

INDIGNAÇÃO E SUSPEITA EM PAUTA

AS EMOÇÕES NO DEBATE SOBRE SISTEMA ELEITORAL NO TWITTER

Maria Alice Silveira Ferreira*
Cláudio Luis de Camargo Penteado†
Luiza Jardim‡
Patrícia Dias dos Santos**

Resumo: O artigo tem como objetivo realizar um estudo sobre o uso das emoções e formações discursivas de grupos políticos dentro das conversações sobre o sistema eleitoral no Twitter durante as eleições presidenciais de 2022 no Brasil. Essa disputa eleitoral foi marcada pela intensificação de debates nas plataformas digitais sobre a credibilidade do processo eleitoral, o que gerou grande insegurança política. Foram analisadas postagens no Twitter sobre o tema no período de 25 de setembro a 8 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 exame das formações discursivas empregadas pelos grupos de apoio aos dois principais candidatos. Os resultados apontam uma maior participação de perfis de apoiadores de Bolsonaro, com predomínio de discursos baseados em indignação e suspeita, especialmente direcionados ao Tribunal Superior Eleitoral, colocando em suspeição os resultados eleitorais.

Palavras-chave: plataformas digitais; desinformação; eleições 2022; Tribunal Superior Eleitoral.

INDIGNATION AND SUSPICION IN FOCUS EMOTIONAL DYNAMICS IN TWITTER DELIBERATIONS ON THE ELECTORAL SYSTEM

Abstract: This article has the objective to carry out a study on the use of emotions and discursive formations of political groups inside the conversations about the electoral system on Twitter for the 2022 presidential elections in Brazil. This electoral contest was marked by an intensification of debates on digital platforms regarding the credibility of the electoral process, which fueled significant political instability. Were analyzed Twitter posts on the topic during the period from September 25 to October 8, 2022 in Brazil. This electoral contest was characterized by intensified debates on digital platforms concerning the credibility of the electoral

* Professora da Universidade Estadual de Montes Claros; bolsista de Pós-doutorado Júnior CNPq. Pesquisadora do Centro de Estudos em Política e Internet (CePPI) da UFMG. Orcid: <https://orcid.org/0000-0003-4679-4443>.

† Doutor em Ciências Sociais pela PUC/SP, Professor da Universidade Federal do ABC (UFABC). Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-5981-8275>.

‡ Doutoranda em Administração Pública e Governo na Fundação Getúlio Vargas (FGV-EAESP), Mestre em Ciência Política pela Universidade Federal de Minas Gerais (FAFICH-UFMG) e bacharel em Administração Pública pela FGV-EAESP. Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-5981-8275>.

** Doutora em Ciência da Computação, Mestre em Engenharia da Informação e Bacharel em Ciência da Computação pela Universidade Federal do ABC. Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-4109-8097>.

process, which generated significant political instability. We analyzed Twitter posts on this topic from September 25 to October 8, 2022. The data analysis followed three steps: identification of the most shared messages and automated classification of profiles' political leanings; categorization of emotional appeals; and examination of discursive frameworks employed by support groups for the two main candidates.

Keywords: digital platforms; disinformation; 2022 elections; Superior Electoral Court.

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 credibilidade 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 plataformas digitais 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).

Nesse sentido, este trabalho propõe uma análise de como as emoções foram utilizadas pelos grupos políticos dentro das conversações sobre o sistema

eleitoral no Twitter¹ durante as eleições presidenciais de 2022, para identificar as diferentes formações 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 8 de outubro de 2022. Os tuítes foram coletados por meio de API no Twitter pela equipe do projeto Observatório de Conflitos da Internet², 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. Dos retuítes coletados nessa etapa, optou-se por analisar as publicações sem comentários, consideradas como retuítes “puros”, isso porque o comentário não necessariamente pode indicar apoio a um determinado grupo e poderia não permitir a detecção do posicionamento. Dessa forma, identificamos dois clusters que chamaremos neste trabalho de cluster lulista e cluster bolsonarista.

A partir disso, foi feito um recorte dos 50 tuítes mais retuitados de cada cluster para o segundo passo da pesquisa, a análise qualitativa. Nessa etapa, fez-se a identificação das emoções mobilizadas por ambos os grupos, com base na matriz de emoções elaborada por Jasper (1998). Por fim, o terceiro passo consistiu na discussão sobre o significado dessas emoções e as estratégias adotadas pelos grupos políticos. A partir dessa análise, desenvolve-se um debate mais amplo sobre como o processo eleitoral é entendido – e, em certos casos, atacado ou defendido – por cada um dos grupos, bem como os riscos que isso representa 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

¹ Em julho de 2023, a rede social online Twitter passou a se chamar X. No entanto, os dados apresentados neste trabalho foram coletados quando a plataforma era denominada Twitter. Por essa razão, neste texto, opta-se por manter o nome original ao longo do texto.

² Mais informações sobre o projeto do Observatório de Conflitos (2020) na Internet estão disponíveis no site .

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.

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; Orso; Saleh, 2021). A pesquisa anual “A Cara da Democracia”, realizada pelo INCT-IDDC, indicou que, em 2022, 37,7% dos brasileiros não confiavam no STF (Pesquisa, 2022). Apesar de o 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 Datafolha (2018), em março de 2022, a confiança nas urnas era de 82%. Esse 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 deu destaque ao tema.

Antes das eleições de 2022, já havia tensões nas mídias sociais em torno da confiabilidade do sistema eleitoral e ataques aos valores e instituições democráticos (Massuchin; Orso; Saleh, 2021; Ruediger, 2022). Massuchin, Orso e Saleh (2021) apontam que o ataque às instituições e a presença dos valores antidemocráticos são parte do repertório estratégico da direita nas plataformas digitais no Brasil. Analisar as eleições de 2022 torna-se ainda mais relevante pela dimensão da disputa entre os dois primeiros colocados: o presidente em vigor e um ex-presidente que teve dois mandatos entre 2003 e 2010. No primeiro turno, estes dois candidatos já somavam mais de 90% dos votos válidos, e no segundo turno marcaram um recorde no número de votos para o primeiro e

para o segundo colocado (Nunes; Traumann, 2024) e uma diferença de apenas 1.76% entre os dois candidatos no segundo turno.

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 plataformas digitais, encontram-se além da desinformação: discurso de ódio (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; Orso; Saleh, 2021).

Em um estudo sobre dois canais de direita no Twitter, entre janeiro de 2020 e junho de 2021, Massuchin, Orso e Saleh (2021) identificaram o STF e o Legislativo federal como 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), com base em discursos veiculados no Facebook, observaram que temas como a alegada fraude nas urnas e a proposta do voto impresso auditável estão entre 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, 2022, p. 21).

Ruediger (2022) aponta 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 provas (Rodrigues, 2022). Mesmo durante o período de campanha, por diversas vezes

Bolsonaro insultou o STF e o TSE na figura das instituições ou de ministros específicos. Esse clima compõe o cenário das eleições, também marcadas por uma polarização com o candidato Lula. No primeiro turno, ambos somaram 91,5% dos votos válidos, com uma diferença 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 simples. Frequentemente tratadas como fenômenos naturais e contrárias à lógica racional, as emoções foram, por muito tempo, ignoradas pelas Ciências Sociais. No entanto, desde a segunda metade do século XX, observam-se esforços em trazer as emoções para análise social. As emoções e os 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, também são elementos fundamentais para a compreensão da vida política³.

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.

³ Para os propósitos deste trabalho, não fazemos distinção entre emoções, sentimentos e afetos, pois consideramos que esses termos constituem o que chamamos de dimensão emotiva, que é algo público e construído socialmente (Oliveira, 2016). Reconhecemos, no entanto, que essa escolha pode ser problemática, especialmente em campos de estudo nos quais a diferenciação entre esses conceitos pode ser fundamental. Ainda assim, nossa discussão concentra-se no caráter social desse fenômeno, buscando entender como emoções, sentimentos e afetos podem ser expressados nas relações políticas. Trabalhos como os de Ferreira (2023), Marcus (2002) e Oliveira (2016) adotam entendimentos semelhantes.

Em outro trabalho, juntamente com Goodwin e Polletta (2004), Jasper elaborou uma tipologia com quatro grupos de emoções. São elas: 1) laços afetivos: 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 reflexivas: são aquelas emoções rápidas, que surgem e desaparecem rapidamente, mas sem um processo cognitivo. A raiva pode ser vista como esse tipo de emoção; 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. E, por fim, 4) emoções morais: são aquelas que surgem dentro de um contexto de compreensão cognitiva e consciência moral. Orgulho, culpa e indignação são algumas dessas emoções morais.

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, 2005).

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 o autor, 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 mídias sociais 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 nos discursos e conteúdos viralizados. Autores, como Panger (2017) e Papacharissi (2015), concordam que emoções e afetos ocupam um lugar central no funcionamento dessas plataformas. De acordo com Papacharissi (2015),

elas remodelam e amplificam a forma de contar histórias, despertando sentimentos e reações das pessoas. Para a autora, as mídias sociais transmitem e produzem afetos, gerando uma retroalimentação entre os usuários. As narrativas presentes nesses ambientes 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 dispersa viralmente nas plataformas 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 Twitter⁴, foi orientada por termos relacionados ao Sistema Eleitoral Brasileiro.

Para este artigo, que foca na análise do uso das emoções e formações 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 8 de outubro de 2022. Os termos coletados foram: “sistema eleitoral”, “TSE”, “STF” e também pelo nome dos ministros do TSE e do STF.

⁴ A coleta por streaming permite, a partir do desenvolvimento de um script do projeto OBSERVA (Observatório de Conflitos na Internet, 2020), a captura de tuítes 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.

Para a consecução dos objetivos propostos, foi adotado um procedimento metodológico dividido em três passos, os quais serão detalhados nas subseções a seguir: 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 formação discursiva dos grupos políticos na conversação sobre o sistema eleitoral em 2022.

4.1 Detecção de posicionamento dos clusters de eleitores bolsonaristas e lulistas

O processo de detecção de posicionamento (formação de comunidades de perfis por similaridade de comportamento de compartilhamento de conteúdos) 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 autorretuítes 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 cosseno⁵ 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 UMAP⁶ após o cálculo da similaridade;

⁵ A similaridade do cosseno é uma medida usada para avaliar a semelhança entre dois vetores em um espaço vetorial. Ela calcula o ângulo entre os vetores, indicando a proximidade de seus conteúdos. Essa métrica varia entre -1 e 1, sendo -1 para vetores opostos, 1 para vetores idênticos e 0 para vetores ortogonais (Rezende; Marcacini; Moura, 2011).

⁶ O algoritmo UMAP (*Uniform Manifold Approximation and Projection*) é uma técnica de redução de dimensionalidade que mapeia dados de alta dimensão para um espaço de menor dimensão, preservando a estrutura local e global dos dados (McInnes *et al.*, 2018).

- 4) **Clusterização:** o algoritmo Mean Shift⁷ foi usado para clusterizar os usuários projetados em dois grandes clusters polarizados.

Como foi dito anteriormente, 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.

4.2 *Análise das emoções empregadas pelos apoiadores mais engajados de Bolsonaro e Lula*

Após a identificação dos dois clusters de apoiadores de Lula e Bolsonaro e das 50 mensagens mais retuitadas de cada grupo, procuramos, então, identificar as emoções e as formações 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 escolha desse recorte justifica-se pelo fato de a amostra corresponder a 27% de todos os retuítes da base de dados. Tal abordagem economiza tempo e recursos, ao mesmo tempo que proporciona uma compreensão abrangente das discussões e interesses dos grupos analisados. Além disso, ao focar nos tuítes mais compartilhados, há a vantagem de capturar diversas perspectivas e temas relevantes em cada cluster, bem como identificar mensagens de maior impacto, que alcançam uma audiência mais ampla, influenciando potencialmente opiniões e comportamentos dentro desses grupos.

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. Essas emoções estão classificadas entre afetos primários, reações primárias e humores. Para a análise proposta neste trabalho, buscamos agregar as emoções listadas em grupos

⁷ O algoritmo Mean Shift é uma técnica de agrupamento que encontra centros de clusters deslocando iterativamente a média dos pontos em direção a regiões mais densas, sendo útil para segmentação e identificação de padrões em dados não estruturados (Wu; Yang, 2007).

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	Suspeita
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 em 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 à 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: Elaborado pelos autores.

4.3 Identificação da formação discursiva dos grupos políticos na conversação sobre o sistema eleitoral em 2022

Um último passo realizado pelos três codificadores foi identificar as formações discursivas mobilizadas pelos grupos políticos nos tuítes da amostra selecionada. A construção das categorias de análise dessas formações segue a proposta de Mussalin (2001) de análise de conteúdo. Segundo o autor, essas formações são contextuais e conjunturais, de forma que não podem ser construídas *a priori*. Dessa forma, Mussalin sugere que, para a construção de análises de discursos, deve-se ler todo o *corpus* do texto (no caso deste artigo: 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 de enunciação por meio da mediação da plataforma (Twitter). Por meio deste procedimento, foi possível encontrar as seguintes formações discursivas para os grupos de apoiadores de Bolsonaro (Quadro 2a) e de Lula (Quadro 2b).

QUADRO 2A Principais formações discursivas bolsonaristas

Formações Discursivas	Descrição	Exemplo de tuíte
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	<i>FATO! Concordo 100% com a Zoe Martinez. Se o Bolsonaro estivesse liquidado eleitoralmente, não faria sentido a perseguição do TSE. O Tribunal derruba conteúdo, impede a utilização de imagens e vídeos do Bolsonaro com os milhões de brasileiros nas ruas. Enfim, há muito desespero! <https://t.co/aXnL2dEDXw></i>
Censura (TSE)	Menções às decisões da Justiça de proibir conteúdos publicados pela campanha e apoiadores de Bolsonaro nas plataformas	<i>O TSE já censurou a Gazeta do Povo, o Antagonista e agora determinou censura de reportagem da Jovem Pan com a Senadora Mara Gabrilli que associou Lula ao assassinato de Celso Daniel. Não há democracia sem imprensa livre e liberdade de expressão. O que você está achando disso?</i>
Ataques à Moraes	Conteúdos com críticas ao magistrado, com referência a decisões autoritárias e ataques pessoais	<i>Moraes faz gesto de “degolar” em sessão que julgava uma ação contra @jairbolsonaro por uso do Palácio da Alvorada na campanha, vetado pelo @TSEjusbr.</i>
Ataques ao PT	Conteúdos diversos associando PT e Lula com censura (referências aos pedidos para retirada de conteúdos), apoio a ditaduras, associação com o crime etc.	<i>PT foi ao TSE para derrubar 34 perfis de direita nas redes sociais, entre eles Brasil Paralelo e a Revista Oeste. A esquerda não sabe conviver com a liberdade de expressão e busca na justiça o manto da proteção. O que você acha disso?</i>
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	<i>O ministro Alexandre de Moraes jurou q o TSE seria “implacável” com quem divulgasse fake news. As urnas provaram q os “institutos de pesquisa” fabricaram incontáveis mentiras. Até agora, Moraes não revelou o q fará com os donos das lojinhas de porcentagens eleitoreiras</i>
Ataques à 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	<i>Por que a eleição não pode ser auditada? Pq o Barroso não quis. O Fachin e o Alexandre tb não. O William Bonner não podia nem ouvir falar. A MPB tinha urticárias. Certíssimo. Auditar voto gera polêmica, ódio e violência política. O Brasil está tranquilo e confiante na caixa preta</i>
Ataques ao STF e Ministros	Mensagens com ataques ao STF e seus ministros de maneira geral	<i>Não era o TSE que ia combater as fake news? Tem pelo menos 3 hoje rolando soltas aí.</i>
Divulgação de conteúdos polêmicos	Incitação para divulgação de conteúdos proibidos pelo TSE ou teve pedido de retirada do ar pela campanha do PT	<i><p>Sei que farão de tudo para limitar, mas se vc retuitar vai aumentar o alcance!</p> <p>Veja a índole de Alexandre de Moraes</p></i>

QUADRO 2A (CONT...) Principais formações discursivas bolsonaristas

Formações Discursivas	Descrição	Exemplo de tuíte
Outros	Demais discursos que não se enquadrem nas categorias acima	<i>TSE vetou pela 3ª vez o pronunciamento do Ministro Queiroga sobre o alerta da Organização Panamericana da Saúde sobre a volta da doença na região. Hoje no Pará, uma criança foi internada com suspeita da doença.</i>

Fonte: Elaborado pelos autores.

QUADRO 2B Principais formações discursivas lulistas

Formações Discursivas	Descrição	Exemplo
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.	<i>MILICIANOS NO PODER: Campanha de Bolsonaro entrou no TSE para reverter decisão de garantir transporte gratuito de eleitores neste domingo e perdeu! Queria de qualquer maneira evitar os mais pobres de votar em Lula!</i>
Divulgação de conteúdos polêmicos	Incitação para divulgação de conteúdos proibidos pelo TSE ou teve pedido de retirada do ar pela campanha de Bolsonaro	<i>Jair Bolsonaro acionou o TSE para impedir que este vídeo seja veiculado. Por favor, não divulguem o vídeo! Por favor, não escrevam o termo CARNE HUMANA aqui e nem pesquisem por ele no Google!</i>
Apoio ao Sistema eleitoral	Mensagens com menções à confiabilidade do processo eleitoral; defesa das decisões do TSE; validação do resultado eleitoral	<i>URGENTE!! Alto-Comando do Exército trai Bolsonaro e diz que não vai fazer auditoria de votos e que quem vai anunciar o resultado da eleição é o TSE, como sempre foi, e quem ganhar será empossado. BOLSONARO ACABOU!!!</i>
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	<i>URGENTE! TSE determina que Bolsonaro, seus familiares e apoiadores removam imediatamente fake news de que Marcola teria declarado voto em Lula, sob pena de multa de R\$ 100 mil.</i>
Mobilização contra o Bolsonarismo	Menções de alerta e chamadas para mobilização contra o crescimento do bolsonarismo e políticos conservadores e autoritários	<i>Seguinte: com essa bancada no Senado que acaba de ser eleita, se por acaso Lula não vencer, Bolsonaro passar a ter o número necessário para fazer impeachment de ministros do STF. Para dar uma noção do que está em jogo.</i>
Críticas ao TSE	Mensagens com críticas à falta de ação do TSE contra irregularidades da campanha de Bolsonaro	<i>A bolsonarista Damares Alvez disseminou mentiras contra Lula e não teve seu registro cassado. Por quê TSE?</i>

QUADRO 2B (CONT...) Principais formações discursivas lulistas

Formações Discursivas	Descrição	Exemplo
Denúncias contra o governo Bolsonaro	Notícias e mensagens com denúncias de corrupção e outras irregularidades do governo Bolsonaro (sem relação direta com a campanha)	<i>Em decisão enviada à PF, a ministra Cármen Lúcia, do STF, afirmou que as provas apresentadas no processo que investiga a prática de corrupção no MEC durante a gestão de Milton Ribeiro indicam “possibilidade real e concreta” de envolvimento de Bolsonaro.</i>
Defesa de Lula	Conteúdos com informações favoráveis à Lula	<i>Se o Lula roubou, porque ministros do STF que julgaram ele, como Joaquim Barbosa e Celso de Mello declaram voto nele? Resposta: porque Lula conseguiu provar que foi perseguido judicialmente por juízes e desembargadores parciais.</i>
Outros	Demais discursos que não se enquadrem nas categorias acima	<i>Kassio Nunes, homem de confiança de Bolsonaro no STF, é mestre da maçonaria</i>

Fonte: Elaborado pelos autores.

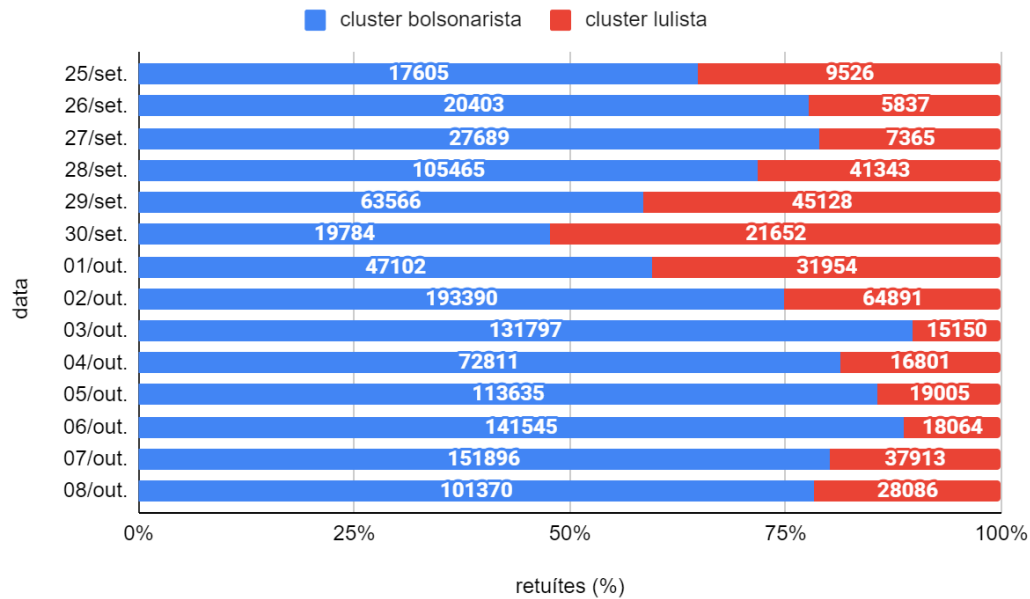
5 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Após aplicação da técnica de detecção de posicionamento, foi possível agrupar 88.343 usuários em dois clusters polarizados: bolsonarista e lulista. Esses 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 desse tema e estão espalhando informações que promovem suas opiniões e ideologias.

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

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

GRÁFICO 1 Distribuição de retuítes por cluster



Fonte: Elaborado pelos autores.

FIGURA 1 Exemplos de tuítes do cluster bolsonarista



Fonte: Zambelli (2022); Nunes (2022); Henkel (2022).

FIGURA 2 Exemplos de tuítes do cluster lulista



Fonte: Choquei (2022); Dino (2022); Reis (2022); Blog do Noblat (2022).

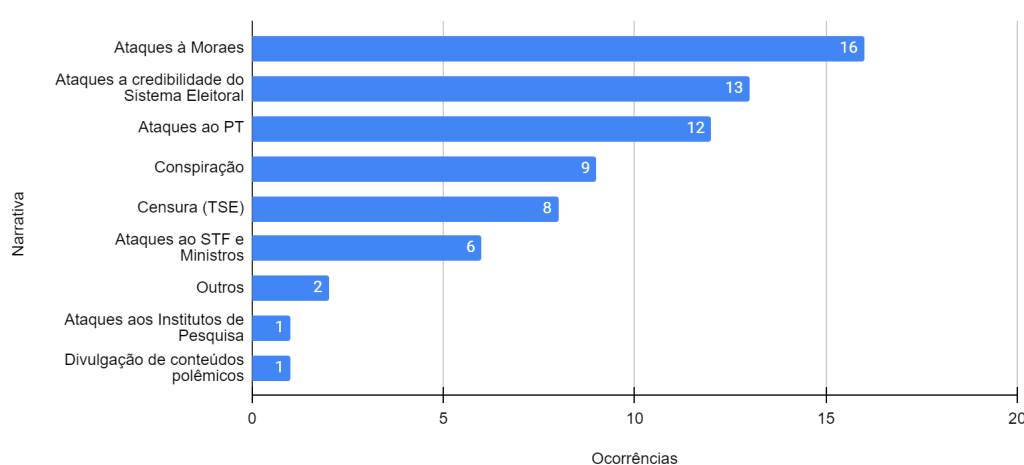
outros trabalhos de que as mídias sociais são espaços em que há uma grande mobilização emocional (Ferreira, 2021; Papacharissi, 2015; Penteadó *et al.*, 2022) e em que a arquitetura das plataformas digitais é elaborada para que a capacidade de gerar raiva ou entusiasmo entre usuários amplifique o alcance de um conteúdo (Han, 2018).

A partir da classificação proposta acima, também buscamos identificar as emoções predominantes em cada grupo analisado, seguindo a tipologia mencionada acima. É importante ressaltar que aqui foi possível identificar mais de uma emoção por tuíte. No caso do cluster bolsonarista (Gráfico 2), destacam-se principalmente a indignação, presente em 17 postagens, e a suspeita, em 10. De forma geral, os conteúdos que expressavam suspeita estavam associados a certa desconfiança em relação às atuações do STF e TSE, bem como às decisões de seus ministros durante o processo eleitoral. Já as manifestações de indignação referiam-se, sobretudo, à discordância das ações do TSE e de seus membros, com ênfase nas decisões do ministro Alexandre de Moraes durante o pleito. A indignação, classificada como uma reação primária, tem forte potencial mobilizador, por ser capaz de atribuir culpabilidade e direcionar para a luta política (Castells, 2013; Crockett, 2017). Trabalhos como os de Penteadó

et al. (2022) e Ferreira (2021) também apontam sua expressiva ocorrência em discursos políticos analisados. A suspeita, por sua vez, embora não mobilize de imediato, pode se transformar em outras emoções politicamente engajadas, como a própria indignação (Gerbaudo, 2016).

No cluster lulista, a indignação também se destacou como a emoção mais recorrente, aparecendo em 22 postagens. Outras emoções frequentemente mobilizadas por esse grupo foram alegria (6 tuítes) e esperança (5 tuítes).

GRÁFICO 2 Formações discursivas cluster bolsonarista



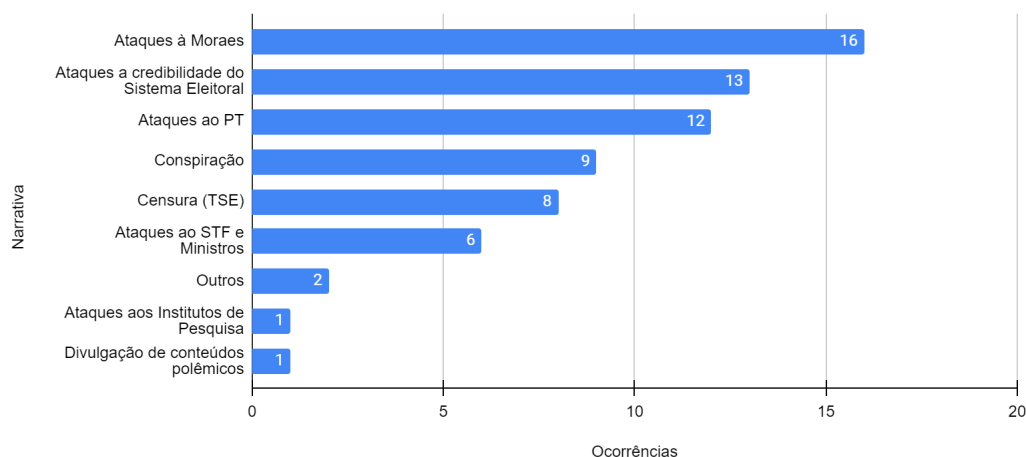
Fonte: Elaborado pelos autores.

Ao analisarmos as formações discursivas presentes no cluster bolsonarista, observamos que, entre os 50 tuítes examinados, 16 continham críticas ao ministro Alexandre de Moraes. Também foram identificadas 13 formações discursivas que colocavam em xeque a credibilidade do sistema eleitoral e 12 ataques direcionados ao Partido dos Trabalhadores (PT), conforme mostra o Gráfico 3.

No cluster lulista, o principal eixo narrativo dizia respeito a ataques a Bolsonaro, presentes em 13 postagens. Outro tema decorrente foi a denúncia de *fake news*, assunto bastante debatido durante o período eleitoral e alvo de uma série de discussões e ações por parte da Justiça Eleitoral. Foram registrados, ainda, 5 tuítes com manifestações de apoio ao sistema eleitoral, além de

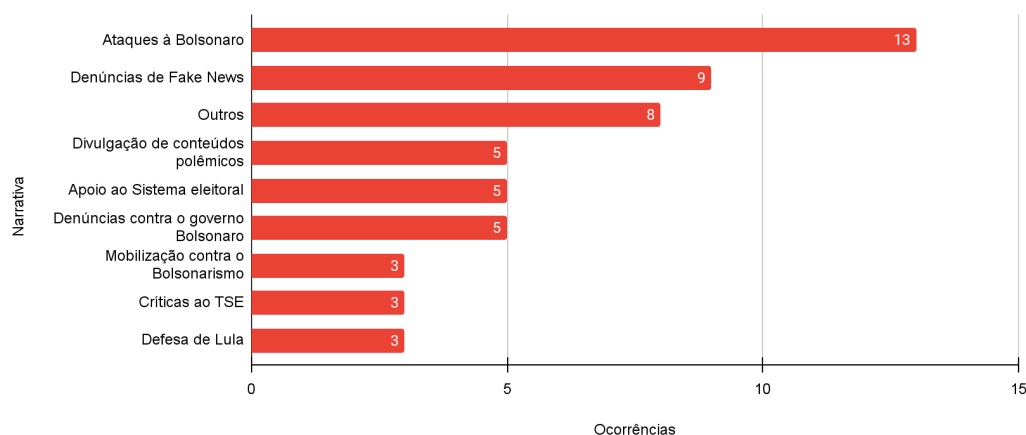
conteúdos que traziam denúncias contra o governo Bolsonaro ou abordavam assuntos polêmicos relacionados a sua gestão.

GRÁFICO 3 Formações discursivas cluster bolsonarista



Fonte: Elaborado pelos autores.

GRÁFICO 4 Formações discursivas cluster lulista



Fonte: Elaborado pelos autores.

Na última etapa do trabalho, procuramos analisar qual a relação das principais emoções encontradas com as formações discursivas 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 às críticas 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.

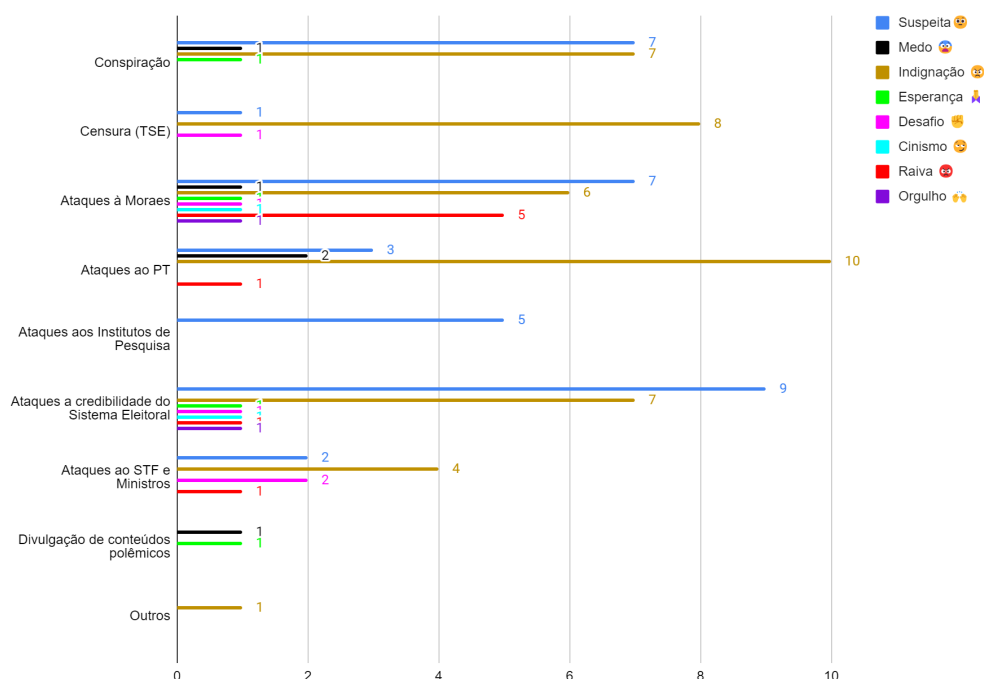
A questão da censura esteve presente em publicações que indicavam que conteúdos bolsonaristas não falsos estavam sendo classificados como *fake news* e retirados de circulação pela justiça eleitoral, evocando uma narrativa de perseguição e censura aos conteúdos bolsonaristas. Sobre isso, cabe mencionar 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 postagens. Isso dialoga com o estudo de Penteado *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 suspeita, por sua vez, aparece muitas vezes junto com a indignação. Como foi dito, esse sentimento pode gerar indignação posteriormente. No caso das formações discursivas do grupo bolsonarista, a suspeita esteve presente em conteúdos relacionados 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.

No cluster lulista, a indignação também foi a emoção mais encontrada. A emoção esteve fortemente associada à categoria “ataques a Bolsonaro”, seguida de denúncia de *fake news*. Mais uma vez, a indignação estava direcionada a um opositor, o próprio Bolsonaro, e às denúncias de divulgação de informações falsas por parte dos seus apoiadores. A suspeita praticamente não aparece na análise do cluster lulista. Além disso, esperança e alegria foram encontradas nos tuítes relacionados ao conteúdo de apoio ao sistema eleitoral e à defesa a Lula.

Importa destacar que, 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 de mudança entre seus apoiadores.

GRÁFICO 5 Formações discursivas e emoções cluster bolsonarista



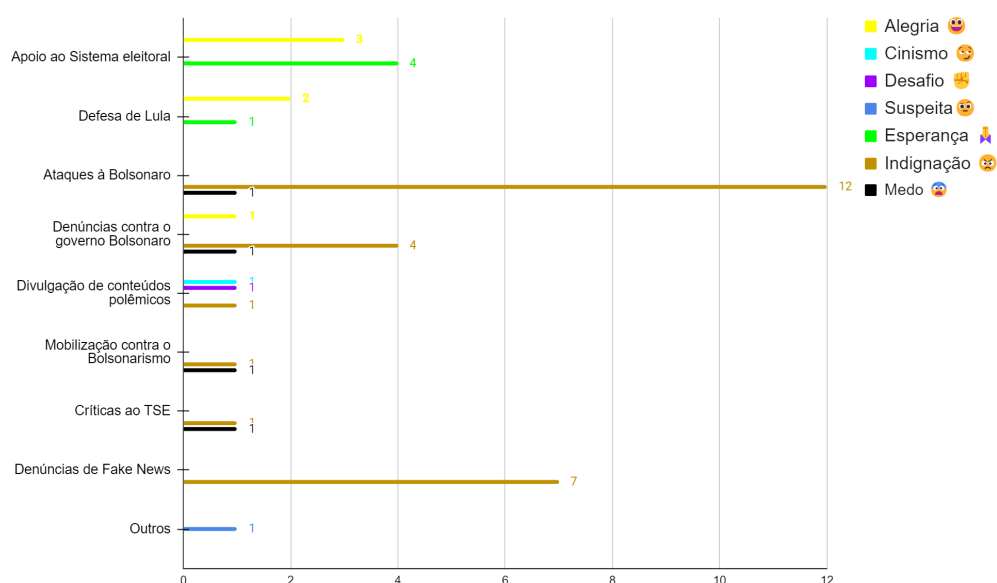
Fonte: Elaborado pelos autores.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Neste trabalho, procuramos realizar um estudo sobre o uso das emoções dentro das formações discursivas de grupos políticos nas 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, então, identificar as emoções e formações discursivas utilizadas em cada grupo.

Os achados do trabalho mostram que as formações discursivas encontradas por cada campo foram distintas, o que se justifica pela própria dinâmica de disputa na conversação online. A disputa ocorreu não pela troca, mas pela sobreposição de ideias, numa lógica em que “quem fala mais alto” vence o

GRÁFICO 6 Formações discursivas e emoções cluster lulista



Fonte: Elaborado pelos autores.

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 mais recorrente nos dois campos analisados, reforçando os achados de estudos anteriores (Ferreira, 2021; Penteadó *et al.*, 2022) sobre a capacidade mobilizadora desse sentimento no ambiente online. Goodwin, Jasper e Polletta (2004) classificam a indignação como uma emoção moral, ou seja, aquela que envolve uma consciência ética ou algum grau de cognição. Jasper (2014), por sua vez, a define como uma forma de raiva moralmente fundamentada. Observa-se, nas conversações online, como esse tipo de emoção foi construído de forma distinta em cada grupo, a partir de diferentes discursos. Embora ambas as frentes políticas expressassem indignação contra um “opositor”, esse inimigo simbólico era diferente para cada grupo, assim como as estratégias para direcionar a culpa.

A suspeita, assim como a confiança, está relacionada aos laços afetivos primários. Se, por um lado, a confiança pode gerar laços duradouros, a suspeita pode ser transformada em outra emoção, como a indignação, o que estimula a

mobilização. No cluster lulista, a suspeita praticamente não aparece na análise. Isso conota a ideia de que o discurso de descrença em relação ao sistema eleitoral, ministros e instituições foi uma formação discursiva 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.

Ao procurar identificar as emoções dentro das formações discursivas, o estudo busca avançar no debate sobre o papel das emoções nas mídias sociais, reforçando a ideia já apontada em outros trabalhos de que os conteúdos publicados nesses espaços possuem um forte componente emocional. Dessa forma, o estudo busca contribuir com a crescente agenda de estudos sobre emoções e plataformas digitais.

REFERÊNCIAS

- BARBALET, J. M. Emotion in social life and social theory. *In*: BARBALET, J. M. *Emotion, social theory, and social structure: a macrosociological approach*. United Kingdom: University Press Cambridge, 1998.
- BENNETT, W. L.; LIVINGSTON, S. The disinformation order: disruptive communication and the decline of democratic institutions. *European Journal of Communication*, Thousand Oaks, CA, v. 33, n. 2, p. 122-139, 2018. DOI 10.1177/0267323118760317.
- BLOG do Noblat. [Aliança de Bolsonaro pediu ao TSE para barrar transporte gratuito]. [*S. l.*], 1º out. 2022. Twitter: @BlogdoNoblat. Disponível em: <<https://x.com/BlogdoNoblat/status/1576331054230577152>>. Acesso em: 19 dez. 2024.
- CASTELLS, M. *Redes de indignação e esperança: movimentos sociais na era da internet*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2013.

- CESARINO, L. Como vencer uma eleição sem sair de casa: a ascensão do populismo digital no Brasil. *Internet & Sociedade*, v. 1, n. 1, fev. 2019. Disponível em: <https://revista.internetlab.org.br/wp-content/uploads/2020/02/Como-vencer-uma-eleicao-sem-sair-de-casa.pdf>. Acesso em: 19 dez. 2024.
- CHOQUEI. [Bolsonaro vai ao TSE contra propaganda de Lula]. [*S.* 1], 7 out. 2022. Twitter: @choquei. Disponível em: <https://x.com/choquei/status/1578407854431948800>. Acesso em: 19 dez. 2024.
- CROCKETT, M. J. Moral outrage in the digital age. *Nature Human Behaviour*, v. 1, n. 11, p. 769-771, 2017.
- DATAFOLHA: confiança dos brasileiros nas urnas eletrônicas cresce de 73% para 79%. *In*: G1. [*S.* 1], 30 jul. 2022. Disponível em: <https://g1.globo.com/jornal-nacional/noticia/2022/07/30/datafolha-confianca-dos-brasileiros-nas-urnas-eletronicas-cresce-de-73percent-para-79percent.ghtml>. Acesso em: 07 abr. 2023.
- DINO, F. [Sinais ditatoriais]. São Luís, MA, 7 out. 2022. Twitter: @FlavioDino. Disponível em: <https://x.com/FlavioDino/status/1578537458660089856>. Acesso em: 19 dez. 2024.
- EYERMAN, R. How social movements move: emotions and social movements. *In*: FLAM, H.; KING, D. *Emotions and social movements*. New York: Routledge, 2005.
- FALLIS, D. A conceptual analysis of disinformation. *In*: ICONFERENCE 2009, 2009, Chapel Hill, NC. *Anais [...]*. Champaign, IL: IDEALS, 2009. Disponível em: <https://hdl.handle.net/2142/15205>. Acesso em: 10 nov. 2024.
- FERREIRA, M. A. S. *Emoções, protestos e mídias sociais: a dinâmica da luta política em ações digitalmente mediadas*. Tese (Doutorado em Ciência Política) – Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte-MG, 2021. Disponível em: <http://www.ppgcp.fafich.ufmg.br/defesas/355D.PDF?src=23360>. Acesso em: 10 nov. 2024.

- FERREIRA, M. A. S. As emoções na luta política: um debate mais que necessário. *Revista Brasileira de Ciência Política*. n. 41, p. 1-34, 2023. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rbcpol/a/SS5b3ZvVhtWG5cGT5mBBWSN/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 20 abr. 2023.
- GERBAUDO, P. Rousing the Facebook crowd: digital enthusiasm and emotional contagion in the 2011 Protests in Egypt and Spain. *International Journal of Communication*, v. 10, p. 254-273, 2016.
- GOODWIN, J.; JASPER, J.; POLLETTA, F. Emotional dimensions of social movements. In: SNOW, D.; SOULE, S. A.; KRIESI, H. *The blackwell companion to social movements*. United Kingdom: Blackwell Publishing, 2004. p. 413-432.
- GOODWIN, J.; JASPER, J. M. *The social movements reader: cases and concept*. 2. ed. United Kingdom: Blackwell Publishing, p. 175-184, 2009.
- 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: Vozes, 2018.
- HENKEL, A. P. [Senado renovado com maioria]. Los Angeles, CA, 3 out. 2022. Twitter: @AnaPaulaVolei. Disponível em: <https://x.com/AnaPaulaVolei/status/1576993766165995520>. Acesso em: 19 dez. 2024.
- IYENGAR, S.; 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. Disponível em: <https://www.annualreviews.org/content/journals/10.1146/annurev-polisci-051117-073034>. Acesso em: 11 mar. 2024.
- JASPER, J. M. The emotions of protest: affective and reactive emotions in and around social movements. *Sociological Forum*, v. 13, n. 3, p. 397-424, set. 1998.

- JASPER, J. M. Constructing indignation: anger dynamics in protest movements. *Emotion Review*, v. 6, n. 3, p. 208-213, jul. 2014. DOI: 10.1177/1754073914522863. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1754073914522863>. Acesso em: 30 mar. 2024.
- JASPER, J. M. The emotions of protest. In: GOODWIN, J.; JASPER, J. M. *The social movements reader: cases and concept*. 2. ed. United Kingdom: Blackwell Publishing, 2009. p. 175-184. Disponível em: <https://download.e-bookshelf.de/download/0002/9169/05/L-X-0002916905-0004727616.XHTML/index.xhtml>. Acesso em: 2 mar. 2024.
- MARCUS, G. *The sentimental citizen: emotion in democratic politics*. Pennsylvania: The Pennsylvania State University Press, 2002.
- MASSUCHIN, M. G.; ORSO, M.; SALEH, D. M. 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.
- MCINNES, L. *et al.*. UMAP: uniform manifold approximation and projection. *Journal of Open Source Software*, v. 3, n. 29, p. 861, 2018. Disponível em: <https://joss.theoj.org/papers/10.21105/joss.00861>. Acesso em: 11 mar. 2024.
- MELUCCI, A. The processes of collective identity. In: MELUCCI, A. *Challenging codes: collective action in the information age*. New York: University of Cambridge, 1996. DOI: <https://doi.org/10.1017/CBO9780511520891.006>.
- MILAN, S. From social movements to cloud protesting: the evolution of collective Identity. Information, *Communication & Society*, v. 18, n. 8, p. 1-14, maio 2015. DOI: 0.1080/1369118X.2015.1043135.
- MUSSALIM, F. Análise do discurso. In: MUSSALIM, F.; BENTES, A. C. (org.). *Introdução à linguística: domínios e fronteiras*. v. 2, 1. ed. São Paulo: Cortez editora, 2001. p. 100-142.

- NUNES, A. [TSE seria ‘implacável’ com quem divulgasse fake news]. São Paulo, 5 out. 2022. Twitter: @augustosnunes. Disponível em: <https://x.com/augustosnunes/status/1577515630961594368>. Acesso em: 19 dez. 2024.
- NUNES, F.; TRAUMANN, T. *Biografia do Abismo*. Rio de Janeiro: Harper Collins, 2024.
- OBSERVATÓRIO DE CONFLITOS NA INTERNET. *Sobre o Observa*. Santo André; São Bernardo do Campo: FAPESP, 2020. Disponível em: <https://observa.pesquisa.ufabc.edu.br/>. Acesso em: 13 abr. 2023.
- OLIVEIRA, W. M. *O uso público das emoções: o papel do choro em contexto deliberativo*. 2016. Dissertação (Mestrado em Ciência Política) – Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2016.
- PANGER, G. T. *Emotion in social media*. 2017. 270 f. Tese (Doutorado em Filosofia) – University of California, Berkeley, 2017. Disponível em: <https://escholarship.org/uc/item/1h97773d>. Acesso em: 25 abr. 2023.
- PAPACHARISSI, Z. *Affective publics: sentiment, technology and politics*. Oxford: Oxford University Press, 2015.
- PARISER, E. *O filtro invisível: o que a internet está escondendo de você*. Rio de Janeiro. Zahar, 2012.
- PENTEADO, C. L. C.; GOYA, D. H.; SANTOS, P. D.; JARDIM, L. Populismo, desinformação e Covid-19: comunicação de Jair Bolsonaro no Twitter. *Media & Jornalismo*, v. 22, n. 40, p. 239-260. Disponível em: https://doi.org/10.14195/2183-5462_40_12, 2022. Acesso em: 25 abr. 2023.
- PESQUISA: desconfiança nas Forças Armadas sobe, e partidos reduzem rejeição. *In: UOL Eleições*. São Paulo, 04 jul. 2022. Disponível em: <https://www.uol.com.br/eleicoes/2022/07/04/pesquisa-desconfianca-nas-forcas-armadas-sobe-e-partidos-reduzem-rejeicao.htm>. Acesso em: 08 abr. 2023.

- RECUERO, R. #FraudenasUrnas: estratégias discursivas de desinformação no Twitter nas eleições 2018. *Revista Brasileira de Linguística Aplicada*, v. 20, p. 383-406, jul./set. 2020. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rbla/a/vKnghPRMJxbypBVRLYN3YTB/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 11 mar. 2024.
- REIS, T. [Alto-Comando do Exército trai Bolsonaro]. [*S. l.*], 30 set. 2022. Twitter: @ThiagoResiste. Disponível em: <https://x.com/ThiagoResiste/status/1575896315619573762>. Acesso em: 19 dez. 2024.
- REZENDE, S. O.; MARCACINI, R. M.; MOURA, M. F. O uso da mineração de textos para extração e organização não supervisionada de conhecimento. *Revista de Sistemas de Informação da FSMA*, n. 7, p. 7-21, 2011. Disponível em: <https://www.alice.cnptia.embrapa.br/alice/bitstream/doc/895476/1/FSMA.pdf>. Acesso em: 11 mar. 2024.
- RODRIGUES, M.; GOMES, P. H.; BARBIÉRI, L. F. Bolsonaro reúne embaixadores para repetir sem provas suspeitas já esclarecidas sobre urnas. *In*: G1. Brasília, 18 jul. 2022. Disponível em: <https://g1.globo.com/politica/noticia/2022/07/18/bolsonaro-reune-embaxadores-para-repetir-sem-provas-suspeitas-ja-esclarecidas-sobre-urnas.ghtml>. Acesso em: 08 abr. 2023.
- RUEDIGER, M. A. (coord.). *Desinformação on-line e contestação das eleições*. Rio de Janeiro: FGV DAPP, 2022. Disponível em: <https://repositorio.fgv.br/server/api/core/bitstreams/1eb3e357-e011-4315-9fcc-063691b6eb85/content>. Acesso em: 08 abr. 2023.
- SUNSTEIN, C. R. *#Republic: divided democracy in the age of social media*. Princeton: Princeton University Press, 2018.
- TARROW, S. *The language of contention: revolution in words, 1688-2012*. Cambridge: Cambridge University Press, 2013.
- WU, K.; YANG, M. Mean shift-based clustering. *Pattern Recognition*, v. 40, n. 11, p. 3035-3052, nov. 2007. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0031320307000921?via=ihub>. Acesso em: 11 mar. 2024.

ZAMBELLI, Carla. [Urnas eletrônicas]. São Paulo, 27 set. 2022. Twitter: @Zambelli2210. Disponível em: <https://x.com/Zambelli2210/status/1574880415902474282>. Acesso em: 19 dez. 2024.