FUTURO PRESIDENTE? A (RE)CONSTRUÇÃO DAS IMAGENS PROJETADAS DE LULA NO *TWITTER*

Denise de Souza Assis (CEFET-MG)

denisesouzaassis05@gmail.com

Jéssica Gomes de Oliveira (CEFET-MG)

jessicagomes.mtz@gmail.com

O presente estudo objetiva discutir e refletir sobre a importância da utilização da mídia na propagação do discurso político. Para isso, almejamos realizar uma análise discursiva de *tweets* publicados pelo ex-presidente Lula em sua conta oficial do *Twitter*, com o intuito de, a partir da Teoria Semiolinguística (TS) de Patrick Charaudeau, observar e debater acerca do *ethos*, valores e efeitos de sentido projetados nesses *posts*. Tais publicações foram realizadas no ano de 2021 e se configuram, a nosso ver, como postagens pré-campanha, nas quais o ex-presidente se coloca como um possível candidato ao pleito de 2022 e reflete sobre questões político-sociais da contemporaneidade. Para o debate proposto, utilizamos os pressupostos teóricos da TS, sobretudo no que diz respeito aos estudos sobre discurso político e sobre *ethos*. Além disso, discutimos questões relacionadas à mídiatização do discurso político e ao uso das redes sociais na propagação do fazer e do falar político. Com as análises, observamos que, na intenção de se tornar novamente o presidente do Brasil, o ex-mandatário vê a necessidade de reconstruir sua imagem diante os seguidores, os apoiadores e também os seus opositores e, para isso, o *Twitter* é peça latente e fundamental no processo de veiculação da palavra política de Lula.

Palavras-chave:

Ethos. *Twitter*. Mídiatização do Discurso Político.