 2006) no que se refere à Gramática do

Design Visual, especificamente em relação a função representacional para análise das imagens.

Assim, inicialmente, foi realizada revisão de literatura sobre os estudos provenientes da Semiótica Social, especialmente no que se refere à Multimodalidade e à Gramática do Design Visual. Posteriormente, foi constituído o *corpus* da pesquisa que resultou na análise das imagens. Para tanto, após a coleta das imagens – textos multimodais – publicadas na rede social de cada candidato, essas imagens foram analisadas sob a ótica da Gramática do Design Visual, com foco em representações dos três candidatos. As imagens foram analisadas de acordo com os quesitos e descrições da metafunção representacional, buscando cumprir os objetivos de pesquisa.

Sobre as categorias da Gramática do Design Visual (GDV) para análise de imagens, Gualberto explica as contribuições que o trabalho de Kress e van Leeuwen disponibilizou.

[...] tendo em vista a clara importância do *design* para os estudos da SS, Kress e van Leeuwen (1996, 2006) trazem a publicação intitulada *Reading Images: The Grammar of Visual Design*, a qual apresenta as categorias da GDV e discute aspectos que concernem à análise de imagens. [...] Com o objetivo de fomentar e ampliar as pesquisas de análises de imagens Kress e van Leeuwen (1996, 2006) elaboraram a Gramática do *Design* Visual (GDV). Nessa teoria, eles consideram as imagens como estruturas sintáticas passíveis de análises assim como é feito na linguagem verbal. Nessa perspectiva, os autores apresentam categorias específicas que contribuem para o levantamento de possíveis mensagens que as imagens veiculam e sentidos que potencialmente produzem. [...] caracterizam a GDV como uma expansão da Gramática Sistêmico-Funcional de Halliday. [...] a GDV associa as metafunções da Gramática Sistêmico-Funcional, originalmente ligadas à linguagem verbal, ao aspecto visual dos textos. (GUALBERTO, 2016, p. 65-66)

Dessa forma, a GDV possibilita a leitura de imagens que veiculam sentidos. Nessa perspectiva, as metafunções da linguagem, descritas pela Gramática do Design Visual, são complementares, mas possuem suas particularidades e categorias de análises específicas.

A metafunção representacional refere-se aos participantes ou integrantes representados. Ela se subdivide em *representações narrativas* e *representações conceituais*. Apenas as *representações narrativas* serão utilizadas na análise do *corpus*, desta pesquisa, visto que retratam participantes engajados em eventos e ações. Nas *representações conceituais*, os vetores não são percebidos, pois os

participantes não executam ações (FERNANDES e ALMEIDA, 2008). Com isso, as categorias de análise das *representações conceituais* não foram utilizadas para análise de dados.

Assim, nas *representações narrativas*, os participantes se apresentam engajados em eventos e ações, sendo o processo de ação e interação entre os participantes indicado por *vetores* que apontam a direção do olhar, determinando aquele que faz a ação e aquele a quem a ação é dirigida. Nesse processo de interação, há os *participantes interativos*: aqueles que falam, ouvem ou escrevem e leem, ou seja, são ativos. Há também os *participantes representados*, aqueles que são os sujeitos da comunicação, ou seja, são receptivos. (FERNANDES e ALMEIDA, 2008).

Ademais, o participante que está olhando para alguém ou algo é chamado de *ator*, o *vetor* parte dele. O alvo do olhar do *ator* se chama *meta*. Quando a imagem apresenta o *ator* e não apresenta a *meta*, dispensando objetos, tem-se uma *estrutura não-transacional*. Se houver, porém, o *ator* e a *meta*, tem-se uma *estrutura transacional*. Caso ocorra troca de olhares ou *vetores* entre o *ator* e a *meta*, de forma que cada participante possa representar ora o papel de *ator*, ora o papel de *meta*, tem-se uma *estrutura bidirecional*, e os participantes envolvidos são chamados de *interatores* (FERNANDES e ALMEIDA, 2008).

Além disso, se o *vetor* da ação que parte do participante tiver como ponto de partida seu olhar, ou melhor, se for o “olhar rumo a alguém ou alguma coisa, configura-se um processo de reação no lugar de uma ação. A reação, assim como a ação, é um tipo de *vetor*. O participante que olha é chamado de *reator* ao invés de *ator* e precisa obrigatoriamente ter traços humanos”. A reação pode ser *transacional* (vê-se o alvo do olhar) ou *não-transacional* (impossível identificar o alvo do olhar). Em ambos os casos, é possível identificar o *vetor* que indica o olhar do ponto de partida (FERNANDES e ALMEIDA, 2008, p. 15).

Nos casos de reação, o objeto contemplado pelo olhar do *reator* é chamado de *fenômeno* ao invés de *meta*, podendo esse, inclusive, ser o observador da imagem. Nesse caso, a reação é *transacional*, pois é possível identificar o alvo do olhar do *reator* (FERNANDES e ALMEIDA, 2008).

Por outro lado, as imagens que contêm balões que representam falas ou pensamentos retratam outro tipo de *vetor*. Quando, no balão, há um participante

animado falando determinado conteúdo, ele é chamado de *dizente* e quando o participante é representado pensando certa informação, é nomeado de *experienciador*. O que é “falado” é o *enunciado* (contido dentro do balão de fala, chamado balão verbal) e o que é “pensado” é o *fenômeno* (contido dentro do balão de pensamento, chamado balão mental) (FERNANDES e ALMEIDA, 2008).

Em suma, o *corpus* desta pesquisa foi analisado a partir das categorias de análise da metafunção representacional, haja vista que busca investigar representações materializadas nas publicações dos candidatos, fazendo-se assim, pertinente para o cumprimento dos objetivos.

Diante do exposto, no próximo tópico trataremos de representações dos candidatos Carlos Amastha, Mauro Carlesse e Vicentinho Alves.

4. REPRESENTAÇÕES DE CANDIDATOS NO TOCANTINS

A presente pesquisa almeja identificar e analisar representações, em publicações do Facebook, dos três candidatos ao governo do Tocantins que foram mais bem votados no primeiro turno da eleição suplementar em 2018: Carlos Amastha, Mauro Carlesse e Vicentinho Alves, conforme já exposto anteriormente.

Desse modo, as 35 (trinta e cinco) imagens constituintes do *corpus* da pesquisa são oriundas das redes sociais desses candidatos, publicadas durante o mês de maio de 2018, referentes à campanha no maior colégio eleitoral do Estado do Tocantins, ou seja, no município de Palmas.

A análise das imagens está fundamentada na Semiótica Social, especificamente, nas categorias de análise da Gramática do Design Visual (KRESS e VAN LEEUWEN, 1996, 2006) no que se refere à metafunção representacional.

4.1 Representações de Carlos Amastha

O candidato ao governo do Tocantins na eleição suplementar de 2018 – Carlos Amastha – é filiado ao Partido Socialista Brasileiro (PSB). O candidato, conhecido apenas por Amastha, era prefeito da capital do Tocantins, Palmas, e renunciou à gestão municipal para se candidatar ao governo do Estado.

Um dos modos para campanha eleitoral foi o uso das redes sociais, como o Facebook, objeto de estudo desta pesquisa. Constitui parte do *corpus* desta pesquisa as publicações do candidato no Facebook na cidade de Palmas no mês de maio de 2018. São 08 (oito) imagens, conforme ordem cronológica de publicação (das mais antigas para as mais recentes).

No dia 21 de maio de 2018, o candidato Carlos Amastha publicou no Facebook quatro imagens que representam um momento de campanha no bairro Arno 32, na cidade de Palmas.

(1)



Fonte: Disponível em: <https://www.facebook.com/amastha40gov/>. Acesso em: 23 set. 2018.

Na imagem (1), há os participantes Carlos Amastha – candidato – e muitos possíveis eleitores de uma região de Palmas. O candidato encontra-se em uma posição de destaque, em pé, falando ao microfone, posicionado em cima do palco, de frente para o público que está sentado e de costas para o leitor do Facebook.

Amastha desempenha o papel de *ator* na imagem (1), pois está olhando para o público que se torna sua *meta*, ou seja, alvo do candidato. Os demais participantes, de modo geral, têm como alvo o candidato que discursava. O *ator* Amastha encontra-se de pé e de frente para o público.

O *vetor* da ação parte de seu olhar e está de cima para baixo, demonstrando assim, uma posição de superioridade/autoridade em relação ao público. As pessoas, na posição de *metas*, estão sentadas, de frente para o candidato. Muitas delas utilizam o adesivo da campanha do candidato. O *vetor* das *metas* está de baixo para cima, em posição de inferioridade em relação ao candidato, ou seja, apenas ouvintes do discurso do candidato.

Considerando o *vetor* do olhar dos participantes para o candidato, o *vetor* indica o olhar deles como ponto de partida, assim, assumem a posição de *reatores* e o candidato de *fenômeno*, pessoa contemplada, por eles. Assim, o candidato é contemplado em sua posição superior enquanto os ouvintes olham em sua direção em uma posição inferior.

A estrutura estabelecida na imagem (1) trata de uma *estrutura bidirecional*, pois é possível visualizar os *interatores* na foto (candidatos e ouvintes), ou melhor, quem olha e quem está sendo observado, visto que há entre os envolvidos troca de

olhares. Dessa forma, a imagem representa que está ocorrendo interação entre os *interatores*, ou seja, não há apenas interesse do candidato em expor suas propostas, mas os ouvintes também estão interessados em ouvi-lo.

Além disso, na imagem (1), encontra-se em destaque o agradecimento “Valeu, Arno 32”, representando uma fala de gratidão do candidato aos moradores da Arno 32, população eleitoral local que compareceu ao comício do candidato. Esse agradecimento está destacado em uma faixa de cor amarela e escrito em letras pretas.

A montagem da parte superior dessa imagem contendo a faixa de cor amarela com letras pretas, mencionada anteriormente, o número de WhatsApp da equipe do candidato, assim como, o endereço de seu site, foi utilizada em muitas das imagens publicadas na página do Facebook do candidato.

Há também nessa parte superior da imagem uma mensagem de incentivo “Não deixe de ir votar – Vamos decidir no 1º turno” para que o observador da imagem não deixe de ir votar no candidato, no primeiro turno da eleição suplementar de 2018, e há ainda um símbolo utilizado pelo candidato em suas publicações, contendo seu nome e número de chapa, nome de seu vice e a mensagem “Pra consertar”, muito utilizada em suas postagens.

Esses elementos sobrepostos à imagem, expressam uma frase de agradecimento aos eleitores que compareceram no evento da campanha eleitoral do candidato.

Além disso, as informações de contato expõem ao possível eleitor a oportunidade de contactar e/ou conhecer melhor o candidato. O símbolo, descrito anteriormente, além de informar dados da chapa do candidato expressa uma mensagem de que o governo desse candidato proporcionará “conserto”, ou seja, melhorias para o Estado do Tocantins. Com isso, o candidato busca representar aos observadores da imagem, no seu Facebook, que ele é merecedor dos votos dos eleitores tocaninenses.

Relacionando os elementos verbais e não-verbais da imagem (1) do candidato Carlos Amastha, é possível observar certas representações do candidato. Dessa forma, o candidato posiciona-se de forma privilegiada para fazer campanha, estando em pé, posicionado em cima do palco, enquanto os ouvintes, sentados, olham em direção ao candidato e ouvem sua argumentação.

Assim, a imagem representa que o candidato está se colocando em posição de superioridade para expor suas propostas, deixando os possíveis eleitores com a opção, inferior, de serem seus ouvintes, ou seja, não há nessa imagem uma representação amigável do candidato para o público, mas de imposição e/ou autoridade sobre os possíveis eleitores.

Ainda, no dia 21 de maio de 2018, na cidade de Palmas, o candidato Carlos Amastha publicou no Facebook a imagem (2).

(2)



Fonte: Disponível em: <https://www.facebook.com/amastha40gov/>. Acesso em: 23 set. 2018.

A imagem (2) do candidato Carlos Amastha é uma selfie, ou seja, um autorretrato de um participante de um comício que ocorreu na capital Palmas e que inclui o candidato.

O candidato encontra-se no centro da selfie, próximo a outras pessoas, sua esposa e apoiadores. Sua esposa sinaliza com a mão direita apoio ao número quatro, simbolizando através de seu gesto o número de campanha do candidato (40). Todos olham para os leitores do Facebook, estão sorrindo e usam adesivo da campanha eleitoral do candidato Amastha.

Mais atrás é possível visualizar diversas pessoas que também se encontram no local da reunião, realizada no bairro Arno 32. Essa constituição da selfie parece apontar que o possível eleitor quis tirar uma foto com o candidato, o que propõe apoio e certa intimidade do possível eleitor em relação ao candidato.

O vetor da ação do olhar do candidato Amastha está direcionado à câmera que registra a selfie, assim como, os outros participantes. O participante está

receptivo a foto. Eles estão sorrindo, alegres e animados, no local do evento eleitoral.

O *vetor* do olhar do candidato é uma estratégia para o leitor do Facebook que observa a foto, como se o candidato estivesse olhando diretamente para esse leitor, assim, buscando uma interação de proximidade, isto é, almejando convencer o observador da imagem a tornar-se seu eleitor. O mesmo acontece com os *vetores* dos demais participantes que olham diretamente para a câmera que registra a selfie. Desse modo, seus *vetores* estão voltados ao observador da imagem, almejando estabelecer afinidade com esse, no intuito de convencê-lo a também se tornar eleitor do candidato Carlos Amastha.

A imagem (2) coloca os cinco principais participantes na posição de *reatores*, haja vista que o *vetor* da ação parte de seus olhos. A *reação* representa a intenção do candidato de estabelecer interação com o observador da foto, ou seja, sua busca por proximidade com esse possível eleitor que está visualizando suas postagens. Esse observador da foto, leitor do Facebook, desempenha o papel de *fenômeno*.

Por se tratar de uma situação em que o objeto ou pessoa contemplada não está representada na imagem (o leitor do Facebook), tem-se uma *reação não-transacional*, ou seja, não é possível visualizar o alvo (*fenômeno*) do *reator*. Dessa forma, ainda que o alvo do *vetor* do candidato não esteja presente no comício, nem visível na foto, o candidato busca alcançá-lo.

Assim sendo, a selfie dos participantes da imagem (2), descrita anteriormente, indica proximidade entre os participantes retratados na foto, ou seja, o candidato e seus apoiadores, bem como, busca proximidade com os possíveis eleitores que observarão a foto na página do Facebook do candidato. Ademais, a selfie é tirada por um eleitor, indicando uma representação de que os participantes retratados na foto têm uma relação de intimidade.

Desse modo, a imagem (2) indica a proximidade que o candidato busca estabelecer com os eleitores, por meio de sorrisos e de apoiadores. Com isso, ele representa sua intenção de estabelecer proximidade não apenas com os eleitores que estão presentes no evento da campanha eleitoral para ouvirem suas propostas. Ele também quer estabelecer proximidade com o leitor do Facebook que observa a imagem através de sua rede social.

Sobre o dia 21 de maio de 2018, na cidade de Palmas, o candidato Carlos Amastha também publicou a imagem (3) em sua página do Facebook.

(3)



Fonte: Disponível em: <https://www.facebook.com/amastha40gov/>. Acesso em: 23 set. 2018.

No excerto (3), há o registro de uma selfie tirada pelo candidato, mas fotografada por outra pessoa. Tanto o candidato, quanto o eleitor estão usando o adesivo da campanha eleitoral do candidato em suas roupas e estão olhando para o aparelho celular, em uma posição de *atores* e o objeto contemplado, a *meta*. Portanto, trata-se de uma *estrutura transacional*, na qual é possível identificar os participantes olhando para um alvo, que também está evidente na imagem.

Enquanto o candidato Carlos Amastha, sorrindo, tira a selfie, o outro participante, demonstrando seu apoio ao candidato, sinaliza com as duas mãos o número quatro em uma alusão ao número quarenta, que é o número de identificação eleitoral do candidato, além de utilizar, em sua roupa, o adesivo da campanha do candidato.

Desse modo, a imagem (3), parece apontar disponibilidade de o candidato tirar foto com os participantes de comícios – possíveis eleitores – o que pode representar proximidade entre candidato e eleitor. Isso parece ser apontado também pelo participante constituinte da selfie ao fazer o gesto com a mão de um 4 (quatro) número da campanha eleitoral do candidato Amastha. Assim, o candidato parece ter o apoio desse eleitor e registra a selfie, buscando atingir proximidade com outros eleitores que irão observar a imagem em sua página do Facebook.

Já o segmento (4) é constituído por uma imagem registrada enquanto Carlos Amastha e sua equipe estavam na reunião eleitoral do candidato, na Arno 32, em Palmas, também no dia 21 de maio de 2018.

(4)



Fonte: Disponível em: <https://www.facebook.com/amastha40gov/>. Acesso em: 23 set. 2018.

A imagem (4) do candidato Amastha o apresenta acompanhado por duas mulheres, sendo que a de camisa cor de rosa, batendo palmas, é sua esposa. Ao que parece, eles estão posicionados em cima do palco. Os três participantes representados desempenham o papel de *atores*, estando cada um olhando em uma direção. A mulher que está falando com o microfone na mão direita, direciona o *vetor* de seu olhar, provavelmente, para o público à sua frente, sua *meta*; o *vetor* do olhar do candidato está voltado para sua lateral à sua esquerda e sua esposa, possivelmente, está direcionando o *vetor* de seu olhar para o público que está à sua frente, de seu lado esquerdo. Os três participantes utilizam, em suas roupas, o adesivo da campanha do candidato,

O candidato Amastha encontra-se no centro da imagem, sorrindo, em uma posição de destaque. Pois a foto foi tirada de baixo para cima, conferindo-lhe assim em uma colocação de superioridade perante os demais presentes, isto é, os possíveis eleitores que não estão visíveis na imagem.

Logo, não está evidente na imagem o alvo dos olhares dos três participantes, ou seja, a *meta*. Sendo assim, tem-se uma *estrutura não-transacional*.

Assim sendo, nessa imagem (4), Carlos Amastha é colocado em posição de

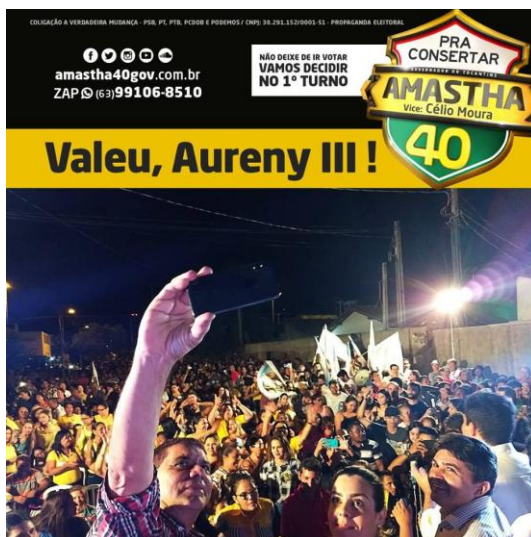
destaque pelo ângulo da foto registrada, representando desse modo, uma posição de superioridade.

As imagens (1), (2), (3) e (4), publicadas no dia 21 de maio de 2018, no Facebook do candidato, indicam posição de destaque e/ou superioridade do candidato em relação aos seus possíveis eleitores, bem como, sua busca por proximidade com os ouvintes, e ainda, expressões faciais, aparentemente, de alegria.

Em suma, os *vetores* das ações das imagens demonstram troca de olhares entre os participantes retratados nas imagens e entre esses e o observador da imagem; também demonstram observações dos possíveis eleitores ou apenas leitor do Facebook direcionadas ao candidato; assim como, demonstram ainda, posições de superioridade por parte do candidato e de inferioridade do público eleitoral, representando assim, a busca do candidato pelo convencimento de seu público.

No dia seguinte, aos 22 dias do mês de maio do ano de 2018, o candidato esteve no Jardim Aurenny III, em Palmas/TO, como se observa nas publicações a seguir.

(5)



Fonte: Disponível em: <https://www.facebook.com/amastha40gov/>. Acesso em: 23 set. 2018.

Em (5) há o registro de o candidato fazendo uma selfie com o público do comício. É possível visualizar que há muitos participantes no fundo da foto. Os principais participantes olham diretamente para o celular que se encontra na mão direita do candidato, inclusive ele mesmo, enquanto alguém os fotografa. Vale

ressaltar que a selfie, geralmente, é postada em redes sociais, como o Facebook, ou seja, em locais de grande alcance.

Considerando os três principais participantes da foto – o candidato, a mulher e o homem, ao seu lado – os *vetores* de seus olhares estão voltados para o aparelho celular. As três pessoas “focalizadas” na selfie se colocam em posição de *atores*, sendo o objeto contemplado por eles, nesse caso o celular na mão do candidato, a *meta*. Trata-se, portanto, de uma *estrutura transacional*, na qual é possível identificar quem está olhando (*ator*) e o que está sendo contemplado (*meta*). Desse modo, a imagem (5) representa a busca do candidato por aproximação dos possíveis eleitores, não somente dos que estão presente no comício, mas também dos observadores do Facebook.

No excerto (5), como outros, a parte superior da foto evidencia o local onde ocorre a reunião, colocando em destaque o agradecimento “Valeu, Aurenny III”, escrito em letras pretas na faixa de cor amarela, em formato e tamanho bem compreensíveis. A associação dessas cores destaca o agradecimento do candidato aos seus eleitores.

Nessa imagem, também há a exposição do número de WhatsApp da equipe do candidato, assim como o endereço de seu site. Há também uma mensagem de incentivo para que o observador da imagem não deixe de votar no 1º turno: “Vamos decidir no primeiro turno”. Essa mensagem objetiva estimular o máximo de eleitores do candidato a votarem nele no primeiro turno, de maneira que a quantidade de votos seja suficiente para Carlos Amastha ser eleito a governador do Tocantins no primeiro turno da eleição suplementar, sem precisar concorrer no segundo turno.

Ainda há um símbolo, localizado no canto superior direito, utilizado pelo candidato em suas publicações, contendo seu nome e número de chapa, nome de seu vice e a mensagem “Pra consertar”, também muito utilizada em suas postagens. Essa expressão almeja convencer ao eleitor que o candidato é a melhor opção dentre os outros candidatos.

O segmento (6) também foi registrado durante o comício do candidato Carlos Amastha, no dia 22 de maio de 2018, no Jardim Aurenny III, em Palmas.

(6)



Fonte: Disponível em: <https://www.facebook.com/amastha40gov/>. Acesso em: 23 set. 2018.

A imagem (6) apresenta o candidato acompanhado por uma equipe de campanha. Entre essas pessoas, está sua esposa, de camisa vermelha, e outra mulher, ao seu lado, com um microfone na mão, falando com o público/eleitores. Eles estão em posição de destaque, aparentemente, estão no palco. Muitos deles utilizam, em suas roupas, o adesivo da campanha do candidato.

Na imagem (6), não é possível ver o alvo da maioria dos olhares dos participantes, que se encontram posicionados lado a lado. O candidato e as pessoas mais próximas a ele olham para o público a sua frente, ocupando a posição de *atores*, numa *estrutura não-transacional*, pois não é possível identificar a *meta* de seus olhares.

Assim, os *vetores* de seus olhares estão direcionados para o que está à sua frente. Há, entretanto, no canto direito da imagem, alguns homens olhando em direção ao candidato. Esses são *atores* que olham para uma *meta*, no caso o candidato, estabelecendo-se assim uma *estrutura transacional*, em que fica evidente *ator* e *meta*, pois os *vetores* estão direcionados ao candidato.

Dessa forma, o candidato, mais uma vez, encontra-se no palco e representa uma posição de superioridade sobre o público ouvinte do comício, assim como, representa para esse mesmo público através do grupo de pessoas à sua volta, no palco, que está sendo apoiado pelo eleitor tocantinense.

A imagem (7) também foi publicada no dia 22 de maio de 2018, registrada durante o comício do candidato Carlos Amastha, no Jardim Aurenny III, em Palmas.

(7)



Fonte: Disponível em: <https://www.facebook.com/amastha40gov/>. Acesso em: 23 set. 2018.

Há a publicação de mais uma selfie, feita pelo candidato, registrando a presença do público no comício. Há, na imagem, muitas mãos posicionadas com o gesto do número quatro, o que faz alusão ao número de campanha do candidato, número quarenta.

Como o candidato Carlos Amastha é quem registra a foto, o *vetor* de seu olhar está direcionado a câmera do celular. Desse modo, seu olhar está diretamente voltado para o observador da foto, ou seja, o leitor da imagem, no caso, do Facebook. O corpo do candidato não aparece, integralmente, nas fotos, apenas seu rosto. Ademais, há na imagem um rapaz usando em sua camisa o adesivo da campanha do candidato.

Considerando o *vetor* que parte do olhar dos participantes em direção ao observador da selfie, a imagem (7) representa a tentativa do candidato de estabelecer proximidade tanto com os demais participantes da selfie, quanto com o observador da foto, leitor do Facebook, haja vista que a selfie foi tirada pelo próprio candidato e que esse tipo fotográfico, geralmente, registra momentos de pessoas que têm intimidade.

A imagem (8) também foi publicada pelo candidato Carlos Amastha, no dia 22 de maio de 2018, momento em que ocorreu a reunião no setor Jardim Aurenny III, na capital do Tocantins.

(8)



Fonte: Disponível em: <https://www.facebook.com/amastha40gov/>. Acesso em: 23 set. 2018.

No excerto (8), alguém produz uma imagem no momento em que o candidato registra uma selfie com alguns eleitores. É possível visualizar na imagem muitas pessoas presentes; todos estão sorrindo e olhando para a lente do celular; alguns fazem o gesto do número quatro, se referindo ao número de campanha do candidato; outros usam em suas roupas o adesivo da campanha. O *vetor* do olhar do candidato e demais participantes mais próximos a ele está voltado para o aparelho celular que se encontra na mão do candidato. Desse modo, eles ocupam o papel de *atores* e o aparelho eletrônico, torna-se a *meta*, haja vista que o *vetor* está direcionado para ela. Assim, tem-se uma *estrutura transacional*, em que é possível visualizar na imagem quem olha e o que é observado.

O registrador da foto a tira no momento em que os participantes representados registram a selfie. E assim como ocorre na imagem (5), o *vetor* do olhar do *ator* candidato representa sua busca por aproximação dos eleitores, propondo uma selfie para registrar a presença e apoio deles à sua campanha eleitoral. Ele busca estabelecer afinidade e a aprovação dos eleitores presentes na reunião.

Dessa forma, as imagens analisadas, anteriormente, em que há o candidato junto a eleitores e equipe de campanha indicam que Carlos Amastha foi recepcionado por muitos palmenses do bairro Aurenny III, no comício, sugerindo representações de apoio, considerando que as publicações apontam aproximação entre os participantes representados.

Ainda sobre os registros fotográficos do candidato Carlos Amastha, em todas suas publicações encontra-se próximo aos eleitores, por diversos lugares que passa. Suas fotos são registradas “olho no olho” com os eleitores. Representando, assim, sua busca por aproximação, ou seja, apoio dos possíveis eleitores.

Logo, das oito imagens do candidato Amastha, 05 (cinco) são selfies do candidato com eleitores, representando aproximação entre eles; enquanto 03 (três) registram o candidato em cima do palco, sugerindo assim, seu distanciamento do público. Em 07 (sete) fotos, aparecem participantes usando em sua roupa o adesivo da campanha do candidato, demonstrando apoio. O gesto com a mão simbolizando o número quatro evidencia apoio ao candidato e aparece em 04 (quatro) das 08 (oito) imagens, fazendo alusão ao número quarenta, da campanha de Amastha. O candidato apresenta-se cercado por muitas pessoas da plateia – possíveis eleitores – em 06 (seis) fotos e acompanhado por apoiadores de sua campanha que falam ao microfone, sobre o palco, em 02 (duas) imagens. Em 02 (duas) das 08 (oito) fotos é possível identificar um design padrão na parte superior das fotos do candidato contendo suas informações. Vale ressaltar que, no caso das selfies, os vetores do candidato são direcionados ao público eleitoral, ou melhor, ao observador da foto – leitor do Facebook.

4.2 Representações de Mauro Carlesse

O Candidato Mauro Carlesse, conhecido apenas por Carlesse, é filiado ao Partido Humanista da Solidariedade (PHS) e o número de sua campanha eleitoral na eleição suplementar ao governo do Tocantins em 2018 é 31. As imagens, aqui, analisadas são publicações da página do Facebook do candidato, coletadas durante o mês de maio do ano de 2018 e estão limitadas às publicações que envolvem o maior colégio eleitoral do Estado, que é da cidade Palmas.

No contexto da eleição suplementar ao governo do Tocantins, ocorrida em 2018, o candidato Carlesse ocupava o cargo de governador. Isso devido aos mandatos do governador Marcelo Miranda e de sua vice Cláudia Lelis terem sido cassados pelo Tribunal Superior Eleitoral (TSE). Por ser, nesse cenário, o presidente da Assembleia Legislativa, Mauro Carlesse, tornou-se o governador interino do Tocantins. Desse modo, o candidato concorreu com demais candidatos pelo cargo de governador, na eleição suplementar, sendo o governador do momento. Assim,

Mauro Carlesse viveu a dupla jornada de candidato, fazendo sua campanha eleitoral e de governador, tomando decisões e realizando ações no Estado do Tocantins, como governo interino.

Para esta pesquisa, constituem o *corpus* vinte e seis (26) imagens da campanha, apresentadas aqui conforme, ordem cronológica de publicação (das mais antigas para as mais recentes), em comícios na cidade de Palmas.

No dia 17 de maio de 2018, as dez imagens abaixo foram publicadas no Facebook do candidato Mauro Carlesse.

(9)



Fonte: Disponível em: <https://www.facebook.com/MauroCarlesseTO/>. Acesso em: 21 set. 2018.

Na imagem (9), o candidato está olhando diretamente para as lentes da câmera que registra a foto. Consequentemente, o *vetor* de seu olhar é diretamente direcionado para o observador da imagem, ou seja, os leitores da foto, no caso, do Facebook. O mesmo ocorre com os outros participantes. Grande parte olha para o leitor e, apesar de estarem próximos uns dos outros, não estão trocando olhares entre si. O candidato encontra-se cercado e abraçado por muitas pessoas, no meio do povo e, assim como os demais participantes representados na imagem, tem seus *vetores* direcionados ao registrador da foto. Dessa forma, eles são *atores* e a *meta* de seus olhares não está disponível para o observador da foto. Sendo assim, trata-se de uma *estrutura não-transacional*. Logo, indicam estar buscando aproximação com o observador da foto. Muitos dos participantes da imagem fazem o gesto “legal” e muitos têm fixado em sua roupa o adesivo da campanha de Mauro Carlesse.

Além desses elementos não-verbais, a imagem (9) do candidato tem sobreposta no canto superior direito a oração "Palmas é Carlesse" e, na parte inferior, encontra-se evidenciado o nome do candidato e de seu vice, bem como o número da chapa eleitoral da dupla. Dessa forma, indica que o candidato conta com o apoio dos eleitores da capital tocantinense, sendo isso demonstrado através da quantidade significativa de possíveis eleitores que estão presentes na foto.

O candidato, na imagem (9), assim como os outros participantes que o acompanha estão olhando para o observador da foto, buscando assim, aproximação com os possíveis eleitores que virem a imagem. Apesar de o candidato estar cercado por outras pessoas ele tem o *vetor* de seu olhar voltado exclusivamente para o observador da foto, assim, parece haver uma representação de busca por proximidade com o observador da foto, ou seja, o leitor do Facebook.

A imagem (10) também foi publicada na rede social do candidato, no dia 17 de maio de 2018, na região norte de Palmas.

(10)



Fonte: Disponível em: <https://www.facebook.com/MauroCarlesseTO/>. Acesso em: 21 set. 2018.

O candidato Mauro Carlesse desempenha na imagem (10) o papel de *ator*, pois ele está com o *vetor* de seu olhar voltado para alguma direção, porém, sua *meta*, ou seja, o alvo de seu olhar não está disponível. Sendo assim, tem-se uma *estrutura não-transacional*, como na imagem (9). Quanto à mulher da foto, não é possível visualizar para onde ela está olhando. O foco da imagem é registrar o momento de aconchego entre os participantes, sem evidenciar o que há ao redor deles. Assim, o candidato representa busca por contato direto com seus eleitores.

No excerto (10), Carlesse encontra-se abraçado a uma possível eleitora, no local onde ocorre a reunião política. Os *vetores* de seus olhares não estão direcionados para câmera e nem um para outro. A eleitora está com os olhos fechados enquanto recebe o abraço do candidato, que está com as mãos em suas costas. Ela sorrindo, encosta sua cabeça no peito do candidato. O candidato usa sobre sua camisa o adesivo de sua campanha e na mão esquerda uma aliança, ou seja, independente de seu estado civil ele demonstra que deseja ter afetividade com seus eleitores. Dessa forma, os *vetores* de seus olhares e suas expressões corporais indicam proximidade e carisma entre candidato e eleitora, representando assim, para a campanha do candidato que o mesmo se coloca em posição de igualdade com seus eleitores e que possuem os mesmos desejos com relação ao Estado do Tocantins. Logo, eles se abraçam como se fossem amigos ou conhecidos de longa data.

No canto inferior direito da imagem, encontra-se evidenciado em tamanho pequeno, o nome do candidato e de seu vice, bem como o número da chapa eleitoral da dupla, ou seja, uma estratégia para que o leitor do Facebook observe a foto e ao mesmo tempo veja o número da campanha do candidato.

A imagem (11), assim como a anterior, foi publicada na rede social do candidato, no dia 17 de maio de 2018, após uma reunião em Palmas.

(11)



Fonte: Disponível em: <https://www.facebook.com/MauroCarlesseTO/>. Acesso em: 21 set. 2018.

No segmento (11), o *vetor* do olhar do candidato Carlesse está direcionado para a câmera que registra a foto, bem como os *vetores* dos olhares dos demais

participantes. Todos olham na direção do registrador da foto. Assim, eles não olham uns para os outros, mas para o observador da imagem. O candidato apesar de estar acompanhado e abraçado por vários apoiadores busca estabelecer afinidade com o leitor do Facebook, direcionando-lhe o *vetor* de seu olhar. De modo geral, todos estão sorrindo, muitos estão com o adesivo do candidato fixado na roupa e muitos sinalizam “legal” para a câmera, o que parece sugerir apoio ao candidato e busca por aproximação com os eleitores-observadores.

Os participantes mais próximos do candidato, assim como ele, estão com os *vetores* de seus olhares voltados diretamente para câmera e são os mais focados por ela. Esses e o candidato são *atores*, retratados em uma *estrutura não-transacional*, haja vista que estão com os *vetores* direcionados a uma *meta* que não está disponível na foto.

O candidato parece estar confiante do apoio desse número significativo de pessoas ao seu lado. Ao mesmo tempo em que direciona seu olhar para a lente da câmera, buscando aproximar-se do eleitor que não está ali presente, mas que observará a imagem (11) pela página do Facebook do candidato, na internet.

Novamente, no canto inferior direito da imagem, encontra-se evidenciado o nome do candidato e de seu vice com o número da chapa eleitoral da dupla.

A imagem (12) também foi publicada na rede social do candidato, no dia 17 de maio de 2018, após um comício em Palmas.

(12)



Fonte: Disponível em: <https://www.facebook.com/MauroCarlesseTO/>. Acesso em: 21 set. 2018.

Em (12), o candidato encontra-se novamente rodeado por muitos apoiadores e abraçado a alguns, indicando igualdade com o povo. Todos estão com os *vetores* de seus olhares direcionados ao registrador da foto, no caso, os *vetores* estão diretamente voltados para o leitor do Facebook. Tanto o candidato quanto os eleitores são *atores*, que mantêm os *vetores* direcionados ao observador da foto. Esses *atores* estão retratados em uma *estrutura não-transacional*, haja vista que a *meta* de seus olhares, ou seja, o alvo, não está disponível na foto.

Além disso, o candidato olha sorridente em direção específica ao observador da foto, o que parece representar que ele está feliz pelo apoio dos eleitores presentes na reunião e fotografados na foto.

Mais uma vez, no canto inferior direito da imagem é evidenciado o nome do candidato, de seu vice e o número da chapa eleitoral da dupla.

A imagem (13), também foi publicada na rede social do candidato, no dia 17 de maio de 2018, após uma reunião em Palmas.

(13)



Fonte: Disponível em: <https://www.facebook.com/MauroCarlesseTO/>. Acesso em: 21 set. 2018.

Na imagem (13), o candidato Mauro Carlesse encontra-se acompanhado por várias pessoas, no palco, em posição de distanciamento de seu público ouvinte, estando alguns com o adesivo da campanha fixado em sua roupa. O *vetor* que parte de seu olhar é direcionado aos eleitores que compõem a plateia. Ao seu lado, encontram-se muitos apoiadores que também mantêm os *vetores* direcionados ao público ouvinte. Há muitas pessoas sentadas, na plateia, apenas observando e ouvindo os participantes que estão no palco.

Assim, o *vetor* do candidato Carlesse está direcionado à plateia. Trata-se de uma *estrutura transacional* em que é possível identificar quem está olhando, o *ator*, e quem está sendo observado, a *meta*. Dessa forma, o candidato desempenha o papel de *ator* e sua *meta* são os eleitores: participantes da reunião e leitores do Facebook, o que representa sua busca por aproximação com a quantidade máxima de eleitores, apesar da foto registrar o momento em que ele está em cima do palco, numa posição de superioridade.

Ademais, encontra-se localizado no canto inferior direito da imagem, mais uma vez, o nome do candidato, de seu vice e o número da chapa eleitoral da dupla.

A imagem (14) também foi publicada na rede social do candidato, no dia 17 de maio de 2018.

(14)



Fonte: Disponível em: <https://www.facebook.com/MauroCarlesseTO/>. Acesso em: 21 set. 2018.

A imagem (14) é idêntica à imagem (9). Aparentemente, trata-se da mesma imagem, registrada apenas de uma angulação diferente, portanto, tem-se a mesma situação e classificação dos participantes representados. Assim como na imagem (9), o *vetor* do olhar do candidato é diretamente direcionado para o observador da imagem, ou seja, o leitor do Facebook, assim como, os *vetores* dos outros participantes. Na foto, o candidato encontra-se cercado e abraçado por muitas pessoas. Alguns fazem o gesto “legal” e muitos usam o adesivo do candidato na roupa. O que representa sua aceitação pelo público eleitoral e sua posição de igualdade com esse mesmo público. Um grupo mais específico está bem próximo a

ele e no fundo da foto é possível visualizar muitas outras pessoas que estão no evento, ocorrido em Palmas.

Assim, o candidato e demais participantes são *atores* e apesar de todos estarem olhando para frente em direção ao registrador da foto, a *meta* de seus olhares não está visível na imagem. Sendo assim, trata-se de uma *estrutura não-transacional*.

Mais uma vez, no canto inferior direito da imagem é evidenciado o nome do candidato, de seu vice e o número da chapa eleitoral da dupla.

Ainda no dia 17 de maio de 2018, a imagem (15) também foi publicada na rede social do candidato.

(15)



Fonte: Disponível em: <https://www.facebook.com/MauroCarlesseTO/>. Acesso em: 21 set. 2018.

Na imagem (15), o *vetor* da ação parte diretamente dos olhares do candidato e da mulher em direção ao observador da imagem. Desse modo, a dupla são *reatores* que olham para o observador da imagem. Trata-se de uma *reação não-transacional*, pois há *reator* (participante que olha para um alvo e o *vetor* parte de seu olhar) e o *fenômeno* (alvo contemplado pelo *reator*) não está disponível na imagem.

O candidato sinaliza "legal" com o polegar esquerdo e abraça uma mulher, possível eleitora, com o braço direito. Eles encontram-se no local onde ocorreu a reunião. Ambos estão sorrindo e olhando em direção à câmera, ou seja, para o observador da imagem. A mulher abraçada pelo candidato usa em sua cabeça uma touca, talvez seja uma operária. Devido à proximidade dos participantes, parece

haver uma simulação de relação de amizade entre a dupla. Ambos possuem adesivos da campanha do candidato fixados em seu corpo. Assim, o candidato parece representar igualdade com a eleitora.

Logo, na imagem (15), o candidato representa estar alegre, na companhia da eleitora e com *vetor* direcionado ao observador da imagem, buscando aproximação não só com a eleitora ao seu lado, mas também, com o leitor do Facebook, conforme *vetor* de seu olhar.

No canto inferior direito da imagem, novamente, encontra-se evidenciado o nome do candidato, de seu vice e o número da chapa eleitoral da dupla.

Ainda no dia 17 de maio de 2018, após uma reunião na região norte de Palmas, a imagem (16) também foi publicada na rede social do candidato.

(16)



Fonte: Disponível em: <https://www.facebook.com/MauroCarlesseTO/>. Acesso em: 21 set. 2018.

Na imagem (16), o *vetor* (olhar) parte diretamente dos olhos do candidato em direção ao observador da imagem, ou seja, o leitor do Facebook. Ele é um *reator* que olha para o observador da imagem, em uma *reação não-transacional*, pois o *vetor* parte de seus olhos diretamente para o observador da foto. A criança, por sua vez, também é um reator, assim, ambos olham para o leitor do Facebook tentando aproximação com o eleitor.

A imagem retrata o candidato um pouco abaixado, se colocando do tamanho da criança, ou seja, em posição de igualdade com ela. Ele utiliza em seu peito um adesivo da campanha, simbolizando seu compromisso eleitoral, e está abraçado, com rosto colado a uma garotinha. Eles encontram-se no local da reunião e há

outras pessoas no fundo da foto. Ambos estão sorrindo e sinalizam "legal" com um de seus polegares. A proximidade dele com a criança indica que possuem afinidade.

Novamente, no canto inferior direito da imagem, encontra-se evidenciado o nome do candidato, de seu vice e o número da chapa eleitoral da dupla, recordando o observador da imagem seus dados eleitorais.

No dia 17 de maio de 2018, a imagem (17) também foi publicada na rede social do candidato.

(17)



Fonte: Disponível em: <https://www.facebook.com/MauroCarlesseTO/>. Acesso em: 21 set. 2018.

Na figura (17), o candidato Mauro Carlesse encontra-se no centro do palco, permanecendo entre dois tipos de participantes: seus apoiadores, também no palco e os eleitores na plateia. O *vetor* (olhar) do candidato está voltado para o público, assim, ele está em posição de *ator*, enquanto um homem fala ao microfone. A *meta* de seu olhar é a plateia, ou seja, o público eleitoral. A estrutura, por sua vez, é *transacional*, haja vista que a imagem (17) evidencia quem observa e o que é observado.

As pessoas no palco, ao lado do candidato, são apoiadores de sua campanha e têm seus *vetores* voltados para a plateia. Assim, ocupam o papel de *atores*, sendo o público, sua *meta*. A estrutura é *transacional*.

As pessoas na plateia estão com *vetores* voltados diretamente para os participantes que estão no palco. O observador da imagem contempla o candidato se dedicando ao público presente em seu comício.

Logo, o *vetor* do olhar do candidato está de cima para baixo, voltado para sua *meta*, o público, que se encontra sentado, de frente para o candidato, olhando-o de baixo para cima, ouvindo-lhe, ou seja, em posição de subordinação.

O canto inferior direito da imagem, mais uma vez, evidencia o nome do candidato, de seu vice e o número da chapa eleitoral da dupla.

Em (18), o candidato Carlesse encontra-se acompanhado por duas mulheres, provavelmente, eleitoras, na reunião ocorrida no dia 17 de maio de 2018, na região norte da capital tocaninense.

(18)



Fonte: Disponível em: <https://www.facebook.com/MauroCarlesseTO/>. Acesso em: 21 set. 2018.

O trio de participantes representados desempenha o papel de *reatores*, pois o *vetor* parte de seus olhos em direção à câmera que registra a foto. Desse modo, o alvo de seus olhares é o observador da imagem, ocorrendo assim, uma *reação não-transacional*. Assim, o trio representa estar em busca de proximidade com o eleitor, observador da foto.

O candidato sinaliza “legal” com seu polegar esquerdo. E encontra-se abraçado, lado a lado, com uma das mulheres que, por sua vez, abraça a outra mulher. Todos estão sorrindo e utilizam adesivos da campanha em suas roupas, uma das mulheres está com um colado na pele do ombro, indicando seu apoio ao candidato.

Os três participantes parecem ter uma relação de proximidade, isto é, de afetividade. O trio tem o foco de seus *vetores* no observador da foto, ou seja, o leitor

do Facebook. O que representa que a aproximação com o eleitor que observa a imagem (18) não apenas um desejo do candidato, mas também de suas apoiadoras.

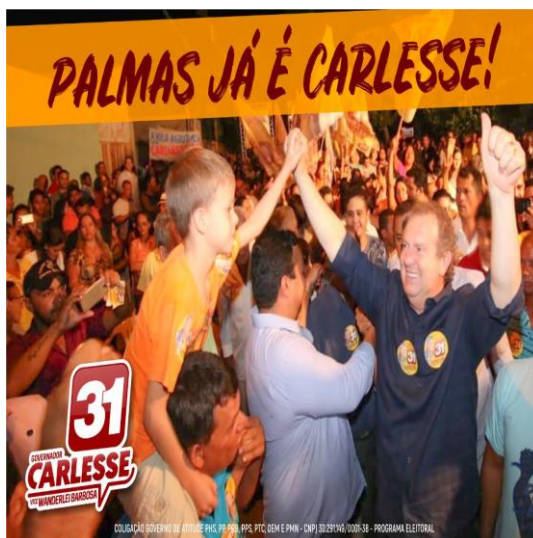
Novamente, no canto inferior direito da imagem, encontra-se evidenciado o nome do candidato, de seu vice e o número da chapa eleitoral da dupla.

Assim, há 10 (dez) imagens publicadas no Facebook do candidato, no dia 17 de maio de 2018, na cidade de Palmas. Dessas 10 (dez) imagens, todas apresentam o nome do candidato, de seu vice e o número da chapa eleitoral da dupla, apresentando ao observador da foto, por diversas vezes seus dados eleitorais. Em 07 (sete) delas, alguém sinaliza o gesto “legal” e em 09 (nove) é possível encontrar algum dos participantes usando o adesivo da campanha do candidato na roupa, demonstrando apoio ao candidato. Carlesse encontra-se abraçado com mulheres em 03 (três) das 10 (dez) imagens e em 04 (quatro) está no meio da plateia, abraçado aos eleitores, representando assim, proximidade com esses participantes. O candidato está fotografado no palco acompanhado por sua equipe em 02 (duas) dessas imagens, representando superioridade e em 01 (uma) ele está abraçado com uma criança, sugerindo afinidade.

Dessa forma, há muitas imagens em que o candidato sorrindo, encontra-se abraçado a eleitores, sugerindo igualdade com eles. Os vetores indicam proximidade dele com seu público eleitoral, quer estivessem presentes no comício ou observando a imagem pela página do Facebook do candidato.

Além dessas imagens publicadas no dia 17 de maio de 2018, aos 22 dias do mês de maio do ano de 2018, o candidato esteve na Quadra 1203, no Plano Diretor Sul, em Palmas/TO, e publicou as próximas seis imagens abaixo em sua página do Facebook.

(19)



Fonte: Disponível em: <https://www.facebook.com/MauroCarlesseTO/>. Acesso em: 21 set. 2018.

O candidato e a criança estão em *estrutura bidirecional*, visto que há troca de olhares entre os participantes. Eles são chamados *interatores*, pois ora o candidato desempenha o papel de *ator*, quando olha para a criança, e ora de *meta*, quando é observado pela criança. Essa mesma classificação ocorre com a criança, que ora é *ator*, ora é *meta*. Os demais participantes da imagem (19) tem seus *vetores* voltados para o candidato e a criança, que se encontram no centro da foto.

Na imagem (19), o candidato está com *vetor* (olhar) direcionado à criança que se encontra sobre os ombros de um homem. Carlesse está com os braços estendidos indicando receptividade. Sua mão direita está em contato com a mão da criança, ou seja, de mãos dadas, e com o polegar da mão esquerda, ele sinaliza "legal". No local, onde se encontram há muitas pessoas, conforme é possível ver no fundo da foto, alguns desses participantes da imagem utilizam o adesivo da campanha do candidato em sua roupa.

A imagem (19) assim como a imagem (9), expõe a afirmativa "Palmas já é Carlesse" sobreposta na parte superior da imagem, ou seja, em posição de destaque. Dessa forma, a oração diz ao observador dessa imagem, ou seja, o leitor do Facebook, que os eleitores de Palmas já se decidiram quanto ao candidato ao governo do Tocantins na eleição suplementar, através dos termos "já é". Na parte inferior da imagem, encontra-se também sobreposto uma identificação com os nomes do candidato, seu vice e o número de sua chapa eleitoral.

Nessa imagem (19), o candidato estabelece com a criança afinidade. Com *vetor* voltado para o menino, ele busca aceitação eleitoral, ou seja, por aproximação

e receptividade dos diversos eleitores e ouvintes presentes em seu comício, representação esta também expressa ao observador da foto.

No excerto, o candidato encontra-se cercado por muitas pessoas que estão na reunião, ocorrida no dia 22 do mês de maio do ano de 2018, na quadra 1203 sul, em Palmas.

(20)



Fonte: Disponível em: <https://www.facebook.com/MauroCarlesseTO/>. Acesso em: 21 set. 2018.

Os principais participantes da imagem (20), incluindo o candidato, estão olhando em direção à câmera que registra a foto, ocupam o papel de *reatores*, pois o *vetor* parte de seus olhares, não sendo possível identificar na imagem o alvo de seus olhares, que é o observador da foto, leitor do Facebook. Dessa forma, trata-se de uma *reação não-transacional*.

O candidato Mauro Carlesse tem seu *vetor* (olhar) direcionado para o registrador da foto, ou seja, o observador da foto, leitor do Facebook. Na camisa do candidato há dois adesivos de sua campanha colados no tecido. Ele está sorrindo, recebendo um abraço e um aperto de mão, do casal que se encontra mais próximo. Os *vetores* do trio estão direcionados ao registrador da foto. O candidato está acompanhado por outros participantes. Um homem abraça o candidato, que se encontra à sua frente. Uma mulher está com suas duas mãos envolvendo a mão direita do candidato, num aperto de mão. Todos estão sorrindo e alguns utilizam o adesivo da campanha do candidato na roupa. Os demais participantes estão no fundo da foto, mas também estão sorrindo olhando em direção ao candidato ou ao registrador da foto.

Assim, na imagem (20), o candidato indica afetividade com os dois participantes próximos a ele, bem como, posição de igualdade com a plateia que foi ao seu comício e está a sua volta e ainda parece buscar proximidade com o observador da foto, leitor do Facebook, para quem direciona o *vetor* de seu olhar.

No canto inferior direito da imagem, encontra-se evidenciado o nome do candidato, de seu vice e o número da chapa eleitoral da dupla.

A imagem (21) foi publicada na página do Facebook do candidato, no dia 22 do mês de maio do ano de 2018.

(21)



Fonte: Disponível em: <https://www.facebook.com/MauroCarlesseTO/>. Acesso em: 21 set. 2018.

Na imagem (21), o candidato encontra-se abraçado a uma criança com os olhos fechados. Seu *vetor* está direcionado ao público que está em sua volta. Assim, ele ocupa o papel de *ator*, e os participantes a sua frente, o papel de *meta*. E por isso, trata-se de uma *estrutura transacional*.

Nessa imagem, o candidato está posicionado no meio do enquadramento da foto e abraçado a uma criança, no meio do povo. Eles estão rodeados por uma multidão de pessoas, que se encontram no local da reunião. Assim, há várias pessoas, o foco da câmera, entretanto, é sobre o candidato e a criança. Nessa imagem o rosto da criança está virado para o outro lado, não sendo possível visualizá-lo. O candidato, por sua vez, está com seus olhos fechados enquanto a abraça. Muitas pessoas utilizam em suas roupas o adesivo da campanha do candidato. Há também algumas faixas erguidas, no meio da multidão, contendo o nome e o número da chapa eleitoral do candidato.

Na imagem (21), o candidato está no meio dos eleitores, indicando proximidade e igualdade com os mesmos. Tanto ele quanto a criança se colocam como objeto de contemplação para o observador da imagem, sem olhar para ele. Apenas aproveitam o momento do abraço. Demonstram ao leitor do Facebook que o candidato é próximo aos eleitores.

Novamente, no canto inferior direito da imagem, encontra-se evidenciado o nome do candidato, de seu vice e o número da chapa eleitoral da dupla.

As imagens (22) e (23) também foram publicadas no dia 22 do mês de maio do ano de 2018, após um comício do candidato na Quadra 1203, no Plano Diretor Sul, em Palmas/TO.

(22)



(23)



Fonte: Disponível em: <https://www.facebook.com/MauroCarlesseTO/>. Acesso em: 21 set. 2018.

O *vetor* (olhar) do candidato está direcionado para a plateia, ocupando assim, a posição de *ator*, sendo que sua *meta* é o público presente na reunião. A mesma classificação ocorre se as posições forem invertidas, pois o *vetor* do público está direcionado ao candidato, assim a plateia desempenha o papel de *ator* e o candidato sua *meta*, e por isso, são denominados *interatores*. Sendo assim, trata-se de uma *estrutura bidirecional*, pois os participantes interagem trocando olhares entre si, estando disponível em ambas as imagens quem está olhando e o alvo do olhar.

O candidato Carlesse encontra-se com os braços estendidos para o público em um local onde há muitas pessoas. Ele está no palco, com os braços estendidos para o público, sinalizando "legal" com as duas mãos, ou seja, o candidato interage com os eleitores fazendo uma expressão sinônima de "tudo dará certo". Seu *vetor*

está de cima para baixo em relação ao público e assim, lhe confere uma posição de distanciamento do eleitor.

As imagens (22) e (23) foram inseridas juntas por serem muito parecidas, sendo que a imagem (23) apenas foi registrada de um ângulo mais distante, mostrando um espaço mais amplo. Assim, nessa foto, diferente da imagem (22), ficam visíveis mais pessoas que se encontram no palco, acompanhando o candidato Mauro Carlesse.

Desse modo, nas imagens acima, o candidato representa estar em posição de destaque ou superioridade. Seu *vetor* é direcionado de um lugar mais alto para um lugar mais baixo, onde está o público ouvinte, sugerindo distanciamento entre eles.

Em ambas as fotos, no canto inferior direito da imagem, estão evidenciados o nome do candidato, de seu vice e o número da chapa eleitoral da dupla.

A figura (24) também foi publicada no dia 22 do mês de maio do ano de 2018, na página do Facebook do candidato.

(24)



Fonte: Disponível em: <https://www.facebook.com/MauroCarlesseTO/>. Acesso em: 21 set. 2018.

A imagem (24) traz como foco o candidato e a criança. Ambos estão na posição de *atores* que olham para a *meta*: os presentes na reunião. A estrutura, portanto, é *transacional*. O candidato está enquadrado no centro da foto, no meio do público, enquanto abraça e segura a criança com o braço esquerdo em seu colo e acena para o público com o braço direito. O candidato sorrindo, com uma das mãos estendida, direciona seu *vetor* para os eleitores ao seu redor. Muitos utilizam o

adesivo da campanha do candidato sobre a roupa. Dessa forma, o candidato parece indicar através da imagem o acolhimento dos eleitores e sua proximidade com os mesmos.

Os outros participantes, que rodeam o candidato, tem seus vetores direcionados para o candidato e a criança. O cenário é de afinidade, entre o candidato e a criança e também aos eleitores, assim como, da criança que se encontra agarrada ao pescoço do candidato, e dos eleitores que estão em volta deles.

Novamente, no canto inferior direito da imagem, encontra-se evidenciado o nome do candidato, de seu vice e o número da chapa eleitoral da dupla.

Logo, em todas as 06 (seis) imagens publicadas no Facebook do candidato, no dia 22 de maio de 2018, há em alguma lateral da foto o nome do candidato, de seu vice e o número da chapa eleitoral da dupla, apresentando ao observador da foto, por diversas vezes seus dados eleitorais. Há também em todas essas imagens algum participante com o adesivo do candidato na roupa, demonstrando apoio ao candidato. Em 03 (três) imagens, há presença de crianças e em 02 (duas) o candidato está abraçado com os eleitores, no meio do povo, representando assim, proximidade com esses participantes. Em 02 (duas) das 06 (seis) imagens, o candidato encontra-se no palco, representando superioridade. Em apenas 01 (uma) imagem, Carlesse está com as mãos estendidas ao público, sugerindo acolhimento. E em 03 (três), alguém faz o gesto “legal”, demonstrando apoio ao candidato.

Além dessas seis publicações do dia 22 de maio de 2018, no dia 27 de maio de 2018, o candidato publicou as dez imagens abaixo em sua página do Facebook, após uma reunião no Jardim Taquari, na cidade de Palmas. A imagem (25) a seguir foi uma dessas publicações.

(25)



Fonte: Disponível em: <https://www.facebook.com/MauroCarlesseTO/>. Acesso em: 21 set. 2018.

Na imagem (25), o candidato Carlesse está no centro da imagem, no palco, de frente para o público e com os braços estendidos em sinal de acolhimento. Ele está acompanhado por outras pessoas.

O candidato está com *vetor*, tanto olhar como todo corpo, diretamente voltado para o público. Assim ele se coloca como *ator* e a plateia ali presente é sua *meta*. O contrário também ocorre, pois a imagem mostra a plateia de costa para as câmeras do registrador da foto, enquanto olha para o candidato no palco.

Assim, a imagem (25) apresenta quem está olhando e o alvo do olhar, em uma situação de troca de olhares simultânea, e por isso, são denominados *interatores*. Desse modo, trata-se de uma estrutura bidirecional, com interação entre candidato e demais participantes. Os que se encontram no palco com o candidato, também seus *vetores* para os participantes no palco.

O candidato não está voltado ao observador da imagem, ele apenas está em interação com o público ali presente. Sua posição, de estar sobre o palco, com *vetor* de cima para baixo, demonstra superioridade com relação aos participantes que estão à frente do palco, ou seja, eles estão em posição subordinada.

Na parte inferior da imagem, encontra-se evidenciado o nome do candidato, de seu vice e o número da chapa eleitoral da dupla, além disso, está sobreposta a imagem a frase “Obrigado Taquari!”. Assim, o candidato expõe seu agradecimento aos eleitores do bairro Taquari.

A imagem (26) também foi publicada no dia 27 do mês de maio do ano de 2018, na página do Facebook do candidato, após um comício em Palmas.

(26)



Fonte: Disponível em: <https://www.facebook.com/MauroCarlesseTO/>. Acesso em: 21 set. 2018.

Na imagem (26), o candidato, mais uma vez, está no palco, no centro da imagem e de frente para o público. Ele encontra-se acompanhado por outras pessoas. Todos batem palmas, inclusive o candidato, que está sorrindo para plateia.

Assim como na imagem anterior (25), o candidato Mauro Carlesse coloca-se como *ator*, pois tem seu *vetor* direcionado a algo; sendo a plateia ali presente, sua *meta*, ou seja, seu alvo; e vice-versa. Por isso, trata-se de uma *estrutura bidirecional*, em que os *interatores* estão interagindo, ou melhor, trocando *vetores*.

O candidato está com *vetor* de seu olhar direcionado ao público, assim como, os outros participantes que se encontram no palco. O grupo está em posição elevada com relação aos eleitores que estão ali presentes para participarem do comício. Dessa forma, o *vetor* do candidato está de cima para baixo, sugerindo distanciamento ou subordinação.

Na parte superior da imagem, encontra-se evidenciado o nome do candidato, de seu vice e o número da chapa eleitoral da dupla.

A imagem (27) foi publicada no dia 27 do mês de maio do ano de 2018, na página do Facebook do candidato, após uma reunião em Palmas.

(27)



Fonte: Disponível em: <https://www.facebook.com/MauroCarlesseTO/>. Acesso em: 21 set. 2018.

A imagem (27) registra o candidato Mauro Carlesse, acompanhado de seu vice Wanderlei Barbosa e apoiadores, registrando uma selfie. A dupla está cercada por pessoas ao fundo, porém, a selfie, registrada pela câmera do aparelho celular que está na mão do vice-candidato evidencia a dupla de candidatos: governador e vice-governador do Tocantins.

A dupla de participantes desempenha o papel de *reatores*, pois o *vetor* da ação parte de seus olhos. O alvo de seus olhares, ou seja, o *fenômeno*, é o aparelho celular. Sendo assim, a reação é *transacional*.

O *vetor* do candidato e dos demais participantes estão direcionados ao aparelho telefônico, enquanto outra pessoa os fotografa tirando a selfie. O candidato Carlesse sinaliza “legal” com a mão esquerda para a câmera. Carlesse e Wanderlei estão com adesivos da campanha colados na roupa, encontram-se abraçados e sorrindo enquanto tiram a selfie, ou melhor, estão sorrindo para o observador da foto. A imagem (27) indica a busca do candidato por proximidade com o leitor do Facebook, ou seja, observador da foto que visualiza a selfie.

Mais uma vez, na parte superior da imagem, encontra-se evidenciado o nome do candidato, de seu vice e o número da chapa eleitoral da dupla.

A imagem (28) também foi publicada no dia 27 do mês de maio do ano de 2018, na página do Facebook do candidato, após uma reunião em Palmas.

(28)



Fonte: Disponível em: <https://www.facebook.com/MauroCarlesseTO/>. Acesso em: 21 set. 2018.

Na imagem (28), o candidato Carlesse tem seu *vetor* (olhar) diretamente voltado para a câmera que registra a foto. Assim, ele é *reator*, pois o ponto de partida do *vetor* é o seu olhar, e o observador da foto, ou leitor do Facebook, é o alvo de seu olhar. Por isso, trata-se de uma *reação não-transacional*, haja vista, que a imagem só disponibiliza o *reator*.

O candidato está abraçado a uma criança e acompanhado por um homem. Ele expressa alegria e olha diretamente para o observador da foto, em posição de igualdade. O candidato tem um adesivo da campanha em seu peito e está abraçando a criança, como se tivesse segurando-a no colo, porém, ela está sendo segurada pelo homem, indicando acolhimento ao seu público eleitoral. Os participantes estão sorrindo enquanto direcionam seus olhares para diferentes direções.

O homem ao lado do candidato está em posição de *ator*, olhando diretamente para o candidato, que fica em posição de *meta*. Assim, trata-se de uma *estrutura transacional*. A criança encontra-se localizada no centro da imagem e tem colado em seu vestido um adesivo da campanha do candidato. Ela está olhando para as pessoas ao redor do trio, ou seja, para os eleitores que compareceram a reunião. Dessa forma, ela ocupa o papel de *ator*, e como sua *meta* não está disponível, a estrutura é *não-transacional*.

Nessa imagem (28), o candidato representa ser uma pessoa amiga dos participantes e se mostra feliz pela companhia e apoio deles. Seu olhar representa sua busca por aproximação com o observador da imagem.

Novamente, na parte inferior da imagem, encontra-se evidenciado o nome do candidato, de seu vice e o número da chapa eleitoral da dupla.

A imagem (29) também foi publicada na página do Facebook do candidato, no dia 27 de maio de 2018, após uma reunião em Palmas.

(29)



Fonte: Disponível em: <https://www.facebook.com/MauroCarlesseTO/>. Acesso em: 21 set. 2018.

Na imagem (29), o candidato encontra-se cercado por muitas pessoas, tirando uma selfie com um eleitor, em particular. Enquanto isso, outra pessoa os fotografa.

O *vetor* do candidato está direcionado à câmera do aparelho celular. Ambos estão sorrindo e enquanto o rapaz registra a selfie o candidato sinaliza “legal” com a mão direita. A dupla representada são *atores* que olham para o aparelho celular na mão do rapaz, assim o objeto se torna a *meta* de seus olhares, ou seja, o observador da selfie. Portanto, a estrutura é *transacional*.

Nessa imagem (29) o candidato representa sua afinidade e alegria em estar próximo ao eleitor que registra a selfie e busca aproximação com o leitor do Facebook que irá visualizar a imagem.

Na parte inferior da imagem, novamente, encontra-se evidenciado o nome do candidato, de seu vice e o número da chapa eleitoral da dupla.

Ainda sobre as publicações desse dia, na página do Facebook do candidato, na reunião ocorrida no Jardim Taquari, em Palmas, a imagem (30) também se enquadra.

(30)



Fonte: Disponível em: <https://www.facebook.com/MauroCarlesseTO/>. Acesso em: 21 set. 2018.

A imagem (30) apresenta como participantes principais o candidato Mauro Carlesse, seu vice Wanderlei Barbosa e uma criança, no centro. Na foto, eles estão sorrindo e olhando para a câmera que registra a foto, ou seja, diretamente para o leitor do Facebook. O candidato encontra-se inclinado e abraçado com a criança, indicando afinidade com ela, além disso, sinaliza “legal” com a mão direita, enquanto seu vice está um pouco afastado.

O candidato é *reator*, haja vista, que seus olhos são o ponto de partida do vetor da ação. O observador da imagem é o alvo de seu olhar, e por não estar disponível, trata-se de uma *reação não-transacional*. Além disso, está retratado em posição de superioridade em relação ao observador da imagem, sugerindo afastamento.

Há na parte inferior da imagem o nome do candidato, de seu vice e o número da chapa eleitoral da dupla.

A imagem (31), a seguir, também foi publicada na página do Facebook do candidato, no dia 27 de maio de 2018, na reunião ocorrida no Jardim Taquari, em Palmas.

(31)



Fonte: Disponível em: <https://www.facebook.com/MauroCarlesseTO/>. Acesso em: 21 set. 2018.

Na imagem (31), o candidato ocupa o papel de *ator*. Sua *meta* é o observador da imagem, ou seja, o leitor do Facebook que não está visível na imagem, sendo assim, trata-se de uma *estrutura não-transacional*.

O candidato e outras pessoas seguram uma faixa “A vila Agrotins apoia Carlesse 31”. Há outras pessoas na imagem, algumas mais próximas e outras mais distantes ao candidato.

O candidato encontra-se sorrindo, com um adesivo da campanha na roupa, seu *vetor* direcionado ao registrador da foto e sinalizando “legal” com o polegar esquerdo. Os outros participantes, ao redor, olham para a faixa ou para o candidato.

Nessa imagem, o sorriso, o “legal” e o *vetor* do candidato direcionados ao observador representam que o mesmo está contente pelo apoio dos participantes e busca aproximação com o leitor do Facebook.

Encontra-se na parte inferior da imagem o nome do candidato, de seu vice e o número da chapa eleitoral da dupla.

A imagem (32) também foi publicada na página do Facebook do candidato, no dia 27 de maio de 2018, após uma reunião ocorrida em Palmas.

(32)



Fonte: Disponível em: <https://www.facebook.com/MauroCarlesseTO/>. Acesso em: 21 set. 2018.

Na imagem (32), um grupo de pessoas está olhando para a câmera que está registrando a foto. Eles estão sorrindo e se abraçando. Alguns usam o adesivo da campanha do candidato na roupa e alguns sinalizam o número três fazendo alusão ao número 31, da chapa do candidato. Assim, ocupam a função de *atores*. A *meta* de seus *vetores* (olhares) não está disponível na imagem, pois se trata do observador, por isso, a estrutura é *não-transacional*.

O candidato encontra-se cercado por eleitores e apoiadores que se abraçam. Além desse grupo de pessoas, é possível visualizar no fundo da foto, muitas outras pessoas. O candidato encontra-se abraçado a presidente da Assembleia Legislativa, Luana Ribeiro, e ao deputado estadual tocantinense Eli Borges. Carlesse está sorrindo e com *vetor* direcionado ao observador da imagem, ou seja, o leitor do Facebook.

Nessa imagem (32) o candidato representa sua proximidade com o público eleitoral, buscando também assim, afinidade com o observador da foto, alvo do *vetor* de seu olhar.

Na parte inferior da imagem, encontra-se o nome do candidato, de seu vice e o número da chapa eleitoral da dupla.

Ainda no dia 27 de maio de 2018, em Palmas, a imagem (33) foi publicada na página do Facebook do candidato.

(33)



Fonte: Disponível em: <https://www.facebook.com/MauroCarlesseTO/>. Acesso em: 21 set. 2018.

A imagem (33) é muito semelhante às imagens (25) e (26), pois elas registram o momento em que o candidato está no palco, acompanhado por sua equipe da campanha.

Nessa imagem, o vice-candidato ao governo do Tocantins, Wanderlei Barbosa está falando ao microfone, enquanto o candidato e demais participantes que se encontram no palco, apenas ouvem. O candidato Mauro Carlesse tem seu *vetor* direcionado ao público e está com os braços repousados em sinônimo de tranquilidade, apenas ouvindo o discurso de seu vice.

O grupo presente no palco está em uma posição mais elevada que a plateia. Todos são *atores* que tem seus *vetores* direcionados ao público, inclusive o candidato, os eleitores da plateia são as *metas* dos *vetores*. Assim, a estrutura é *transacional*.

Nessa imagem, o candidato está no palco, com *vetor* de cima para baixo, sugerindo distanciamento com o público, além disso, se coloca na posição de ser apenas ouvinte e observador de seu vice.

Na parte inferior da imagem, encontra-se evidenciado o nome do candidato, de seu vice e o número da chapa eleitoral da dupla.

No dia 27 de maio de 2018, a imagem (34) também foi publicada na página do Facebook do candidato, após um comício em Palmas.

(34)



Fonte: Disponível em: <https://www.facebook.com/MauroCarlesseTO/>. Acesso em: 21 set. 2018.

A imagem (34), assim como as imagens (25), (26) e (33), apresenta o candidato sobre o palco, porém, de um ângulo mais próximo que as outras já citadas.

Nessa imagem, o candidato Carlesse encontra-se no palco, no centro da imagem, batendo palmas, de frente para o público, ao lado de seu vice e da presidente da Assembleia Legislativa Luana Ribeiro e de outras pessoas. O candidato, Luana Ribeiro e outras pessoas estão no palco, batendo palmas, enquanto o vice-candidato ao governo do Tocantins está com o braço direito abraçado ao candidato e o braço esquerdo erguido. O candidato e demais participantes ocupam o papel de *ator* e têm seus *vetores* voltados para a plateia, sua *meta*. Assim, a estrutura é *transacional*. Carlesse está no palco, com seu *vetor* de cima para baixo voltado ao público, sugerindo assim, distanciamento dos ouvintes.

Novamente, na parte inferior da imagem, encontra-se o nome do candidato, de seu vice e o número da chapa eleitoral da dupla.

Logo, das 10 (dez) imagens publicadas no Facebook do candidato Mauro Carlesse, no dia 27 de maio de 2018, em 04 (quatro), ele se encontra no palco com sua equipe, representando distanciamento do público eleitoral. Há 02 (duas) selfies que representam proximidade entre candidato e participante. Em 05 (cinco) das 10 (dez) imagens, ele se encontra no meio do povo, indicando igualdade; em 01 (uma) ele está com as mãos estendidas ao público, sugerindo acolhimento e em 02 (duas) há crianças em contextos de proximidade com o candidato. Em todas as imagens encontra-se evidenciado o nome do candidato, de seu vice e o número da chapa

eleitoral da dupla, apresentando ao observador da foto, por diversas vezes seus dados eleitorais. Em 09 (nove) das dez (dez) imagens há participantes que estão usando o adesivo da campanha do candidato e em 04 (quatro) imagens há algum participante fazendo o gesto “legal”, demonstrando apoio ao candidato.

4.3 Representações de Vicentinho Alves

O candidato ao governo do Tocantins na eleição suplementar de 2018, Vicentinho Alves, é filiado ao Partido da República (PR). Vicentinho Alves exercia a função de senador do Estado do Tocantins e, no contexto da referida eleição, decidiu pedir licença do Senado Federal para se candidatar como governador do Estado.

Para esta pesquisa, constituem o *corpus* as imagens das publicações feitas no Facebook desse candidato durante o mês de maio de 2018. Interessa para esta pesquisa, publicações que contenham a imagem do candidato em comícios na cidade de Palmas. Com isso, foi coletada apenas uma (01) imagem desse candidato, conforme critérios delimitadores da presente pesquisa.

Aos dias 23 do mês de maio de 2018, em campanha na cidade de Palmas, o candidato Vicentinho Alves publicou a imagem a seguir.

(35)



Fonte: disponível em: <https://www.facebook.com/vicentinhoalves/>. Acesso em: 26 set. 2018

A imagem acima registra o momento em que o candidato concedeu uma entrevista à Rádio CBN, do Jornal Daqui e Jornal do Tocantins. Na imagem acima

(35), o candidato está de pé, com os braços estendidos, com *vetor* de seu olhar direcionado a um dos participantes. Assim, o candidato desempenha o papel de *ator* e o participante a sua frente o papel de *meta*. Trata-se de uma *estrutura transacional*, em que é possível observar os *vetores* das trocas de olhares entre os participantes da imagem: candidato e o entrevistador a sua frente, sugerindo proximidade entre eles. Dessa forma, na publicação, o *ator* candidato Vicentinho Alves se mostra sorridente com *vetor* de seu olhar direcionado especificamente ao senhor de óculos, representando assim igualdade com o participante, em termos de campanha eleitoral.

O outro participante da imagem também olha para o candidato, porém na posição de *reator*, olhando para um fenômeno, haja vista que seu olhar é o ponto de partida em direção ao candidato, mantendo-se uma *reação transacional*, representando acolhimento ao candidato.

Além disso, sobre o candidato Vicentinho vale observar que ainda sobre sua rede social, não há muitas publicações. O candidato não tem o hábito de fazer muitas postagens em sua página do Facebook. Por isso, dentre os candidatos investigados, é o que menos fez publicações de acordo com os critérios desta pesquisa, sendo encontrada apenas uma imagem em Palmas. Não foi publicado no Facebook imagem do candidato em comício na capital do Tocantins.

Apesar de ter sido encontrada apenas 01 (uma) imagem do candidato que se enquadra nos critérios desta pesquisa, há também vídeos do candidato em Palmas, além disso, a imagem (35) é um registro de entrevista a rádio CBN, e por isso, atingirá muitos ouvintes.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O tema desta pesquisa é “Representações de Candidatos ao Governo do Tocantins no Facebook na Eleição Suplementar de 2018”. Objetivou-se, assim, investigar representações dos três candidatos mais votados na eleição suplementar ao governo do Tocantins em 2018 materializadas na rede social Facebook. O *corpus* da presente pesquisa é constituído por 35 (trinta e cinco) imagens.

A aplicação do arcabouço teórico-metodológico nos moldes de Kress e van Leeuwen (1996, 2006), no que se refere à Gramática do Design Visual, especificamente em relação a função representacional no *corpus* desta pesquisa, elucidou a investigação das representações dos candidatos Carlos Amastha, Mauro Carlesse e Vicentinho Alves, a partir da análise das imagens publicadas na página do Facebook durante o mês de maio de 2018, referentes à campanha no maior colégio eleitoral do Estado do Tocantins, ou seja, no município de Palmas, no contexto da eleição suplementar ao governo do Tocantins, ocorrida em 2018.

Em relação às 08 (oito) imagens publicadas no Facebook do candidato Carlos Amastha, em comícios em Palmas, há selfies do candidato com eleitores, representando aproximação entre eles. Há registros do candidato em cima do palco que representam distanciamento com o público ouvinte. Aparecem participantes usando em sua roupa o adesivo da campanha do candidato e sinalizando com a mão o número quatro, fazendo alusão ao número quarenta, da campanha de Amastha, representando, dessa forma, apoio ao candidato. Há também fotos do candidato cercado por muitas pessoas da plateia – possíveis eleitores – e acompanhado por apoiadores de sua campanha que falam ao microfone, sobre o palco. Logo, há registros fotográficos que representam proximidade entre o candidato e o público eleitoral, bem como há registros em que representam distanciamento e busca por afinidade com o eleitor. Dentre esses registros, em termos de campanha eleitoral, há mais representações de aproximação do candidato com o eleitor, do que superioridade do candidato.

Já nas 26 (vinte e seis) imagens do candidato Mauro Carlesse, em todas elas estão evidenciados o nome do candidato, de seu vice e o número da chapa eleitoral da dupla, na parte superior ou inferior da imagem, representando a insistência do candidato em mostrar ao observador da imagem, no caso o leitor do Facebook, seus

dados da campanha. Em muitas fotos, os participantes sinalizam o gesto “legal” e usam o adesivo da campanha do candidato na roupa, representando dessa forma, seu apoio ao candidato. Em algumas imagens, Carlesse encontra-se abraçado com mulheres e crianças para representar sua afinidade com esse público. Ocorrem registros fotográficos do candidato no meio da plateia e abraçado aos eleitores, sendo assim, representam igualdade entre eles. Há também imagens de Carlesse no palco acompanhado por sua equipe em representações de superioridade em relação ao público eleitoral. Dessa forma, em termos de campanha eleitoral, há representações de proximidade, igualdade, bem como há também representações de distanciamento do público eleitor. Sendo que os registros de proximidade são os mais encontrados e os de igualdade e distanciamento ocorrem na mesma incidência.

Na imagem do candidato Vicentinho Alves, sendo uma única imagem analisada de acordo com os parâmetros desta pesquisa, o candidato encontra-se na rádio CBN, em Palmas para uma entrevista. Assim sendo, há representação de proximidade dele com os participantes dessa imagem, não havendo nenhum registro fotográfico do candidato em comícios na capital tocaninense.

Relacionando as representações dos três candidatos, considerando que o quantitativo de imagens não é o mesmo para todos, é possível observar que os recursos utilizados nas imagens do candidato Amastha foram selfies, fotos no palco e no meio do povo, sendo que esse candidato foi o que mais fez selfie, demonstrando proximidade com os participantes da foto. Já o candidato Carlesse, também publicou selfies, fotos no palco e no meio do povo, além disso, postou fotos abraçado à mulheres e crianças. O candidato Vicentinho, por sua vez, não utilizou esses recursos, mas foi o único que registrou foto em rádio.

Em se tratando da campanha eleitoral no Facebook, local onde veicula muitas fotos, a selfie parece ser, dentre os recursos citados, o recurso mais adequado para a campanha eleitoral na rede social, pois demonstra afinidade e intimidade entre os participantes da imagem. Esse recurso fotográfico foi muito utilizado pelo candidato Amastha, entretanto, quase não foi utilizado pelo candidato Carlesse, que ainda assim conseguiu demonstrar proximidade com os participantes a partir de fotos tiradas lado a lado e com abraços. Esse candidato registrou muitas imagens que indicam igualdade com o possível eleitor. O candidato Vicentinho, por sua vez, não

fez nenhuma selfie, além de não ter publicado tantas imagens no Facebook com o público eleitoral de Palmas, como os outros candidatos registraram.

Sobre a página do Facebook dos candidatos, no perfil do candidato Amastha há algumas imagens publicadas com anotações, apresentando suas propostas de governo em forma de imagem, contudo, os candidatos Carlesse e Vicentinho não fizeram o mesmo. O que demonstra que o candidato Amastha, além de suas publicações fotográficas, quis expor ao leitor do Facebook suas intenções, com intuito de estabelecer mais afinidade com o eleitor, enquanto os outros candidatos não tiveram tal preocupação.

Ademais, as imagens publicadas pelos três candidatos no Facebook durante o mês de maio de 2018 na cidade de Palmas, na campanha eleitoral para eleição suplementar ao governo do Tocantins, apresentam em comum representações de proximidade e de igualdade entre os participantes, como se tivessem os mesmos desejos para o estado. Duas diferenças encontradas entre as imagens publicadas pelos três candidatos foi a ausência de registros fotográficos do candidato Vicentinho Alves em comícios na capital tocaninense.

O candidato Carlos Amastha obteve cerca de 21,41 % dos votos, no primeiro turno da eleição suplementar ao governo do Tocantins, em 2018, ocupando a terceira maior pontuação entre os candidatos, ou seja, apesar de ter sido o candidato que mais fez selfies em suas publicações, um recurso que demonstra afinidade e intimidade entre os participantes, e de ser considerado popularmente, como o candidato “tecnológico”, por estar sempre publicando em suas redes sociais, ele não foi o vencedor da campanha. Apesar dos resultados encontrados durante esta pesquisa, na situação real, suas estratégias não convenceram a maioria do público eleitoral do estado do Tocantins.

O candidato Mauro Carlesse, por sua vez, obteve cerca de 30,31 % dos votos, no primeiro turno da eleição suplementar ao governo do Tocantins, em 2018. Logo, foi o mais bem votado dos candidatos que disputaram o governo do Tocantins. O candidato, comparado aos outros candidatos aqui analisados, foi o que publicou mais fotos na cidade de Palmas, sendo que a maioria desses registros o apresenta bem próximo ao eleitor. Nesse caso, os resultados das análises aqui expostos concordaram com a realidade da quantidade de votos que o candidato recebeu.

Já, o candidato Vicentinho Alves obteve cerca de 22,22 % dos votos, no primeiro turno da eleição suplementar ao governo do Tocantins, em 2018. Obteve assim, melhor colocação que o candidato Carlos Amastha e menor quantidade de votos que o candidato Mauro Carlesse. Por isso, o segundo turno foi disputado pelos candidatos Vicentinho e Carlesse. No caso desse candidato, os resultados das análises aqui realizadas não conferem com a colocação do candidato na eleição, haja vista que o mesmo ficou com a segunda maior pontuação, publicando apenas uma foto de acordo com os critérios desta pesquisa. Vale ressaltar que apesar de Vicentinho Alves não ter se preocupado em publicar muitas fotos com o público eleitor de Palmas, sendo esta a única limitação encontrada durante a pesquisa, ele fez muitas publicações em seu Facebook em cidades do interior do Tocantins. Sobre isso, o candidato Amastha, além de fazer publicações em Palmas, foi quem mais postou fotos em cidades do interior e ainda assim, ficou na terceira colocação.

Logo, as imagens publicadas pelos candidatos em sua página do Facebook buscam atingir o observador ou leitor da rede social. Assim, as imagens aqui apresentadas e analisadas foram postadas, vistas e lidas por esses leitores, sendo expostas a eles as representações aqui construídas.

Dessa forma, a presente pesquisa trata-se de uma proposta que tem possibilidade de ser ampliada em estudos futuros. Podendo assim, analisar as imagens publicadas pelos candidatos durante todo o período de campanha eleitoral em todas as cidades tocantinenses. Além disso, os resultados dessas análises poderão ser relacionados ao resultado final da eleição, ou seja, o resultado do segundo turno.

Ademais, com o desenvolver desta pesquisa foi possível aprender que os textos multimodais, materializados através de aspectos verbais e não-verbais, estão presentes no dia a dia de todas as pessoas. Além disso, esses textos não podem ser apenas lidos, mas sim interpretados e compreendidos, ou seja, eles não apenas significam o que parece estar exposto, mas eles trazem consigo representações.

Nessa perspectiva, o estudo dos textos multimodais em sala de aula faz-se muito pertinente, haja vista que os alunos estão diariamente utilizando a ferramenta Facebook. Dessa forma, o professor de Língua Portuguesa poderá utilizar desta pesquisa para trabalhar a teoria da Multimodalidade associada ao recurso tecnológico Facebook em suas aulas. E a partir dessa teoria e recurso, o docente

poderá expor aos alunos práticas de análise crítica de textos multimodais através de aulas dinâmicas.

6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALMEIDA, D. B. L. de (Org.). **Perspectivas em Análise Visual: do fotojornalismo ao blog**. João Pessoa: Editora da UFPB, 2008. p. 09-10.

AQUINO, L. D. de; SOUZA, M. A multimodalidade no gênero blog. In: ALMEIDA, D. B. L. de (Org.). **Perspectivas em Análise Visual: do fotojornalismo ao blog**. João Pessoa: Editora da UFPB, 2008. p. 33-43.

BARRENECHEA, C. A. **Arte e discurso multimodal: Análise da Linguagem visual em sua relação com o relato da história de vida e da produção artística de Van Gogh**. 2016. 600f. Tese de Doutorado – UNB, Brasília, 2016.

BARROS, C. G. P. de. Capacidades de Leitura de Textos Multimodais. **Revista Polifonia**, Cuiabá, EDUFMT, n. 19, 2009. p. 161-186. Disponível em: <<http://www1.ufmt.br/ufmt/unidade/userfiles/publicacoes/da1fb711700d927dbf8296e0464aeb96.pdf>>. Acesso em: 01 abr. 2018.

BEZERRA, A. L.; LIMA, E. A.; OLIVEIRA, M. N. Leitura de texto multimodal: explorando a charge no ensino de Língua Portuguesa. **Letras & Letras**, Uberlândia, v. 32/4, jul/dez. 2016. p. 226-242. Disponível em: <<http://www.seer.ufu.br/index.php/letraseletras/article/viewFile/34584/20447>>. Acesso em: 01 abr. 2018.

CONEXÃO TOCANTINS. Vicentinho Alves pede licença do Senado Federal. Disponível em: <<https://conexaoto.com.br/2018/06/18/vicentinho-alves-tirou-licenca-sem-remuneracao-para-disputar-vaga-de-governador-na-eleicao-suplementar>>. Acesso em 26 set. 2018.

FACEBOOK: Carlos Amastha. Disponível em: <<https://www.facebook.com/amastha40gov/>>. Acesso em 23 set. 2018.

FACEBOOK: Mauro Carlesse. Disponível em: <<https://www.facebook.com/MauroCarlesseTO/>>. Acesso em 21 set. 2018.

FACEBOOK: Vicentinho Alves. Disponível em: <<https://www.facebook.com/vicentinhoalves/>>. Acesso em 26 set. 2018.

FAIRCLOUGH, N. **Language and power**. London: Longman, 1989.

FERNANDES, J. D. C.; ALMEIDA, D. B. L. de. Revisitando a gramática visual nos cartazes de guerra. In: ALMEIDA, D. B. L. de (Org.). **Perspectivas em Análise Visual: do fotojornalismo ao blog**. João Pessoa: Editora da UFPB, 2008. p. 11-31.

FERRAZ, J. de A. **A Multimodalidade no Ensino de Português como Segunda Língua: novas perspectivas discursivas críticas**. 2011. 200f. Tese de Doutorado – UNB, Brasília, 2011.

FOWLER, R.; HODGE, B.; KRESS, G.; TREW, T. **Language and control**. Londres: Routledge, 1979.

GUALBERTO, C. L. **Multimodalidade em livros didáticos de língua portuguesa: Uma análise a partir da semiótica social e da gramática do design visual**. 2016. 181f. Tese de Doutorado – UFMG, Minas Gerais, 2016.

G1 TOCANTINS. Carlos Amastha renuncia à prefeitura de Palmas para disputar governo do Estado. Disponível em: <<https://g1.globo.com/to/tocantins/noticia/carlos-amastha-renuncia-prefeitura-de-palmas-para-disputar-governo-do-estado.ghtml>>. Acesso em 23 set. 2018.

G1 TOCANTINS. Veja as 10 cidades com maior número de eleitores aptos a votar no Tocantins. Disponível em: <<https://g1.globo.com/to/tocantins/eleicao-suplementar/2018/noticia/veja-as-10-cidades-com-maior-numero-de-eleitores-aptos-a-votar-no-tocantins.ghtml>>. Acesso em 26 set. 2018.

G1 TOCANTINS. Mauro Carlesse é eleito governador do Tocantins para o mandato-tampão. Disponível em: <<https://g1.globo.com/to/tocantins/eleicao-suplementar/2018/noticia/mauro-carlesse-e-eleito-governador-do-tocantins-para-o-mandato-tampao.ghtml>>. Acesso em 21 set. 2018.

G1 TOCANTINS. Eleição suplementar 2018: veja tudo sobre o primeiro turno da votação no Tocantins. Disponível em: <<https://g1.globo.com/to/tocantins/eleicao-suplementar/2018/ao-vivo/acompanhe-a-eleicao-suplementar-para-o-governo-do-tocantins.ghtml>>. Acesso em 30 nov. 2018.

HALLIDAY, M. A. K. **Language as social semiotic**. London: Edward Arnold, 1978.

HÉNAULT, A. **História Concisa da Semiótica**. Trad. Marcos Marcionilo. São Paulo: Parábola Editorial, 2006.

HODGE, R.; KRESS, G. **Social Semiotics**. Cambridge: Polity Press, 1988.

JR, S. J. Mauro Carlesse assume interinamente Governo do Tocantins. Disponível em: <<https://www.oparalelo13.com.br/component/k2/item/5034-mauro-carlesse-assume-interinamente-governo-do-tocantins>>. Acesso em 21 set. 2018.

KRESS, G. **Literacy in the new media age**. London and New York: Routledge, 2003.

KRESS, G.; VAN LEEUWEN T. **Reading images: the grammar of visual design**. London: Routledge, 1996, 2006.

MARA, L. Eleições Suplementares: A partir desta sexta, pesquisa de opinião pública deve ser registrada na Justiça Eleitoral. Disponível em: <<http://www.tre-to.jus.br/imprensa/noticias-tre-to/2018/Abril/eleicoes-suplementares-a-partir-desta-sexta-pesquisa-de-opiniao-publica-deve-ser-registrada-na-justica-eleitoral>>. Acesso em 26 set. 2018.

MOZDZENSKI, L. **Multimodalidade e gênero textual: analisando criticamente as cartilhas jurídicas**. Recife: Ed. Universitária da UFPE, 2008.

OUVERNEY, J. R.. A mulher retratada em comerciais de cerveja: venda de mulheres ou de bebidas?. In: ALMEIDA, Danielle Barbosa Lins de (Org.). **Perspectivas em Análise Visual: do fotojornalismo ao blog**. João Pessoa: Editora da UFPB, 2008. p. 45-61.

ROJO, R.; MOURA, E. (Orgs.). **Multiletramentos na escola**. São Paulo: Parábola Editorial, 2012.

SANTAELLA, L. **Semiótica Aplicada**. São Paulo: Cengage Learning, 2015.

SANTOS, J. M. dos. **Letramento Multimodal e o Texto em sala de aula**. 2006. 126f. Tese de Doutorado – UNB, Brasília, 2006.

SILVEIRA, D. T.; CÓRDOVA, F. P. A pesquisa científica. In: GERHARDT, T. E.; SILVEIRA, D. T. (Orgs.). **Métodos de pesquisa**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2009. p. 31 a 41.

YARED, M. L. de M. **A ação semiótico-social da publicidade governamental sob a perspectiva da Análise do Discurso Crítica e da Multimodalidade**. 2015. 338f. Tese de Doutorado – UNB, Brasília, 2015.