

INDIGNAÇÃO E DESCONFIANÇA? As emoções no debate sobre sistema eleitoral no Twitter¹

INDIGNATION AND DISTRUST? Emotions in debates on the electoral system on Twitter

Maria Alice Silveira Ferreira²
Claudio Luis de Camargo Penteadó³
Luiza Jardim⁴
Patrícia Dias dos Santos⁵

Resumo: O artigo tem por objetivo realizar um estudo sobre o uso das emoções como estratégia discursiva pelos grupos políticos dentro das conversações sobre o sistema eleitoral no Twitter durante as eleições presidenciais de 2022 no Brasil. A disputa eleitoral de 2022 foi marcada pela intensificação de debates nas plataformas digitais sobre a credibilidade do processo eleitoral, o que gerou grande insegurança política em todo o processo. Para este estudo foram analisadas as postagens no Twitter sobre o tema no período de 25 de setembro a 08 de outubro de 2022. A análise dos dados foi feita em três passos: identificação das mensagens mais compartilhadas e classificação automatizada do posicionamento político dos perfis, classificação das emoções mobilizadas e análise das estratégias discursivas empregadas pelos grupos de apoio aos dois principais candidatos. Os resultados apontam uma maior participação de perfis de apoiadores de Bolsonaro por meio da mobilização de discursos de indignação e desconfiança contra a atuação do Tribunal Superior Eleitoral colocando em suspeição os resultados eleitorais.

Palavras-Chave: Redes sociais online. Sistema eleitoral. Emoções.

Abstract: The article aims to conduct a study on the use of emotions as a discursive strategy by political groups within Twitter conversations about the electoral system during the 2022 presidential elections in Brazil. The 2022 electoral dispute was marked by the intensification of debates on digital platforms about the credibility of the electoral process, which generated great political insecurity throughout the

¹ Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho Fenômenos e Práticas da Política Online da 10ª Edição do Congresso da Associação Brasileira de Pesquisadores em Comunicação e Política (10ª COMPOLÍTICA), realizado na Universidade Federal do Ceará (UFC), 09 a 10 de maio de 2023.

² Doutora em Ciência Política pela UFMG, Professora da Universidade Estadual de Montes Claros (Unimontes), Pesquisadora do Centro de Pesquisas em Política e Internet (CePPI-UFMG). email: m.alicesilveira@gmail.com

³ Doutor em Ciências Sociais pela PUC/SP, Professor da Universidade Federal do ABC (UFABC). Email: claudio.penteadó@ufabc.edu.br.

⁴ Doutoranda em Administração Pública e Governo na Fundação Getulio Vargas (FGV-EAESP), Mestre em Ciência Política pela Universidade Federal de Minas Gerais (FAFICH-UFMG) e bacharel em Administração Pública pela FGV-EAESP. E-mail: luizabsjardim@gmail.com

⁵ Doutoranda em Ciência da Computação, Mestre em Engenharia da Informação e Bacharel em Ciência da Computação pela Universidade Federal do ABC. E-mail: patricia.santos@ufabc.edu.br

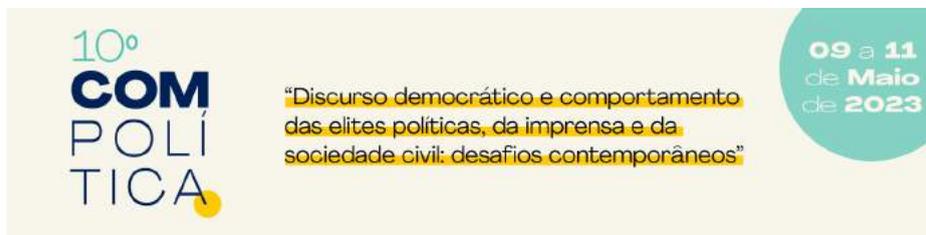
process. For this study, Twitter posts on the subject from September 25 to October 8 of 2022 were analyzed. Data analysis was carried out in three steps: identification of the most shared messages and automated classification of the political positioning of the user profiles, classification of mobilized emotions and analysis of the discursive strategies employed by the support groups for the two main candidates. The results point to a greater participation of Bolsonaro supporters through the mobilization of speeches of indignation and suspicion against the Superior Electoral Court performance, placing the electoral results in suspicion.

Keywords: *Online social media. Electoral System. Emotions.*

1. Introdução

O sistema eleitoral brasileiro tem sofrido duros ataques nos últimos anos. Durante o governo Bolsonaro (2019-2022), o tensionamento das instituições da democracia e o enfrentamento com órgãos do Judiciário como o Supremo Tribunal Federal (STF) e o Tribunal Superior Eleitoral (TSE) geraram um clima de instabilidade e de ataques à legitimidade do processo eleitoral de 2022. Passando por descredibilidade e ameaças à sua confiabilidade, o debate em torno das urnas eletrônicas, da contagem de votos e da imparcialidade do TSE já recebia atenção na eleição de 2018 (RECUERO, 2020). Diversas campanhas de desinformação circularam para potencializar os ataques feitos a essas instituições (e seus representantes, principalmente ministros do STF e TSE) e a credibilidade do sistema como um todo. No período eleitoral de 2022, no entanto, os ataques se intensificaram, e o tema se tornou um dos principais assuntos discutidos nas redes sociais online durante o pleito, o que gerou grande insegurança política em todo o processo. Essa insegurança se mostrou real após o final da apuração, conforme foi possível observar nas reações de Bolsonaro e seus apoiadores após a vitória de Lula, culminando com os atos terroristas do dia 8 de janeiro de 2023 pedindo uma intervenção militar.

Embates discursivos e polarização política fazem parte da conversação online, principalmente em momentos políticos importantes, como foi o caso das eleições de 2022. Essas conversas, por sua vez, estão carregadas de um forte componente emocional, o que busca mobilizar atores desses espaços para amplificar e, muitas vezes, viralizar o conteúdo compartilhado (PAPACHARISSI, 2015, PANGER, 2017; CROCKETT, 2017) e influenciar os processos políticos, conforme verificado em outros estudos (PENTEADO et al, 2022; FERREIRA, 2021).



Neste sentido, este trabalho propõe uma análise de como as emoções foram utilizadas pelos grupos políticos dentro das conversações sobre o sistema eleitoral no Twitter durante as eleições presidenciais de 2022, para identificar as diferentes estratégias discursivas utilizadas por esses grupos. Os dados analisados são referentes a publicações feitas nas semanas que antecederam e sucederam o primeiro turno das eleições de 2022, a saber: 25 de setembro a 08 de outubro de 2022. Os tuítes foram coletados por meio de API no Twitter pela equipe do projeto Observatório de Conflitos da Internet⁶, a partir de uma seleção dos seguintes termos: “sistema eleitoral”, “TSE”, “STF” e também pelo nome dos ministros do TSE e do STF.

A análise dos dados dividiu-se em três passos. O primeiro foi a identificação de grupos políticos por meio de detecção de posicionamento. Assim, identificamos grupos políticos favoráveis aos dois principais candidatos à presidência: Lula e Jair Bolsonaro. Dessa forma, identificamos dois clusters que chamaremos neste trabalho de cluster lulista e cluster bolsonarista.

A partir daí, foi feito um recorte dos 50 tuítes mais retuitados de cada cluster para o segundo passo da pesquisa, a análise qualitativa. Nesta análise foi feita a identificação de quais as emoções mobilizadas em ambos os grupos, a partir de uma matriz de emoções elaborada por Jasper (1998). Por fim, o terceiro passo refere-se a discussão sobre o que estas emoções mobilizadas significam e as estratégias adotadas pelos grupos políticos, e a partir daí fazemos um debate mais amplo sobre a maneira como o processo eleitoral é entendido - e atacado ou defendido - por cada um dos grupos e seus riscos para a democracia.

O artigo está dividido em cinco partes, além desta breve introdução. A primeira parte descreve o contexto que envolveu as eleições presidenciais de 2022 e a discussão online sobre a credibilidade do sistema eleitoral. A parte seguinte apresenta uma discussão sobre a importância das emoções para a mobilização política em plataformas digitais. As estratégias metodológicas para a realização do estudo estão descritas na terceira seção, seguida da apresentação e discussão dos resultados. Ao final do artigo, apresentamos uma síntese dos resultados e apontamos para o desenvolvimento de uma agenda de pesquisa voltada para o estudo do papel das emoções nas conversações e embates discursivos em plataformas digitais.

⁶ Mais informações sobre o projeto do Observatório de Conflitos na Internet estão disponíveis em <https://observa.pesquisa.ufabc.edu.br/>. Acesso em 13/04/23.

2. Contexto e tensões nas eleições de 2022

Desconfiança em relação às instituições e baixa adesão aos valores democráticos, são fatores que permitem enxergar as discussões analisadas neste estudo dentro de um contexto que permeia o imaginário dos cidadãos brasileiros. A desconfiança nas instituições públicas, por parte dos cidadãos, é algo apontado por diversas pesquisas realizadas nas últimas décadas no Brasil (MASSUCHIN ET AL., 2021). A pesquisa anual A Cara da Democracia, realizada pelo INCT-IDDC, indicou que em 2022 37,7% dos brasileiros não confiavam no STF⁷, por exemplo. Apesar do percentual ser inferior ao diagnóstico de 2019 e 2021, é superior aos 28,4% que diziam não confiar no STF em 2018.

De acordo com dados de pesquisas do Datafolha⁸, em março de 2022 a confiança nas urnas era de 82%. Este número caiu para 73% em maio do mesmo ano, e aumentou para 79% no final de julho. Ainda que esse número supere a maioria da população, o debate que o então presidente Jair Bolsonaro impulsionava em torno da confiança das urnas e as discussões online deram destaque ao tema.

Antes das eleições de 2022 já havia tensões nas redes sociais em torno da confiabilidade do sistema eleitoral e ataques aos valores e instituições democráticos (MASSUCHIN ET AL., 2021; RUEDIGER ET AL., 2022). Massuchin et al. (2021) apontam que o ataque às instituições e a presença dos valores antidemocráticos são parte do repertório estratégico da direita nas redes sociais no Brasil.

Esses discursos ganham expressividade em uma situação de desconfiança institucional (MOISÉS, 2005; BAQUERO; CASTRO; RANINCHESKI, 2017) e, também, de pouca adesão efetiva aos valores democráticos (VALORES EM CRISE, 2020). (MASSUCHIN ET AL., 2021, p. 40)

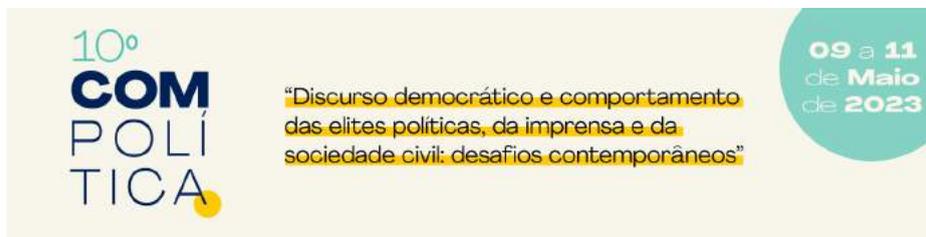
Para ilustrar mais o contexto analisado por este artigo, ressaltamos que períodos eleitorais são também terreno fértil para a desinformação (BENNETT; LIVINGSTON, 2018), facilitada há muito pelas novas tecnologias de informação (FALLIS, 2009). Ao analisarmos o debate eleitoral nas redes sociais online, encontram-se além da desinformação: discurso de

⁷ Disponível em:

<<https://www.uol.com.br/eleicoes/2022/07/04/pesquisa-desconfianca-nas-forcas-armadas-sobe-e-parti-dos-reduzem-rejeicao.htm>>. Acesso em: 08 de abril de 2023.

⁸ Disponível em:

<<https://g1.globo.com/jornal-nacional/noticia/2022/07/30/datafolha-confianca-dos-brasileiros-nas-urna-s-eletronicas-cresce-de-73percent-para-79percent.ghtml>>. Acesso em: 07 de abril de 2023.



ódio (SIEGETEL ET AL., 2019; SUNSTEIN, 2018; IYENGAR et al., 2019), favorecimento à disseminação de mensagens com teor populista (CESARINO, 2019; PENTEADO ET AL., 2022), polarização favorecida pela presença de câmeras de eco e filtros-bolha (SUNSTEIN, 2018; PARISER, 2012), e ascensão de grupos ultraconservadores de direita (MASSUCHIN ET AL., 2021).

Em um estudo sobre dois canais de direita no Twitter entre janeiro de 2020 e junho de 2021, Massuchin et al. (2021) encontraram que o STF e o legislativo federal foram os inimigos-alvo dos dois canais. Além disso, já se evidenciou a reprodução de valores antidemocráticos. Estudos conduzidos pela Diretoria de Análise de Políticas Públicas da Fundação Getúlio Vargas (FGV DAPP), analisando discursos no Facebook, encontraram que a temática da fraude das urnas e a proposta do voto impresso auditável estão dentre os assuntos mais comentados pela direita radical.

"a desconfiança sobre o sistema de votação eletrônico é uma pauta perene, pelo menos desde 2014, na conversação pública, no âmbito das mídias sociais, deslocando-se de públicos segmentados da centro-direita para a direita radical, e que cresce em frequência e em interação a partir de 2018" (RUEDIGER ET AL., 2022, p. 21).

Ruediger et al. (2022) apontam que o aumento no volume de publicações também está associado ao fato de que Jair Bolsonaro, enquanto Presidente da República (2019-2022), também tratava a fraude nas urnas e o voto impresso como questões prioritárias. Os debates nas redes aconteciam ao mesmo passo em que Jair Bolsonaro, então presidente e candidato à reeleição, provocava desgastes com as instituições, insinuando a desconfiança no sistema eleitoral e nas urnas eletrônicas.

Pouco tempo antes do início da campanha eleitoral, Bolsonaro convocou uma reunião com embaixadores de ao menos 40 países para debater o sistema eleitoral brasileiro, fazendo ataques às urnas eletrônicas, sem provas⁹. Mesmo durante o período de campanha foram diversas vezes em que Bolsonaro insultou o STF e o TSE na figura das instituições ou de ministros específicos. Este clima compõe o cenário em que se dão as eleições, também

⁹ Disponível em:

<<https://g1.globo.com/politica/noticia/2022/07/18/bolsonaro-reune-embaixadores-para-repetir-sem-provas-suspeitas-ja-esclarecidas-sobre-urnas.ghtml>>. Acesso em: 08 de abril de 2023.

marcadas por uma polarização com o candidato Lula. No primeiro turno, ambos somaram 91,5% dos votos válidos, com uma diferença percentual de 5,1 pontos.

3. Emoções e Mobilização Política Online

Sabe-se que hoje em dia a conversação online dentro das mídias sociais cumpre um importante papel na difusão de conteúdos políticos, com grande fluxo e alcance de informação, que são capazes de gerar intensos debates e mobilização. Alguns estudos recentes (PENTEADO et al, 2022; FERREIRA, 2021) têm mostrado também que há uma presença de emoções nos conteúdos viralizados nesses espaços. Esses discursos, por sua vez, têm o objetivo de mobilizar atores, amplificar e viralizar os conteúdos compartilhados (PAPACHARISSI, 2015, PANGER, 2017; CROCKETT, 2017).

Entender as emoções enquanto parte da análise social nem sempre é tarefa fácil. Muitas vezes tratadas como algo da natureza e contrárias à lógica da razão, as emoções foram durante um tempo ignoradas pelas ciências sociais. No entanto, desde a segunda metade do século XX, tem-se visto esforços em trazer as emoções para análise social. As emoções e sentimentos estão presentes em vários aspectos da nossa vida cotidiana e se colocam como constitutivas das relações sociais, instituições e processos (BARBALET, 1998; GRECO & STENNER, 2008), por isso são fundamentais também para a vida política.

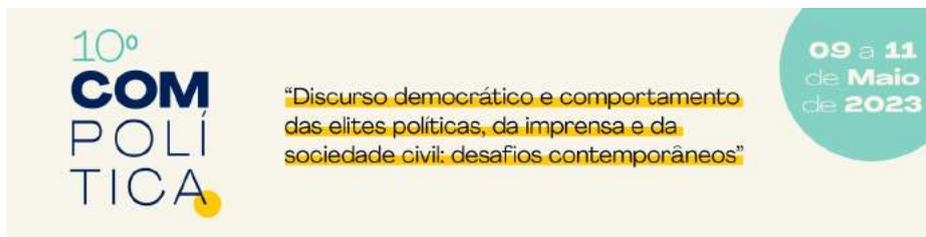
James Jasper (2009; 1998) trouxe importantes contribuições para os estudos sobre emoções e ação coletiva. Em seu trabalho, Jasper (1998) focou em entender a importância das emoções para a formação de protestos políticos. Para o autor, esses são locais onde se pode experimentar imagens, palavras e experiências, despertando e compartilhando sentimento entre os participantes. Na sua tipologia Jasper elenca três tipos de grupos de emoções. São elas: 1) laços afetivos primários: diz respeito a emoções mais duradouras, que surgem a partir da relação com outras pessoas. Solidariedade e confiança são exemplos desse tipo de emoção; 2) emoções reativas: emoções rápidas, que surgem e desaparecem rapidamente, mas sem um processo cognitivo. A raiva pode ser vista como esse tipo de emoção. E, por fim, os 3) humores: tratam-se de emoções modulares, que podem ser transportadas de uma situação para outra. Os humores contagiam. Otimismo e entusiasmo são exemplos dessas emoções.

As emoções, por sua vez, muitas vezes são expressadas e construídas pela linguagem, por meio de símbolos, narrativas e imagens. Para Sidney Tarrow (2013), a linguagem, além de expressar emoções, é capaz de direcionar para a mobilização da luta política, mudando a forma como as pessoas vão agir coletivamente. As palavras, uma vez difundidas, são capazes de alcançar novos atores para além das fronteiras. Assim, discursos e narrativas são locais importantes onde emoções são construídas e modificadas (TARROW, 2013; EYERMAN, 2009).

Além disso, emoções também se tornam importantes na construção de uma identidade coletiva entre membros de um grupo. De acordo com Alberto Melucci (1996) é preciso uma energia emocional para que se construa a ideia de pertencimento, ou o 'nós', a identidade coletiva. Para Melucci, movimentos sociais e canais de tecnologias de comunicação compõem uma rede de atores que geram interação, influência e comunicação e estão relacionados ao processo de construção de uma identidade coletiva. Somado a isso, é fundamental um investimento emocional para que essa identidade seja definida.

As redes sociais online têm tido um papel importante para criação de identidades em grupos capazes de gerar ondas de mobilização (Milan, 2015). Dentro desses espaços também, é possível identificar uma grande força emocional presente nas narrativas e conteúdos viralizados. Autores como Panger (2017) e Papacharissi (2015) concordam que emoções e afetos ocupam um lugar central no funcionamento dessas redes sociais. De acordo com Papacharissi (2015), as redes sociais online remodelam e amplificam a forma de contar histórias, despertando sentimentos e reações das pessoas. Para a autora, as redes sociais online transmitem e produzem afetos, gerando uma retroalimentação entre os usuários. As narrativas presentes nessas redes muitas vezes misturam fatos com opinião e emoção, assim como na vida offline. Além disso, a autora aponta que os afetos ou as emoções nos ajudam a entender as distribuições de poder e formações políticas que surgem pelo contágio e viralidade.

Recentes estudos mostram como emoções específicas são importantes para a mobilização política, seja online ou offline. Crockett (2017), por exemplo, destaca como a indignação moral tem se amplificado nesses espaços e que conteúdos com esse tipo de emoção têm maior capacidade de viralidade. Gerbaudo (2016), por sua vez, mostra como o entusiasmo digital é importante para um trabalho emocional em busca de emoções positivas



dos usuários para a mobilização política. Para ele, existe um contágio emocional, ou estados afetivos compartilhados, que se dispersam viralmente nas redes sociais digitais. Humores como otimismo e entusiasmo, por exemplo, são capazes de contagiar pessoas gerando uma retroalimentação entre o online e o offline.

4. Metodologia

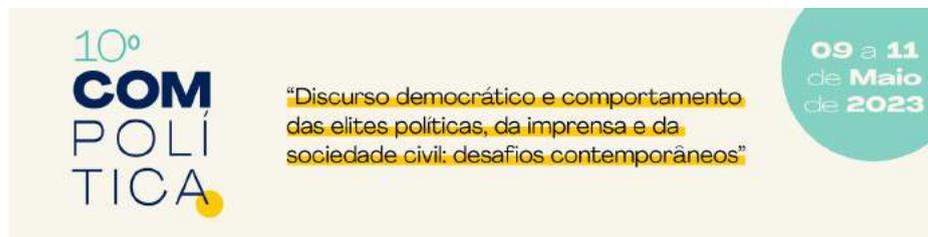
O artigo utiliza os dados coletados pela equipe do grupo de estudos do Observatório de Conflitos na Internet, no projeto de monitoramento da discussão sobre o sistema eleitoral brasileiro em 2022. A coleta, via API streaming do Twitter¹⁰, foi orientada por termos relacionados ao Sistema Eleitoral Brasileiro.

Para a consecução dos objetivos propostos, foi adotado um procedimento metodológico dividido em três passos, os quais serão detalhados nas subseções a seguir: identificação e classificação das mensagens mais compartilhadas (mais retuitadas); detecção de posicionamento dos clusters de eleitores polarizados (bolsonaristas x lulistas); análise das emoções empregadas pelos apoiadores mais engajados de cada cluster, considerando as 50 publicações mais retuitadas de cada; e identificação da estratégia discursiva dos grupos políticos na conversação sobre o sistema eleitoral em 2022.

4.1 Identificação e classificação das mensagens mais compartilhadas (mais retuitadas)

Para este artigo, que foca na análise do uso das emoções e estratégias discursivas de grupos políticos nas eleições presidenciais de 2022, foram utilizados dados referentes às publicações feitas nas semanas que antecederam e sucederam o primeiro turno das eleições de 2022, a saber: 25 de setembro a 08 de outubro de 2022. Os termos coletados foram: “sistema eleitoral”, “TSE”, “STF” e também pelo nome dos ministros do TSE e do STF.

¹⁰ A coleta por streaming permite, a partir do desenvolvimento de um script do projeto OBSERVA (Observatório de Conflitos na Internet), a captura de tuites e seus metadados que utilizem termos-chaves selecionados. A versão 1.1 da API do Twitter, com as alterações realizadas pela empresa, deixou de permitir essa funcionalidade a partir do mês de março de 2023.



4.2 Detecção de posicionamento dos clusters polarizado de eleitores bolsonaristas e lulistas

O processo de detecção de posicionamento foi realizado em quatro etapas, conforme descrito abaixo:

1. **Seleção de usuários mais ativos:** Foi calculado o quartil dos usuários que realizaram a maior quantidade de retuítes para selecionar os 25% mais ativos. Além disso, foi realizada uma filtragem adicional para remover usuários que fizeram apenas auto-retuítes ou retuítes para uma única conta, com o objetivo de reduzir a ocorrência de *outliers*.
2. **Seleção de características:** Um vetor de categorias foi construído para cada usuário selecionado com base nas contas que eles retuitaram. A similaridade do cosseno entre cada par de usuários foi então calculada usando esses vetores.
3. **Redução da dimensionalidade:** Os usuários foram projetados em um espaço bidimensional usando o algoritmo UMAP após o cálculo da similaridade.
4. **Clusterização:** O algoritmo Mean Shift foi usado para clusterizar os usuários projetados em dois grandes clusters polarizados.

Apenas retuítes "puros" foram utilizados neste estudo, ou seja, aqueles em que os usuários simplesmente clicam em um botão para compartilhar o conteúdo. retuítes com comentários foram excluídos porque, ao adicionar um comentário, o usuário pode expressar sua opinião e isso pode não indicar necessariamente concordância ou apoio.

4.3 Análise das emoções empregadas pelos apoiadores mais engajados de Bolsonaro e Lula.

Após detectarmos os dois clusters de apoiadores de Lula e Bolsonaro e as 50 mensagens mais retuitadas de cada grupo, procuramos, então, identificar as emoções e estratégias discursivas mobilizadas em cada grupo. Para isso, foi realizada a análise de conteúdo

qualitativa dos 50 tuítes mais compartilhados em cada cluster, e as classificações foram feitas por três codificadores.

A identificação das emoções (Quadro 1) foi feita a partir de uma adaptação das categorias de emoção elaboradas por Jasper (1998). Em seu trabalho sobre emoções e protestos, James Jasper enumera 31 emoções consideradas potencialmente importantes para os protestos políticos. Estas emoções estão classificadas entre afetos primários, reações primárias e humores. Para a análise proposta neste trabalho, buscamos agregar as emoções listadas em grupos de emoções que geram reações semelhantes no indivíduo e/ou cumprem a função de direcionar para outra emoção, chamados no Quadro 1 de "categoria de emoção".

Quadro 1: Categoria de classificação das emoções em postagens

Emoções	Descrição	Categoria de emoção
Raiva, ódio, hostilidade, repugnância, injúria, inveja, ressentimento	Emoções relacionadas à fúria e rancor	Raiva
Suspeita, paranoia	Emoções relacionadas à desconfiança	Desconfiança
Vergonha, renúncia	Emoções relacionadas ao constrangimento	Vergonha
Medo, temor	Emoções relacionadas à medo	Medo
Luto, perda, tristeza, depressão	Emoções negativas que remetem à perda	Tristeza
Cinismo	Emoções que é possível identificar o sarcasmo	Cinismo
Amor e respeito	Emoções positivas que criam laços afetivos	Amor
Solidariedade, piedade, simpatia, compaixão	Emoções positivas que criam laços afetivos	Solidariedade
Lealdade e confiança	Emoções que criam sentimento de pertencimento ao grupo	Confiança
Indignação	Raiva moralmente fundamentada. Emoção moral com grande poder de mobilização	Indignação

Entusiasmo, otimismo e alegria	Emoções que podem levar a mobilização	Entusiasmo
Desafio	Emoção que leva ao “embate”	Desafio
Orgulho	Emoção moral com grande poder de criar identidades em grupo	Orgulho
Esperança	Humor que cria expectativa de mudança	Esperança

Fonte: AUTORES, 2023.

4.4 Identificação da estratégia discursiva dos grupos políticos na conversação sobre o sistema eleitoral em 2022

Um último passo realizado pelos três codificadores, com o objetivo de identificar as estratégias discursivas pelos grupos políticos, foi identificar as narrativas mobilizadas nos tuítes da amostra selecionada. A construção das categorias de análise das narrativas segue a proposta de Mussalin (2001) de análise de conteúdo. Segundo o autor, as formações discursivas são contextuais e conjunturais, de forma que não podem ser construídas a priori. Desta forma, Mussalin sugere que para a construção de análises de discursos (narrativas no caso deste artigo) deve-se ler todo o corpus do texto (amostra de tuítes, imagens, emojis e outros elementos visuais e textuais das mensagens) para identificar as principais formações discursivas mobilizadas pelas quais os grupos políticos estruturaram os sentidos de suas estratégias narrativas de enunciação por meio da mediação da plataforma (Twitter). Por meio deste procedimento, foi possível encontrar as seguintes narrativas para os grupos de apoiadores de Bolsonaro (quadro 2a) e de Lula (quadro 2b).

Quadro 2a - Principais Narrativas Bolsonaristas

Narrativas	Descrição
Conspiração	referências às decisões da Justiça (TSE e STF) contrárias à Bolsonaro e seus apoiadores, sugerindo que o candidato estava sendo prejudicado intencionalmente; e insinuações que a Justiça favorece a campanha de Lula
Censura (TSE)	menções as decisões da Justiça de proibir conteúdos publicados pela campanha e apoiadores de Bolsonaro nas plataformas
Ataques à Moraes	conteúdos com críticas ao magistrado, com referência a decisões autoritárias e ataques pessoais
Ataques ao PT	conteúdos diversos associando PT e Lula com censura (referências aos pedidos

	para retirada de conteúdos), apoio à ditaduras, associação com o crime, etc
Ataques aos Institutos de Pesquisa	conteúdos com ataques às previsões de votação dos principais institutos de pesquisa (DataFOLha, IPEC, IPESP, Quaest, etc); os institutos estariam tentando prejudicar Bolsonaro
Ataques a credibilidade do Sistema Eleitoral	conteúdos questionando a confiabilidade das urnas, irregularidades no dia da votação, das medidas de segurança do TSE e a parcialidade do TSE
Ataques ao STF e Ministros	mensagens com ataques ao STF e seus ministros de maneira geral
Divulgação de conteúdos polêmicos	incitação para divulgação de conteúdos proibidos pelo TSE ou teve pedido de retirada do ar pela campanha do PT
Outros	demais narrativas que não se enquadrem nas categorias acima

Fonte: AUTORES, 2023.

Quadro 2b: Principais narrativas lulistas

Ataques à Bolsonaro	conteúdos com críticas e denúncias de ações de Bolsonaro e sua campanha, como acusação de irregularidades, autoritarismo (intervir no STF), contra o passe-livre no dia da eleição, etc
Divulgação de conteúdos polêmicos	incitação para divulgação de conteúdos proibidos pelo TSE ou teve pedido de retirada do ar pela campanha de Bolsonaro
Apoio ao Sistema eleitoral	mensagens com menções a confiabilidade do processo eleitoral; defesa das decisões do TSE; validação do resultado eleitoral
Denúncias de Fake News	divulgação de alertas de uso de desinformação pela campanha de Bolsonaro e notícias de bloqueio de conteúdos por decisão do TSE
Mobilização contra o Bolsonarismo	menções de alerta e chamadas para mobilização contra o crescimento do bolsonarismo e políticos conservadores e autoritários
Críticas ao TSE	mensagens com críticas a falta de ação do TSE contra irregularidades da campanha de Bolsonaro
Denúncias contra o governo Bolsonaro	notícias e mensagens com denúncias de corrupção e outras irregularidades do governo Bolsonaro (sem relação direta com a campanha)
Defesa de Lula	conteúdos com informações favoráveis à Lula
Outros	demais narrativas que não se enquadrem nas categorias acima

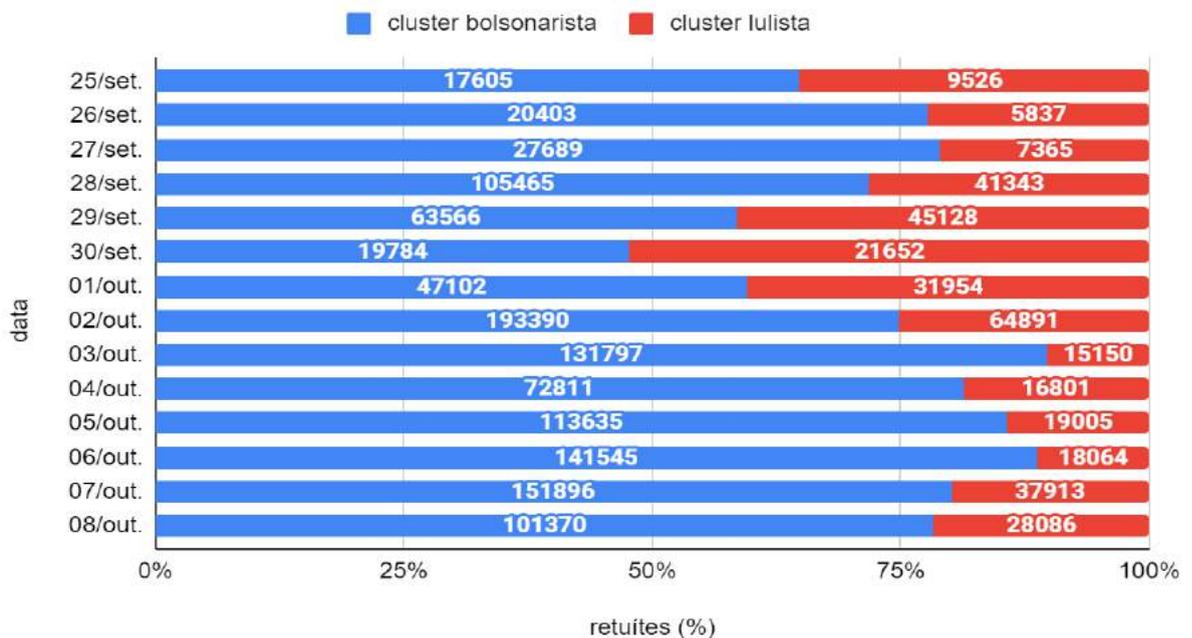
Fonte: AUTORES, 2023.

5. Resultados e Discussão

Após aplicação da técnica de detecção de posicionamento, foi possível agrupar 88.343 usuários em dois clusters polarizados: bolsonarista e lulista. Estes usuários fizeram 1.570.773 retuítes no período selecionado. O cluster bolsonarista é maior em número de usuários (67%) e também em número de retuítes compartilhados (77%). O Gráfico 1 mostra a divisão de retuítes em cada dia da coleta, dividido pelos clusters bolsonarista e lulista. É possível

observar que os usuários do cluster bolsonarista compartilharam uma quantidade significativamente maior de retuítes, indicando que eles são mais ativos e engajados na discussão deste tema e estão espalhando informações que promovem suas opiniões e ideologias.

Gráfico 1 - Distribuição de retuítes por cluster



Fonte: Autores, 2023.

Alguns exemplos de tuítes dos clusters bolsonaristas e lulistas foram selecionados para fins de ilustração, podendo ser visualizados nas Figuras 1 e 2, respectivamente.

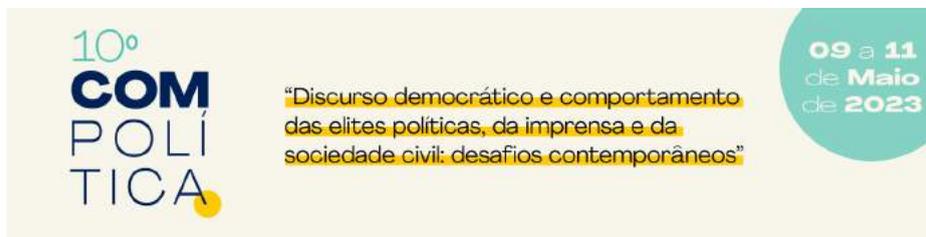
Figura 1 - Exemplos de tuítes do cluster bolsonarista



Figura 2 - Exemplos de tuítes do cluster lulista



Ao analisarmos os 50 retuítes de cada grupo pode-se verificar que na maior parte dos textos analisados foram identificadas algum tipo de emoção. No caso do cluster bolsonarista todos os retuítes continham emoção, enquanto no cluster lulista, 46 dos 50 retuítes havia a presença do conteúdo emocional. Essa grande presença do conteúdo emocional reforça a ideia

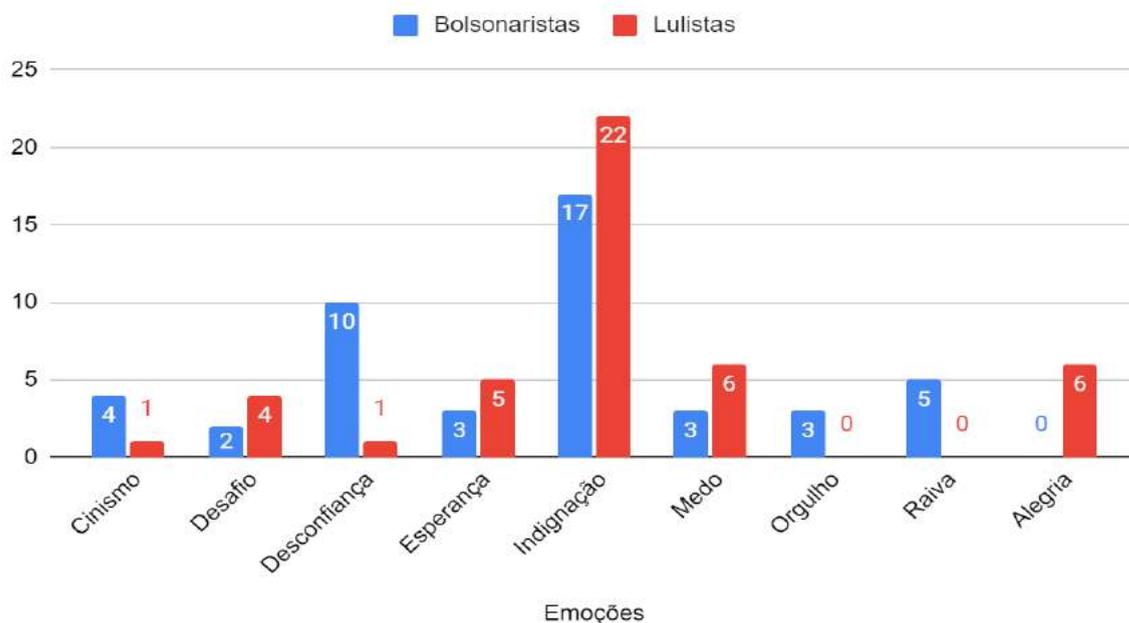


já defendida em outros trabalhos que as mídias sociais são espaços onde há uma grande mobilização emocional (FERREIRA, 2021; PAPACHARISSI, 2015; PENTEADO et al, 2022), e em que a arquitetura das redes digitais é elaborada para que a capacidade de gerar raiva ou entusiasmo entre usuários amplifica o alcance de um conteúdo (Han, 2018).

A partir da classificação proposta acima também procuramos identificar quais emoções foram encontradas em cada grupo analisado, seguindo a tipologia destacada acima. Importante destacar aqui que foi possível identificar mais de uma emoção em cada tuíte analisado. Ao olharmos para o cluster bolsonarista (Gráfico 2) as principais emoções identificadas foram indignação, encontrada em 17 tuítes, e desconfiança, encontrada em 10 publicações. De uma forma geral, os conteúdos que continham desconfiança estavam relacionados a uma certa descrença com relação tanto à atuação do STF e TSE quanto à dos ministros durante o processo eleitoral. Os tuítes que continham indignação estavam relacionados à discordância das ações do TSE e dos ministros, em especial ao ministro Alexandre de Moraes durante o pleito. A indignação, um tipo de reação primária, é uma emoção com grande poder mobilizatório, capaz de nomear culpados e direcionar para a luta política (CASTELLS, 2013; CROCKETT, 2017). Os trabalhos de Penteado et al. (2022) e Ferreira (2021) também identificaram em suas análises a grande presença da indignação nos textos analisados. A desconfiança, a suspeita por sua vez, pode não ser mobilizatória a princípio, mas com trabalho e contágio emocional (GERBAUDO, 2016), ela pode se transformar em outras emoções mobilizadoras, como a indignação.

A indignação também aparece como a emoção mais identificada no cluster lulista, presente em 22 tuítes. As outras emoções mais mobilizadas pelo grupo foram alegria (6 publicações) e esperança (5 publicações).

Gráfico 2 - Emoções identificadas

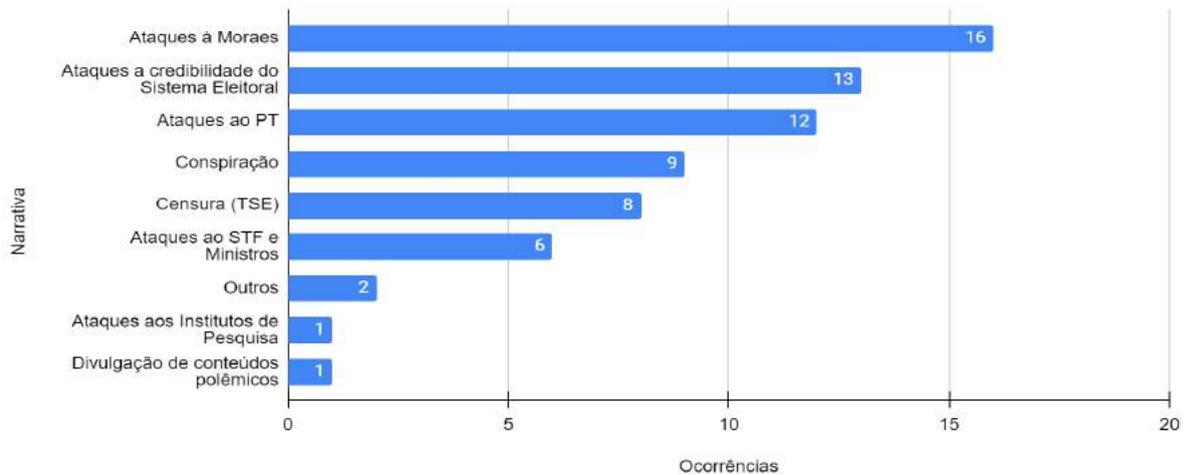


Fonte: AUTORES, 2023

Ao analisarmos as narrativas presentes no cluster bolsonarista podemos identificar que, dos 50 tuítes analisados, 16 continham conteúdos relacionados à críticas ao ministro Alexandre de Moraes. Também foi possível identificar 13 narrativas relacionadas a ataques à credibilidade do sistema eleitoral e 12 publicações relacionadas a ataques ao PT (Gráfico 3).

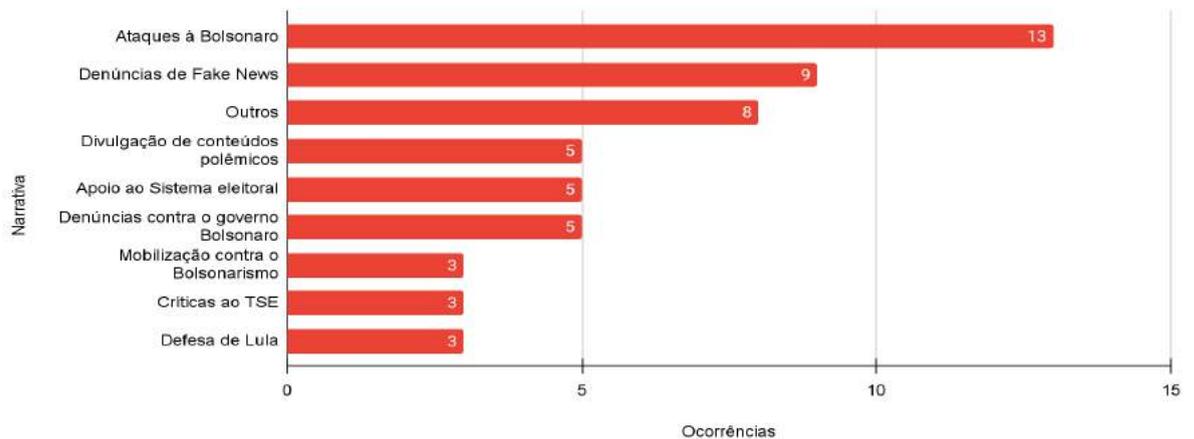
Já no cluster lulista o maior tema das narrativas encontradas diziam respeito a ataques a Bolsonaro, presentes em 13 tuítes analisados, e também denúncia de Fake News, assunto bastante presente durante o período eleitoral e que foi pauta de uma série de discussões e ações por parte da justiça eleitoral. tuítes de apoio ao sistema eleitoral foram identificados 5 vezes na amostra do grupo, juntamente com temas relacionados à divulgação de conteúdos polêmicos e denúncias contra o governo Bolsonaro.

Gráfico 3 - Narrativas cluster bolsonarista



Fonte: AUTORES, 2023

Gráfico 4 - Narrativas cluster lulista



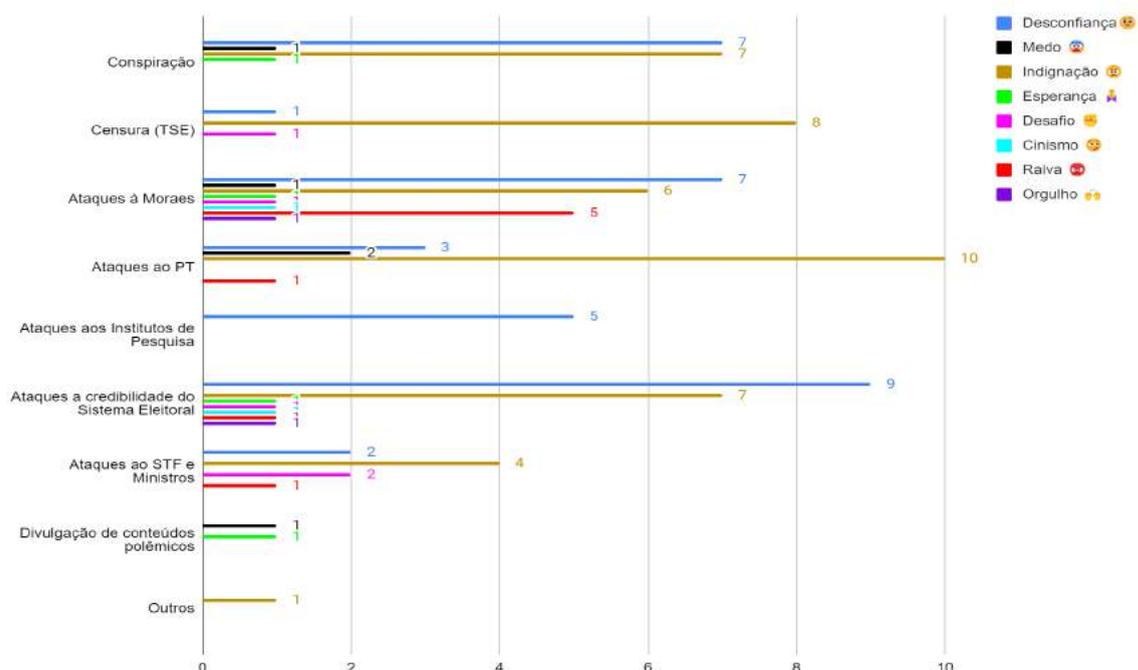
Fonte: AUTORES, 2023

Na última etapa do trabalho procuramos analisar qual a relação das principais emoções encontradas com as narrativas de cada cluster político. Como foi visto, a indignação foi a emoção mais encontrada nos dois clusters analisados. No grupo bolsonarista, ela aparece muitas vezes associada às postagens de ataque ao PT (Gráfico 5) e também nas publicações relacionadas aos ataques ao sistema eleitoral e à censura. Pode-se entender, então, que a indignação era direcionada a dois opositores: o Partido dos Trabalhadores, adversário político durante as eleições, e as instituições que sustentam o sistema eleitoral.

A questão da censura esteve presente em publicações que indicavam que conteúdos bolsonaristas não falsos estavam sendo classificados como fake news e retirados de circulação pela justiça eleitoral, evocando uma narrativa de que havia uma perseguição e censura aos conteúdos bolsonaristas. Sobre isso, cabe mencionar que, dos 50 tuítes analisados do cluster bolsonarista, 25 são de contas suspensas pela justiça ou o tuíte foi removido. No caso de não bolsonaristas, esse número é de 4 tuítes. Isso dialoga com o estudo de Penteadó et al. (2022) sobre a disseminação de fake news no Twitter pelo próprio Jair Bolsonaro, parecendo tratar-se de uma tática empregada pelo líder e por seus apoiadores.

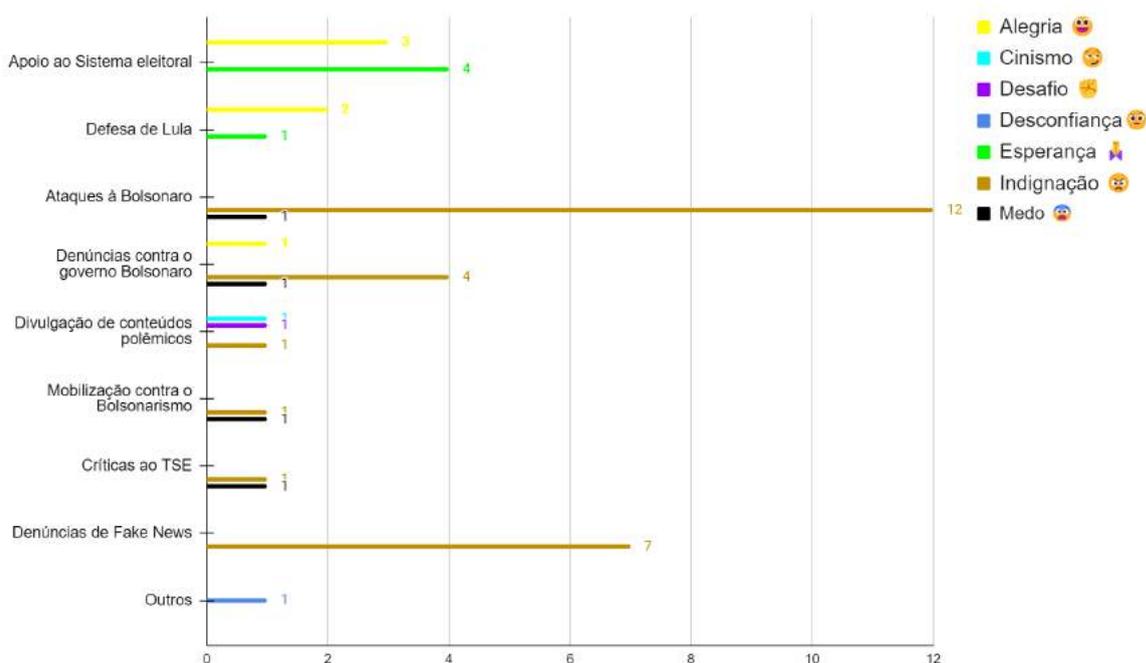
A desconfiança, por sua vez, aparece muitas vezes junto com a indignação. Como foi dito, esse sentimento pode gerar indignação posteriormente. No caso das narrativas do grupo bolsonarista a desconfiança esteve presente em narrativas relacionadas aos ataques à credibilidade do sistema eleitoral e ataques ao ministro Alexandre de Moraes. Isso reforça a ideia da descrença nas instituições, mostrando um entendimento no campo de que o candidato Bolsonaro estaria sendo prejudicado pela instituição e seus ministros.

Gráfico 5 - Narrativas e emoções cluster bolsonarista



No cluster lulista a indignação também foi a emoção mais encontrada. A emoção esteve fortemente associada à categoria “ataques à Bolsonaro”, seguida de denúncia de Fake News. Mais uma vez, a indignação estava direcionada a um opositor, o próprio Bolsonaro, e as denúncias de divulgação de informações falsas por parte dos seus apoiadores. A desconfiança praticamente não aparece na análise do cluster lulista. Além disso, esperança e alegria foram encontradas nos tuítes relacionados com conteúdo de apoio ao sistema eleitoral e defesa a Lula. Se, por um lado, o grupo bolsonarista buscava disseminar dúvidas sobre a segurança do sistema eleitoral, o cluster lulista buscou, ainda que em menor quantidade, afirmar que o sistema era seguro. Além disso, a possibilidade de eleição de Lula gerava a esperança da mudança entre seus apoiadores.

Gráfico 6 - Narrativas e emoções cluster lulista



6. Considerações Finais

Neste trabalho, procuramos realizar um estudo sobre o uso das emoções como estratégia discursiva pelos grupos políticos dentro das conversações online sobre o sistema eleitoral no

Twitter durante as eleições presidenciais de 2022. A partir dos dados coletados sobre o sistema eleitoral, identificamos dois principais grupos de posicionamento político para a nossa análise: o cluster de apoiadores de Lula e o cluster de apoiadores de Bolsonaro. Com isso, fizemos um recorte para análise qualitativa dos 50 tuítes mais retuitados de cada grupo. Procuramos identificar as emoções e narrativas utilizadas em cada grupo.

Os achados do trabalho mostram que as narrativas encontradas por cada campo foram distintas, o que se justifica pela própria dinâmica de disputa de narrativas na conversação online. A disputa se dava não pela troca, mas pela sobreposição de ideias, numa lógica onde "quem fala mais alto" vence o debate. Para o cluster lulista não era interessante falar sobre a segurança do sistema eleitoral, e isso é visível quando vimos um maior número de publicações sobre o assunto pelo grupo bolsonarista.

No que diz respeito às emoções, a indignação foi a emoção mais presente nos dois campos, o que reforça os achados de trabalhos anteriores (FERREIRA, 2021; PENTEADO et.al, 2022) sobre a capacidade desse sentimento de mobilização online. Além disso, apesar de narrativas distintas, nos dois grupos a indignação estava relacionada à ideia de um opositor.

A desconfiança praticamente não aparece na análise do cluster lulista. Isso mostra a ideia de que a narrativa de descrença com relação ao sistema eleitoral, ministros e instituições, foi uma narrativa criada e repercutida por um grupo específico.

Por fim, cabe destacar que a denúncia de conteúdos de desinformação (fake news) foi tema relevante no período analisado, envolvendo o TSE como canal de denúncia para o cluster lulista ou como canal de censura e sensação de injustiça contra Bolsonaro para o cluster bolsonarista. O tema, que foi alvo de diferentes campanhas e ações da Justiça Eleitoral, repercutiu entre os dois grupos.

Ainda, faz-se necessário uma ampliação da amostra analisada a fim de entender melhor como as narrativas e emoções são mobilizadas dentro desses espaços e quais implicações elas podem trazer para as conversações mobilizações online. O estudo busca contribuir com a crescente agenda de estudos sobre emoções e redes sociais online.

Referências

- BARBALET, J.M. Emotion in social life and social theory. IN: Emotion, social theory, and social structure: a macrosociological approach. United Kingdom: University Press Cambridge, 1998.
- BENNETT, W. Lance; LIVINGSTON, Steven. The disinformation order: disruptive communication and the decline of democratic institutions. *European Journal of Communication*, London: Thousand Oaks, CA, v. 33, n. 2, p. 122-139, 2018. DOI 10.1177/0267323118760317.
- CESARINO, L. Como vencer uma eleição sem sair de casa: a ascensão do populismo digital no Brasil. *Internet & Sociedade*, v. 1, n. 1, 2019.
- CROCKETT, M.J. Moral outrage in the digital age. *Nature Human Behaviour*, p.769-771, 2017. D'ANDRÉA, C. F. B. Rumo a uma plataforma do social. *Letras*, ano XII, n. 53, n. 3, p. 347-364, jul. 2017.
- EYERMAN, Ron. How social movements move: emotions and social movements. In: FLAM, H. and KING, D. *Emotions and Social Movements*. New York: Routledge, 2005.
- FALLIS, Don. A conceptual analysis of disinformation. [S. l.: s. n.]. Conference paper. 2009.
- FERREIRA, M. A. S. Emoções, protestos e mídias sociais: a dinâmica da luta política em ações digitalmente mediadas. Tese de Doutorado defendida no Programa de Pós-Graduação em Ciência Política da UFMG. Belo Horizonte, 2021.
- GERBAUDO, P. Rousing the Facebook Crowd: Digital Enthusiasm and Emotional Contagion in the 2011 Protests in Egypt and Spain. *International Journal of Communication*, p.20, 2016.
- GRECO, M.; STENNER, P. *Emotions: a Social Science Reader*. New York: Routledge student readers, 2008.
- Han, B-C. *No enxame: perspectivas do digital*. Petrópolis, RJ, Brazil: Vozes, 2018.
- IYENGAR, Shanto; LEVENDUSKY, M.; MALHOTRA, N.; & WESTWOOD, S. J. The origins and consequences of affective polarization in the United States. *Annual review of political science*, v. 22, p. 129-146, 2019.
- JASPER, J.M. The Emotions of Protest: Affective and Reactive Emotions In and Around Social Movements. *Sociological Forum* 13, p.397-424, 1998.
- JASPER, J. M. *The emotions of protest*. Chicago: University of Chicago Press, 2018.
- MASSUCHIN, Michele Goulart; ORSO, Maira; SALEH, Dayane Mulhbeier. Valores antidemocráticos e ataques às instituições: comportamentos da direita on-line a partir da análise das contas "Direita Brasil" e "Verde e Amarela" no Twitter. *Política & Sociedade*, v. 20, n. 49, p. 39-72, 2021.
- MELUCCI, A. The process of collective identity. In: *Challenging codes: collective action in the information age*. New York: University of Cambridge, 1996.
- MILAN, S. From social movements to cloud protesting: the evolution of collective Identity. *Information, Communication & Society*, DOI: 0.1080/1369118X.2015.1043135, 2015
- MUSSALIM, Fernanda. Análise do discurso. In: MUSSALIM, F.; BENTES, A. C. (Org.). *Introdução à linguística: domínios e fronteiras*. v. 2. 1 ed. São Paulo: Cortez editora, p. 100-142, 2001.
- PANGER, G. T. *Emotion in Social Media*. Ph.D. dissertation. 270f. University of California, Berkeley. 2017.
- PAPACHARISSI, Z. *Affective Publics: Sentiment, Technology and Politics*. Oxford: Oxford University Press, 2015.
- PARISER, Eli. *O Filtro Invisível. O que a internet está escondendo de você*. Rio de Janeiro. Zahar, 2012.

PENTEADO, C. L. DE C., GOYA, D. H., DOS SANTOS, P. D., & JARDIM, L. Populismo, desinformação e Covid-19: comunicação de Jair Bolsonaro no Twitter. *Media & Jornalismo*, 22(40), 239-260. https://doi.org/10.14195/2183-5462_40_12, 2022.

RUEDIGER, Marco Aurélio, et al. **Desinformação on-line e contestação das eleições**. 2022.

SIEGEL, Alexandra A. et al. Trumping hate on Twitter? Online hate speech in the 2016 US election campaign and its aftermath. *Quarterly Journal of Political Science*, v. 16, n. 1, p. 71-104, 2021.

SUNSTEIN, Cass R. *#Republic: divided democracy in the age of social media*. Princeton: Princeton University Press, 2017.

TARROW, Sidney. *The Language of Contention. Revolution in Words, 1688-2012*. Cambridge University Press, 2013.