

A POLARIZAÇÃO IDEOLÓGICA NO TWITTER: um estudo sobre as redes de *retweets* durante as eleições presidenciais de 2018 ¹

THE IDEOLOGICAL POLARIZATION ON TWITTER: a study on the retweet networks during the 2018 presidential elections

Denise Hideko Goya²
Giuliana Fiacadori³
Patrícia Dias dos Santos⁴

Resumo: *Este estudo busca analisar a polarização ideológica que caracterizou as redes de retweets durante as eleições presidenciais de 2018. A metodologia deste trabalho consiste na formulação de grafos a partir coleta de retweets de publicações das contas oficiais de presidentiáveis e candidatos à vice presidência entre 17 de agosto e 29 de outubro de 2018. Os resultados indicam que certo nível de polarização é notado desde o início da campanha, mas a polarização política em dois grandes clusters somente se efetiva no segundo turno. Também foi possível observar que as candidaturas com maiores redes de apoiadores obtiveram o melhor desempenho eleitoral desde o começo da campanha.*

Palavras-Chave: *Twitter. Rede temporal. Polarização política.*

Abstract: *This study intends to analyze the ideological polarization that marked the retweet networks during the 2018 presidential elections. The methodology used involves the construction of graphs based on a collection of retweets retrieved from the official accounts of presidential and vice presidential candidates from August 17th through October 29th 2018. The results indicate that a certain level of polarization can be noted from the start of the campaign, however only in the second round of the elections is political polarization distributed into two big clusters. It was also observed that the candidacies with the biggest support networks had the best electoral performances since the beginning of the campaign.*

Keywords: *Twitter. Temporary network. Political Polarization.*

¹ Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho Cultura política, comportamento e opinião pública do VIII Congresso da Associação Brasileira de Pesquisadores em Comunicação e Política (VIII COMPOLÍTICA), realizado na Universidade de Brasília (UnB), de 15 a 17 de maio de 2019.

² Doutora em Ciência da Computação pela Universidade de São Paulo, professora da UFABC, pesquisadora do NUVEM/UFABC. Contato: denise.goya@ufabc.edu.br.

³ Mestranda no Programa de Ciências Humanas e Sociais da UFABC. Bolsista CAPES. Contato: giuliana.fiacadori@ufabc.edu.br.

⁴ Doutoranda no Programa de Ciência da Computação da UFABC. Contato: patricia.santos@ufabc.edu.br

1. Introdução

Pesquisas empíricas indicam que a Internet, especialmente as mídias sociais, não funciona como uma esfera pública interconectada, segundo uma lógica habermasiana de produção de racionalidades para construir o debate político e a opinião pública (RECUERO et al., 2017; PENTEADO & GUERBALI, 2016). Nas mídias sociais observa-se que a expressão de paixões e pluralidade seguem uma lógica de embates políticos e confrontos discursivos (cf. LACLAU & MOUFFE, 2015) e a formação de um modelo híbrido de espaço público (PAPACHARISSI, 2008).

Com a popularização das redes sociais e seu uso para mobilizações políticas (Primavera Árabe, Occupy, etc.), as plataformas de redes sociais se tornaram um espaço de disputa simbólica de interpretação dos acontecimentos políticos a partir do discurso dos usuários. Nesse sentido, as ações comunicativas desenvolvidas nessas plataformas são formadoras de identidades coletivas (SOON & KLUVER, 2014) que expressam posições políticas em disputa.

Especialmente desde Junho de 2013 as redes sociais brasileiras ganharam relevância na disputa política, expressando a formação de pólos ideológicos de mobilização e expressão política na rede. A estrutura da internet permite que diferentes usuários manifestem suas posições políticas, se conectem com outros pensamentos semelhantes e organizem novas formas de expressão, tanto *online* quanto *offline*. Nesse contexto, as redes sociais se tornam um importante espaço público de debate de posições e identidades políticas que influenciam os processos políticos. As eleições presidenciais de 2014 foram marcadas pelo forte uso de redes sociais digitais nas campanhas dos candidatos Dilma Rousseff e Aécio Neves (CERVI et al., 2016), e pelo intenso debate que se articulou nesses meios, especialmente no Twitter, onde foi possível observar a formação de redes a partir dos *retweets* de usuários. Esses eventos foram seguidos pelos protestos pelo *impeachment* da ex-presidente Dilma Rousseff, os quais foram organizados no meio

online e também foram marcados pela polarização de identidades políticas entre os usuários que acompanharam o processo (PENTEADO & LERNER, 2018).

A análise de *retweets*, em momentos específicos, pode indicar a formação de *clusters* articulados em torno de uma visão compartilhada, seja em torno de uma candidatura ou pelo uso de uma *hashtag*. Segundo Recuero (2014, p. 67) um *cluster* “é um conjunto de nós mais densamente conectado que o resto da rede”. Desse modo, pode-se identificar polos ideológicos a partir da formação de *clusters* de *retweets*, de perfis que interagem uns com os outros durante o processo da campanha eleitoral. No entanto, há poucos estudos para mostrar como essa polarização política se articula, principalmente em um contexto no qual as redes sociais ganham centralidade nas disputas políticas.

Visando preencher essa lacuna, o artigo apresenta um estudo da formação da polarização entre identidades políticas ideológicas, em torno dos perfis oficiais das campanhas, a partir da análise da rede de *retweets* (grafos) referentes aos candidatos à presidência da república nas eleições de 2018. Os dados da análise foram coletados por meio da API do Twitter, no período entre 17 de agosto e 29 de outubro de 2018.

No primeiro turno das eleições presidenciais de 2018 foram registradas 13 candidaturas oficiais para presidência, e diversos eventos que agitaram a campanha e as redes sociais. Pode-se destacar inicialmente a tentativa do PT de lançar a candidatura do ex-presidente Lula, preso em Curitiba. Mesmo preso, Lula era o líder das pesquisas de intenção de voto no começo da campanha. Outro evento importante foi o atentado contra o candidato Jair Bolsonaro, ainda no primeiro turno, que gerou grande repercussão dentro das redes sociais. Bolsonaro, que ao final do pleito se saiu vitorioso, teve uma campanha marcada pelo uso eficiente das mídias sociais, principalmente por ter apenas 8 segundos no Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral (HGPE), disputando com o segundo candidato petista Fernando Haddad que veio a substituir a legenda de Lula, proibido de participar da eleição pela Justiça Eleitoral.

O artigo está estruturado em uma introdução, quatro seções e as considerações finais. Após esta introdução a segunda seção aborda o referencial teórico, partimos da perspectiva de Ernesto Laclau e Chantal Mouffe (2015) sobre antagonismos sociais na esfera política em contraposição à perspectiva democrática liberal de Jürgen Habermas para compreender a polarização política nas redes sociais. Em seguida, é apresentada uma contextualização da conjuntura política brasileira e uma linha do tempo dos principais eventos ocorridos durante as eleições presidenciais de 2018. Na quarta seção discutimos a metodologia aplicada neste trabalho. Finalmente, na quinta seção apresentamos os resultados obtidos.

2. Antagonismo social e polarização política

O período entre guerras foi marcado pela ausência na elaboração de projetos de democratização radical e construção de vontade coletiva, desse modo, as alternativas políticas se focaram na política econômica. De acordo com Laclau e Mouffe (2015), antes da Segunda Guerra Mundial o classismo foi responsável por impedir a formulação de um projeto hegemônico democrático socialista. Após esse período, houve a transição para um regime intensivo de acumulação e a introdução do fordismo, e a social-democracia se tornou “uma alternativa político-econômica no interior de uma dada forma de Estado, e não uma alternativa radical a esta última.” (LACLAU & MOUFFE, 2015, p. 141).

Entre os anos 1960 e 1970 os meios radicais postulavam a defesa da participação direta dos cidadãos na democracia, amparados pelos movimentos sociais que tomavam as ruas com demandas por direitos civis e igualdade. Nesse momento, a visão liberal pluralista foi contestada pela teoria crítica e formulou-se a teoria da democracia deliberativa como principal alternativa, tendo John Rawls e Jürgen Habermas como seus principais fundadores (MIGUEL, 2001).

A democracia deliberativa de Habermas (2003) se apoia na premissa do estabelecimento do consenso na política por meio da deliberação na esfera pública. O autor argumenta que a aceitação da inerradicabilidade do antagonismo no campo

político solapa a possibilidade de democracia. Teóricos democráticos liberais como Habermas defendem o consenso racional e universal que pode ser alcançado por meio do diálogo. Mouffe (2015) classifica a abordagem de Habermas com um caráter antipolítico, pois a negação do pluralismo na universalidade liberal nega os antagonismos e impede o debate agonístico.

Em oposição à perspectiva liberal está Jacques Rancière, crítico do discurso “que identifica a racionalidade política ao consenso e o consenso ao princípio mesmo da democracia.” (1996, p. 1). O autor argumenta a política como uma escolha entre soluções alternativas, mas as diferenças entre projetos são enfraquecidas dentro da hegemonia neoliberal que busca apagar diferenças e apaziguar conflitos. Para o autor a prática política é exercida por meio da valorização de multiplicidade de culturas, do conflito de opiniões e dos antagonismos sociais (RANCIÈRE, 1996). Em alinhamento com esse pensamento, Laclau e Mouffe (2015) apresentam uma teoria de democracia baseada no dissenso.

Com o colapso da URSS, Laclau e Mouffe (2015) esperavam uma reinvenção do socialismo, mas o que ocorreu foi um afastamento da esquerda, quando partidos sociais democratas começaram a se apresentar como “centro-esquerda”, e acreditava-se que com as transformações socioeconômicas ligadas ao advento da sociedade da informação e do processo de globalização os conflitos desapareceriam. Esse período foi chamado por alguns teóricos de “modernização reflexiva”, no qual o modelo adversarial não existe e a política é feita por meio do diálogo, da escuta mútua.

Para Laclau e Mouffe (2015) a sacralização do consenso, o apagamento das fronteiras entre esquerda e direita e o deslocamento em direção ao centro, característicos desse momento, são prejudiciais às práticas democráticas. Os autores interpretam a democracia como um significante vazio - conceito marcado pela universalização de discursos que impedem a definição de seu conteúdo - caracterizado pela disputa entre posições políticas e argumentam que a valorização do consenso leva a um contexto de ausência de claras opções de projetos políticos

distintos. Desse modo, os cidadãos interpretam as escolhas disponíveis como equivalentes, tornando a distinção política possível apenas com a apresentação de *outsiders* e projetos ligados aos extremos do espectro político. Nesse contexto há oportunidade para que projetos antidemocráticos sejam vistos como única opção viável e recebam apoio da população, ameaçando a própria democracia.

Em “Sobre o Político”, Chantal Mouffe (2015) elabora o papel fundamental do antagonismo em sua análise ao ressaltar a importância de se considerar o caráter ambivalente da sociabilidade humana. Na perspectiva da autora o dissenso é um elemento fundamental da democracia, considerando que os indivíduos agem por interesses, razões e paixões. Nesse sentido, a autora defende uma nova ordem mundial, na qual o pluralismo tenha papel fundamental.

Mouffe (2015) busca combater o pós-político, conjuntura pautada pelo consenso (neoliberal), na qual se acredita no desaparecimento dos conflitos em mundo sem inimigos e sem diferenciação entre esquerda e direita. Para a autora a resolução do conflito entre indivíduos é sempre provisória e não se situa em uma arena racional, pois o político é transpassado pelas paixões. Nesse sentido, a falta de um modelo agonístico que permita a disputa entre adversários leva ao estabelecimento de uma democracia marcada por antagonismos, na qual os indivíduos se interpretam como inimigos (MOUFFE, 2015), situações que podem ser vivenciadas pelas polarizações ideológicas nas redes sociais de Internet.

A importância de estabelecer fronteiras entre os campos da direita e da esquerda dialoga com o reconhecimento da divisão social e a legitimação do conflito. Uma relação nós/eles não é necessariamente antagonística, mas pode se tornar quando o “eles” questiona a identidade do “nós” e ameaça sua existência, nesse caso a falta do pluralismo impede a neutralização de antagonismos. Para Mouffe (2015) o desafio da política democrática é manter o surgimento do antagonismo sob controle por meio da introdução de uma forma diferente de nós/eles.

Laclau e Mouffe (2015) apontam que o aprofundamento da revolução democrática teve como consequências a proliferação de antagonismos, o

questionamento das relações de subordinação e a expansão dos meios de comunicação de massa. Com a mudança da estrutura de comunicação ocorrida no século XXI, criou-se um ambiente comunicacional fortemente ancorado nos meios de comunicação digitais, que permitem a interação entre diferentes usuários e a comunicação em massa online. Nessa conjuntura, identifica-se que a popularização das redes sociais digitais aliada à cultura do consumo estimulou a emergência de novos antagonismos e novas disputas.

O fenômeno da polarização social e política é uma característica da interatividade das redes sociais (*online* ou *offline*), nas quais existe uma tendência à homofilia, que pode ser entendida como um princípio de maior interação entre pessoas semelhantes e com as mesmas afinidades ideológicas (MCPHERSON et al., 2001).

As redes sociais de internet (RSI) tendem a reforçar a relação de homofilia, criando condições sociotécnicas para a formação de agrupamentos (*clusters*) ideológicos de pessoas que compartilham o mesmo ponto de vista, principalmente pela atuação dos algoritmos de interação que levam a formação de filtros bolhas (PARISIER, 2011) e à constituição de "câmaras de eco" (MATAKOS et al., 2017; DEL VICARIO et al., 2017), na qual os usuários têm pouco (ou nenhum contato) com usuários de pólos ideológicos diferentes do seu e acesso a fontes de informação alternativas.

Esse movimento pode levar à formação de um círculo vicioso, no qual os *clusters* ideológicos compartilham informações que reforçam seu ponto de vista e ignoram (podendo até negar) outros posicionamentos, reforçando a polarização política e social (DEL VICARIO et al., 2017). Essa dinâmica, segundo Sunstein (2017), configura um perigo para a dinâmica da democracia liberal, principalmente por criar ambientes favoráveis para a difusão de desinformação e *fake news*.

Em estudos anteriores (DE FRANÇA et al., 2018a; PENTEADO et al., 2014; CARVALHO et al., 2016a; DE FRANÇA et al., 2018b; OLIVEIRA et al., 2016; CARVALHO et al., 2016b), sobre conflitos políticos em plataformas de redes sociais

de internet, por meio do uso de métricas da análise de redes sociais (ARS), foi possível identificar a constituição de *clusters* ideológicos e a formação de polarização política em torno de grupos que se articulam na disputa em torno de discursos antagônicos no Twitter.

Como aponta Recuero (2014), as métricas de estudo da ARS ajudam na análise das estruturas de conversação (interatividade) em RSI, destacando 3 principais contribuições:

- a) foco empírico: a partir do referencial teórico e metodológico da ARS é possível mapear e observar as estruturas de relacionamento tecidas entre milhares de mensagens (*tweets* no caso), permitindo trabalhar com grande quantidade de dados, assim como oferece mecanismos de sistematização e análise de dados coletados dos rastros construídos entre os atores (nós) da rede em estudo;
- b) abordagem interdisciplinar: a ARS possibilita o estudo a partir de uma pluralidade de pontos de vista, de diferentes áreas do conhecimento (como no caso deste estudo), permitindo uma abordagem interdisciplinar que dialoga entre os saberes das ciências sociais, humanas e exatas, necessárias para o estudo de RSI;
- c) foco nos padrões e na estrutura: a ARS proporciona uma melhor percepção e observação das inter-relações entre os conceitos teóricos centrais para o estudo de RSI (capital social, comunidades virtuais, polarização, etc.) a partir dos dados empíricos coletados dos públicos em rede.

Desta forma, a polarização política, estimulada pela disputa entre posições antagônicas dos candidatos e pelo formato de competição eleitoral em dois turnos, pode ser estudada pelas interações entre os agrupamentos (*clusters*) em torno das candidaturas por meio do uso das métricas de pesquisa da ARS.

3. Conjuntura política brasileira

Para a compreensão da conjuntura brasileira que vai influenciar o processo eleitoral de 2018 é preciso retroceder até o início da Operação Lava Jato e seus desdobramentos políticos. Em março de 2014 foi iniciada a Operação Lava Jato,

megaoperação da Polícia Federal apoiada pelo Ministério Público Federal, responsável por investigar crimes financeiros realizados por doleiros. Com a prisão do doleiro Alberto Youssef o foco da operação se tornou o desvio de dinheiro público na maior estatal brasileira, a Petrobras. A partir de prisões preventivas, delações premiadas e condenações, a Lava Jato revelou o envolvimento de diversos empreiteiros, figuras políticas e burocratas em esquemas de corrupção (PENTEADO & LERNER, 2018).

Dias antes do segundo turno das eleições presidenciais de 2014, Youssef declarou que Dilma Rousseff e o ex-presidente Lula tinham conhecimento dos esquemas de corrupção da Petrobras (TATAGIBA, 2018). A campanha de reeleição de Rousseff foi marcada por um clima hostil e pela polarização ideológica *online* e *offline*, culminando com sua eleição com uma margem de apenas 3% em relação ao candidato da oposição, Aécio Neves (PSDB), o qual contestou a legitimidade da vitória de Rousseff (CHAIA & BRUGNAGO, 2014). Em mídias digitais grupos de esquerda buscavam defender a ex-presidente de ataques e hostilidades por grupos de direita (PENTEADO et al., 2014).

A conjuntura de crise política e econômica de 2015 não ajudou com a popularidade de Rousseff e grupos opositores se mobilizaram ativamente contra o governo. No âmbito legislativo, Eduardo Cunha, presidente da Câmara dos Deputados na época, decidiu romper com o governo e iniciar um processo de impeachment (TATAGIBA, 2018). As redes sociais representaram um importante espaço de mobilização política para grupos favoráveis ao impeachment de Rousseff. Logo no início de 2015 houve grandes manifestações - organizadas e divulgadas por redes sociais - a favor do impeachment (DE FRANÇA et al., 2018a; PENTEADO & LERNER, 2018).

Em novembro de 2015 o Tribunal de Contas da União reprovou as contas do governo e duas semanas depois juristas brasileiros entregaram um pedido de impeachment à Câmara dos Deputados. Os protestos de 2016 endossavam o impeachment de Rousseff e pediam que o próximo alvo fosse o ex-presidente Lula,

novamente investigado pela Polícia Federal por conta da delação premiada de um publicitário que trabalhou nas campanhas do PT e por sua relação com empreiteiras (TATAGIBA, 2018).

Em abril de 2016 o impeachment de Dilma Rousseff foi aprovado pela Câmara dos Deputados e pelo Senado, sinalizando o afastamento temporário da presidente por 180 dias. Quatro meses depois o Plenário do Senado votou a favor da perda de mandato de Rousseff devido ao crime de responsabilidade fiscal (*idem*). A Presidência foi assumida pelo vice, Michel Temer, o qual enfrentou uma onda de protestos em 2017 após a revelação de seu envolvimento em um esquema de corrupção com a empresa JBS. No entanto, o presidente interino resistiu às pressões populares e permaneceu no cargo até 2018 (G1, 2017).

Em 5 de abril de 2018 o juiz Sérgio Moro decretou a prisão do ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva pelos crimes de lavagem de dinheiro e corrupção passiva referente ao caso do triplex de Guarujá. A condenação exigia que o ex-presidente se entregasse à Polícia Federal no dia 6. No entanto, Lula seguiu para o Sindicato dos Metalúrgicos em São Bernardo do Campo e apenas no dia 7 foi levado à sede da PF em Curitiba (MACHADO, 2018; UOL, 2018).

Durante os eventos da prisão alguns grupos se dividiram entre pró-Lula, denunciando uma perseguição política por parte da Justiça brasileira, e contra-Lula, comemorando a prisão. Esses grupos se manifestaram nas redes sociais, assumindo posicionamentos políticos e interagindo com outros usuários, e, conseqüentemente, articulando redes politicamente polarizadas, assim como nas eleições presidenciais de 2014 (ALVES, 2017; FIACADORI, LERNER, DE MIRANDA PINTO, 2018).

Este contexto de intensa agitação política, polarização e mobilização ideológica nas redes sociais marca as eleições presidenciais de 2018. Alguns eventos se destacaram nas eleições presidenciais de 2018, como protestos e escândalos políticos, e podem ter impactado a polarização política *online*. Em 15 de agosto foram apresentadas treze candidaturas para a presidência, foram elas:

Fernando Haddad (PT), Geraldo Alckmin (PSDB), Jair Bolsonaro (PSL), Ciro Gomes (PDT), Alvaro Dias (Podemos), Cabo Daciolo (Patriota), Guilherme Boulos (PSOL), Henrique Meirelles (MDB), João Amoêdo (Novo), João Goulart Filho (PPL), José Maria Eymael (PSDC), Marina Silva (Rede) e Vera Lúcia (PSTU) (BBC, 2018). No dia seguinte foram iniciadas as campanhas eleitorais e, apesar de seu encarceramento, o ex-presidente Lula ainda liderava as pesquisas de opinião (iG, 2018). Na noite do dia 17 de agosto a emissora RedeTV! promoveu um debate entre oito presidentiáveis. Entre os destaques do evento estão o embate entre Marina Silva e Bolsonaro sobre questões como porte de armas e desigualdade salarial entre homens e mulheres, falas contra o ex-presidente Lula por parte de Alvaro Dias e Jair Bolsonaro, e o uso de uma “cola” na mão de Jair Bolsonaro com os temas que deveria abordar no debate (MORAES, 2018).

Talvez o principal acontecimento na campanha eleitoral tenha sido o atentado contra Jair Bolsonaro no dia 6 de setembro. Ao participar de um ato de campanha em Juiz de Fora, Minas Gerais, o candidato pelo PSL sofreu um ataque com faca no abdômen. O suspeito foi preso e o presidentiável foi encaminhado para cirurgia na Santa Casa de Juiz de Fora (VEJA, 2018a). O atentado levou a uma intensa discussão entre grupos ideológicos nas redes sociais, destacando o embate entre alguns dos grupos ligados à esquerda que questionavam a veracidade do atentado, e outros grupos de direita tentando associar o ato à militância de esquerda e principalmente ao candidato Jean Wyllys do PSOL, um dos principais alvos do discurso de ódio nas redes pelos grupos radicais de direita, principalmente em relação à sua disputa com Bolsonaro (DA SILVA & PAIVA, 2016).

Após meses de especulação sobre um possível retorno do ex-presidente Lula às urnas, o mesmo teve sua candidatura barrada pelo Tribunal Superior Eleitoral e o Partido dos Trabalhadores pediu o registro de Fernando Haddad como presidentiável em 11 de setembro. A candidatura de Haddad foi aprovada pelo TSE em 25 de setembro com Manuela D’Ávila como candidata a vice na chapa (D’AGOSTINO, 2018).

A semana dos dias 23 a 29 de setembro foi marcada pelos protestos em repúdio a Jair Bolsonaro por diversas cidades dentro e fora do país. As manifestações lideradas por mulheres carregavam o slogan “#EleNão” e foram estimuladas após declarações sexistas do presidente (ROSSI, CARNEIRO, GRAGNANI, 2018). Em resposta a essa mobilização, apoiadores da campanha bolsonarista organizaram a *hashtag* #EleSim, a qual disponibilizou imagens para desqualificar as mobilizações de rua do #EleNão.

Em outubro houve a apuração dos votos do primeiro turno, que posicionaram Jair Bolsonaro (PSL) e Fernando Haddad (PT) para disputar o segundo turno. O TSE apontou que o candidato do PSL recebeu 49.276.990 de votos - representando 46,03% dos votos válidos - enquanto o candidato petista obteve 31.342.005, representando 29,28% dos votos válidos (TRIBUNAL SUPERIOR ELEITORAL, 2018). As campanhas eleitorais no rádio e na televisão foram reiniciadas em 12 de outubro.

A campanha do segundo turno abordou o escândalo envolvendo disparos em massa de conteúdo anti-PT pelo aplicativo WhatsApp. Em 18 de outubro a Folha de São Paulo (MELLO, 2018) revelou que empresários apoiadores de Jair Bolsonaro estariam financiando um esquema que utilizaria diversas bases de dados para enviar mensagens contra o Partido dos Trabalhadores. Em resposta a esse evento foram criadas as *hashtags* “Caixa2doBolsonaro”, “folhafakenews” e “votoemcedula”, a primeira *hashtag* subiu aos Trending Topics do Twitter no Brasil, e as duas outras foram impulsionadas por apoiadores de Bolsonaro (GOMES, 2018).

Também gerou intensas discussões nas plataformas de redes sociais a negativa da participação de Bolsonaro nos debates com Haddad. Ambas candidaturas procuraram apresentar argumentos para justificar a ausência, no caso de Bolsonaro, principalmente por “recomendação médica”, e no lado petista, para criticar a falta de projeto para o país e o despreparo do candidato do PSL.

As eleições para o segundo turno ocorreram em 28 de novembro, garantindo mais de 55% dos votos válidos para Jair Bolsonaro. Após a vitória, Bolsonaro

discursou em uma *live* do Facebook para seus seguidores e, em seguida, veiculou outro discurso por meio de emissoras de televisão (VEJA, 2018b).

4. Metodologia

Os procedimentos metodológicos se dividiram nas etapas de coleta, processamento e análise dos dados. A coleta de dados foi realizada a partir da API do Twitter, uma biblioteca de programação que permite o acesso público a até 1% dos *tweets* que circulam globalmente em um determinado período de tempo (MAKICE, 2009). *Tweets* de contas oficiais de todos os candidatos (presidente e vice) e *retweets* a postagens dessas mesmas contas foram coletados continuamente de 17 de agosto a 29 de outubro de 2018, período que engloba desde o início da campanha eleitoral até a apuração do segundo turno das eleições. O perfil @lulaoficial foi incluído na coleta até uma semana depois da candidatura de Haddad se tornar oficial. O candidato General Hamilton Mourão, vice na chapa de Jair Bolsonaro, não possuía conta no Twitter até o fim das eleições e, portanto, não foi incluído na coleta. Durante as semanas em que ocorreram eventos importantes de campanha, como debates ou entrevistas em emissoras de TV aberta, foram coletados adicionalmente *tweets* com *hashtags* que caracterizaram tais eventos, como, por exemplo, *debateredeTV*, *cbng1*, *AlckminnoJN*, *BolsonaronoJN*, *CironeJN*, e *MarinanoJN*. Após a apuração do primeiro turno em 7 de outubro de 2018, os termos de coleta se resumiram a “*jairbolsonaro*”, “*haddad_fernando*” e “*manueladavila*”, as contas dos candidatos que prosseguiram no segundo turno.

Ao todo, foram coletados 3.311.060 *tweets*, dos quais 64,3% foram *retweets*. Na etapa de processamento, foram considerados apenas os *retweets*, que por sua vez foram agrupados por semana, em períodos que se iniciaram nas primeiras horas de domingo e seguiram até meia-noite do sábado seguinte. Foram selecionadas cinco semanas para análise: de 17 a 25 de agosto, quando se iniciou a campanha eleitoral oficial; de 9 a 15 de setembro, quando Fernando Haddad assume a candidatura pelo PT; de 23 a 29 de setembro, semana marcada pelas campanhas

#EleNão *versus* #EleSim nas mídias sociais; de 7 a 13 de outubro, quando ocorre a apuração do primeiro turno e se inicia a campanha do segundo turno; e de 14 a 20 de outubro, semana anterior à votação.

Com auxílio do *software* Gephi 0.9.2, os dados de *retweets* foram processados semana a semana, com o objetivo de identificar agrupamentos em comunidades em torno das contas oficiais dos candidatos. Como o agrupamento de nós (usuários do Twitter que interagiram com postagens dos candidatos) não era conhecido a priori, foram aplicados os seguintes métodos de análise de *cluster* para detectar automaticamente grupos nos dados: algoritmo de modularidade com resolução fixa 5.0 e decomposição aleatória. O algoritmo de modularidade implementado no Gephi procura os nós que são mais densamente conectados entre si do que o resto da rede. Esse algoritmo foi escolhido porque uma alta pontuação de modularidade indica estrutura interna sofisticada (geralmente chamada de estrutura de comunidade) e descreve como a rede é compartimentalizada em sub-redes. Em geral, o parâmetro de resolução descreve o quanto as arestas entre grupos impactam no escore de modularidade, já a aleatorização das arestas foi escolhida de modo a preservar o grau de cada vértice. Isso é importante porque a modularidade não tem significado no nível individual; os nós são apenas classificados ou agrupados em comunidades.

Para o desenho dos grafos foi utilizada a distribuição 0.9.2 do Gephi, do qual foi escolhido o algoritmo *Force Atlas 2* com a configuração de repulsão aproximada, modo *LinLog* e evitar sobreposição. Este algoritmo foi escolhido por ser o mais adequado dentre os disponíveis para criar *layouts* de redes muito densas. As configurações foram selecionadas de forma a manter os nós separados uns dos outros, para que eles não se interceptassem demasiadamente. O tamanho da fonte dos rótulos foi estabelecido através do atributo 'grau de entrada' (quantos *retweets* foram recebidos), ou seja, os rótulos mais destacados representam as contas que foram mais retuitadas em cada período analisado. Nas figuras apresentadas na

Seção 5 pode-se observar apenas quem recebeu ao menos 25 *retweets* durante a semana, valor que evidenciou os mais influentes na campanha via Twitter.

5. Resultados

A seguir apresentamos os grafos plotados a partir da coleta e processamento de *retweets* de semanas selecionadas durante o período eleitoral.

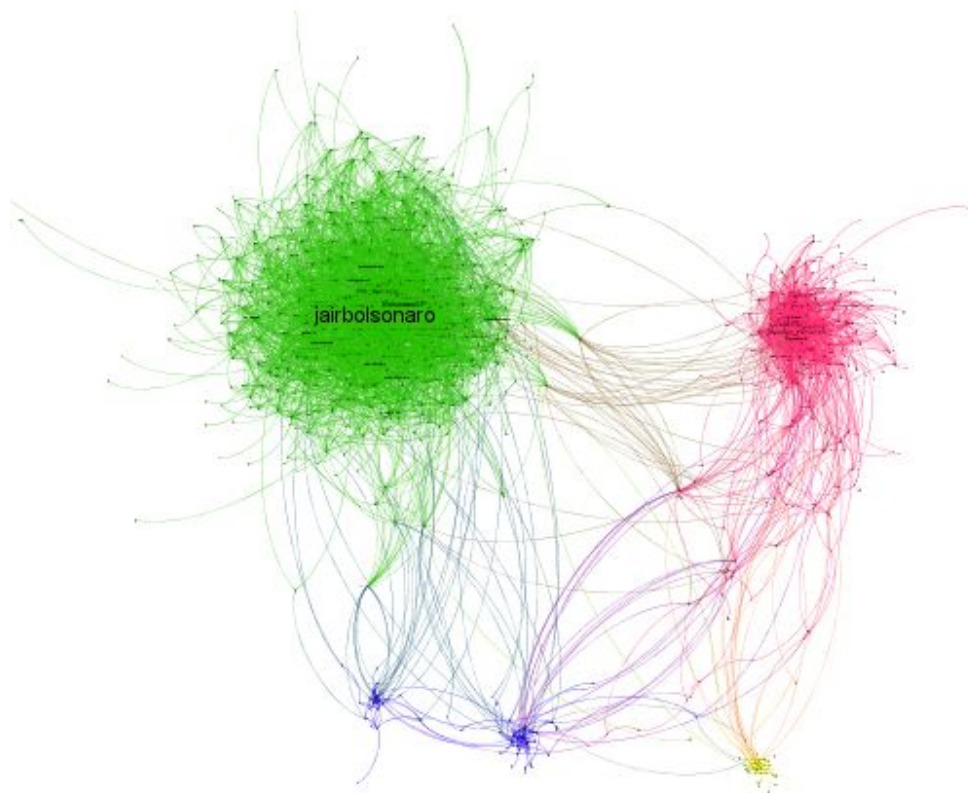


FIGURA 1 – Rede de *retweets* da semana entre 17 e 25 de agosto de 2018
FONTE – AUTORAS, 2019.

A rede de *retweets* na Figura 1 apresenta 765 nós (perfis no Twitter) e 4.648 arestas (relações entre esses perfis), e foi formada durante o período de apresentação de candidaturas. Nessa rede identificam-se quatro comunidades (*clusters*): verde, vermelho, amarelo e azul. O *cluster* verde é a maior e mais densa comunidade da rede e se articula em torno da conta de Jair Bolsonaro (@JairBolsonaro), os principais perfis vinculados a essa comunidade são Eduardo Bolsonaro (@BolsonaroSP), filho do presidente, a conta oficial do PSL

(@PSL_Nacional) e Filipe Martins (@filgmartin), analista político, entre outros perfis de direita. O *cluster* vermelho se organiza em torno da conta de Fernando Haddad (@Haddad_Fernando) e liga os perfis do ex-presidente Lula (@LulaOficial), a candidata a vice Manuela d'Ávila (@ManuelaDavila), a presidenciável Marina Silva (@MarinaSilva) e a conta oficial do PT (@pt_brasil), e ainda se conecta a outras figuras de esquerda como o presidenciável Guilherme Boulos (@GuilhermeBoulos) e perfis ligados ao PSOL. A conta do presidenciável Ciro Gomes (@cirogomes) articula a comunidade amarela e se conecta com os perfis da candidata a vice em sua chapa Kátia Abreu (@KatiaAbreu), um perfil regional do presidenciável (@CiroGomesRN) e um perfil de paródia (@CiraodoCerrado), entre outras contas que discutem o presidenciável. Por fim, o *cluster* azul se organiza a partir dos perfis dos presidenciáveis João Amoedo (@joaoamoedonovo), Henrique Meirelles (@meirelles) e Geraldo Alckmin (@geraldoalckmin). Nota-se a presença de diversos pontos de comunicação entre as comunidades, ou seja, usuários pertencentes a um *cluster* que são retuitados por usuários de outro *cluster*.

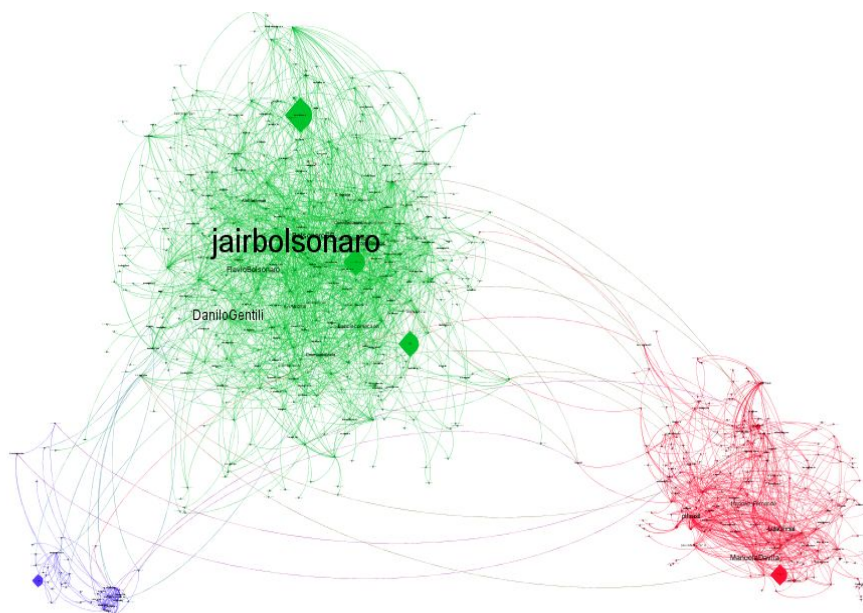


FIGURA 2 – Rede de *retweets* da semana entre 9 e 15 de setembro de 2018
FONTE – AUTORAS, 2019.

A partir da Figura 2 pode-se observar a redução para três comunidades distintas: o *cluster* verde ligado a Jair Bolsonaro, o *cluster* vermelho em torno de Fernando Haddad e o *cluster* azul estabelecido a partir dos perfis de Geraldo Alckmin e João Amoedo. Esta rede possui 668 nós e 2.617 arestas, o que representa uma diminuição de densidade em relação à rede da Figura 1. A semana relativa aos *retweets* dessa rede foi marcada pela oficialização da candidatura de Fernando Haddad pelo PT. Nesta semana novos nós entram em evidência na comunidade verde como o humorista Danilo Gentili e o senador Flávio Bolsonaro. Neste momento a comunidade vermelha reúne perfis do PT, PSOL e o *cluster* ligado a Ciro Gomes. Finalmente, o *cluster* azul agrega perfis do PSDB e do Partido Novo. Neste momento os *clusters* verde e vermelho apresentam densidade média enquanto o *cluster* azul se separa em dois pontos focais. Ainda é notada a presença de nós que são retuitados por usuários ideologicamente distantes.

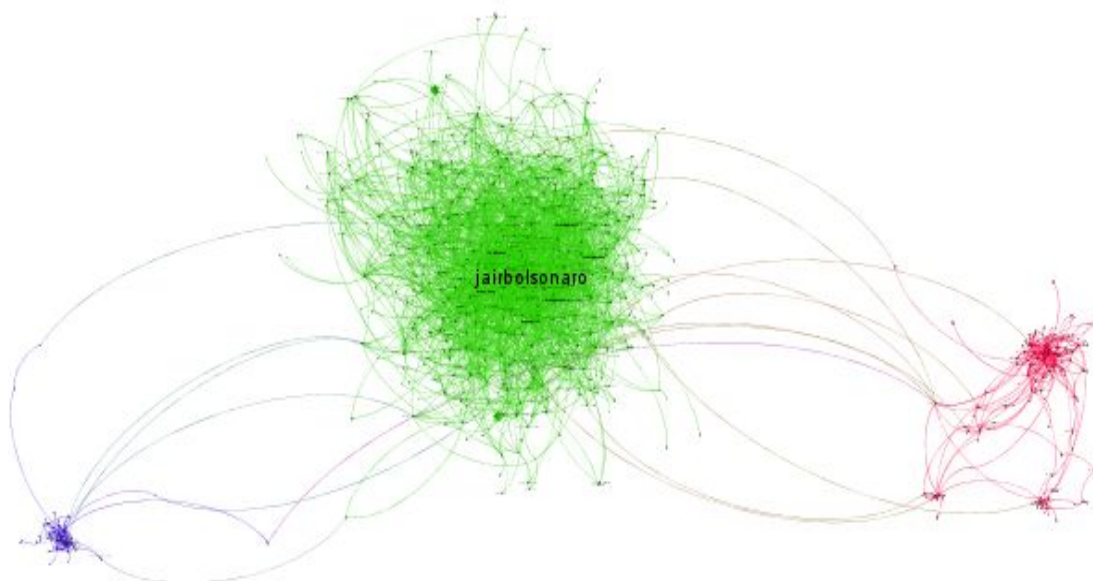


FIGURA 3 – Rede de *retweets* da semana entre 23 e 29 de setembro de 2018
FONTE – AUTORAS, 2019.

A rede na Figura 3 exibe as três comunidades destacadas anteriormente, porém, apresenta um aumento na quantidade de nós para 700 e na quantidade de arestas para 2.799. A semana em que esses *retweets* ocorreram coincide com a

manifestação de mulheres contra o candidato Jair Bolsonaro a partir do slogan “#EleNão” e o contra-protesto “#EleSim” nas redes sociais. No entanto, as comunidades vermelha e azul se tornaram menos densas, ou seja, apresentam menos conexões entre os usuários. O *cluster* verde é caracterizado por *retweets* de mensagens produzidas principalmente pelos políticos da família Bolsonaro, pela conta oficial do PSL e pelo perfil da mídia Conexão Política. Neste momento a comunidade em vermelho agrega perfis de esquerda, os *clusters* que envolvem Ciro Gomes e Marina Silva, e um conjunto de nós relacionado ao PSDB como os perfis de Geraldo Alckmin e sua candidata a vice Ana Amélia Lemos. O *cluster* azul envolve perfis relacionados ao Partido Novo como o presidenciável João Amoedo. Esta rede também é caracterizada por uma diminuição na quantidade de nós que interligam as diferentes comunidades.

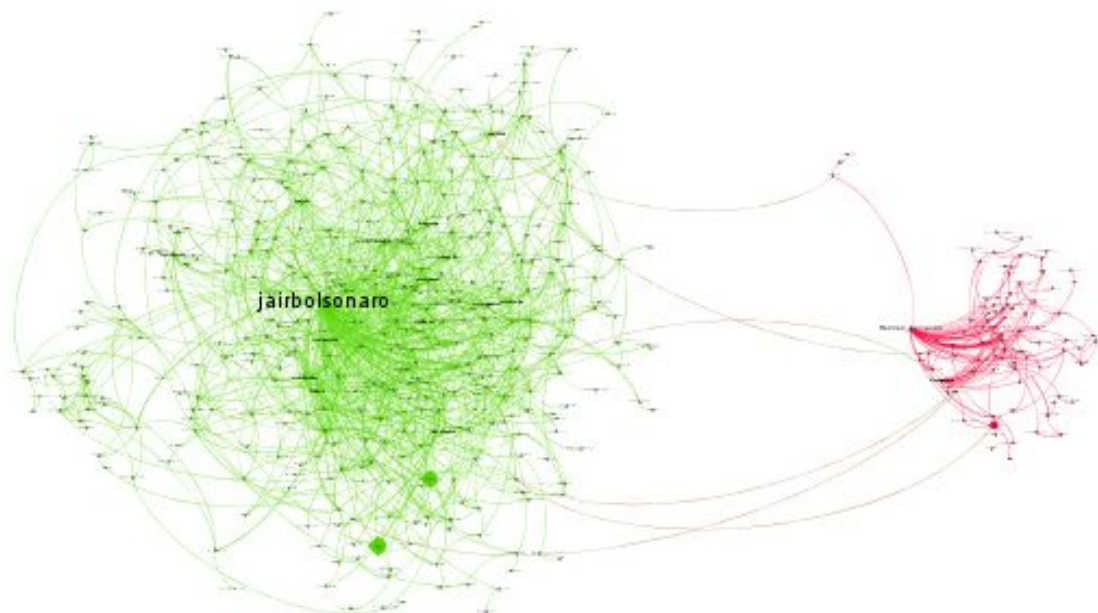


FIGURA 4 – Rede de *retweets* da semana entre 7 e 13 de outubro de 2018
FONTE – AUTORAS, 2019.

O momento em que é formada a rede da Figura 4 é caracterizado pela apuração dos votos do primeiro turno e identifica-se a formação de uma rede bipolarizada. Esta rede apresenta 497 nós e 1.364 arestas, o que configura uma queda em relação às semanas anteriores e pode indicar que ainda se produzia

conteúdo político, mas o mesmo não foi replicado com a mesma intensidade. O *cluster* verde em torno de Jair Bolsonaro se torna mais difuso, mas ainda concentra mais usuários que a comunidade vermelha. Nesse momento os nós que se destacam no *cluster* verde são os perfis da jornalista Joice Hasselmann e do vereador Fernando Holiday. O perfil de João Amoedo também aparece ligado a essa comunidade. No *cluster* vermelho se destacam os *retweets* a partir das contas de Fernando Haddad e Manuela d'Ávila por diversos perfis de esquerda. Este *cluster* se apresenta menos denso, com poucos nós e fracas conexões entre eles, com a exceção de ligações ao candidato petista. Os perfis de Marina Silva, Ciro Gomes e outros presidenciais - durante o primeiro turno - não constam na rede, e as conexões entre as comunidades são feitas por poucos nós.

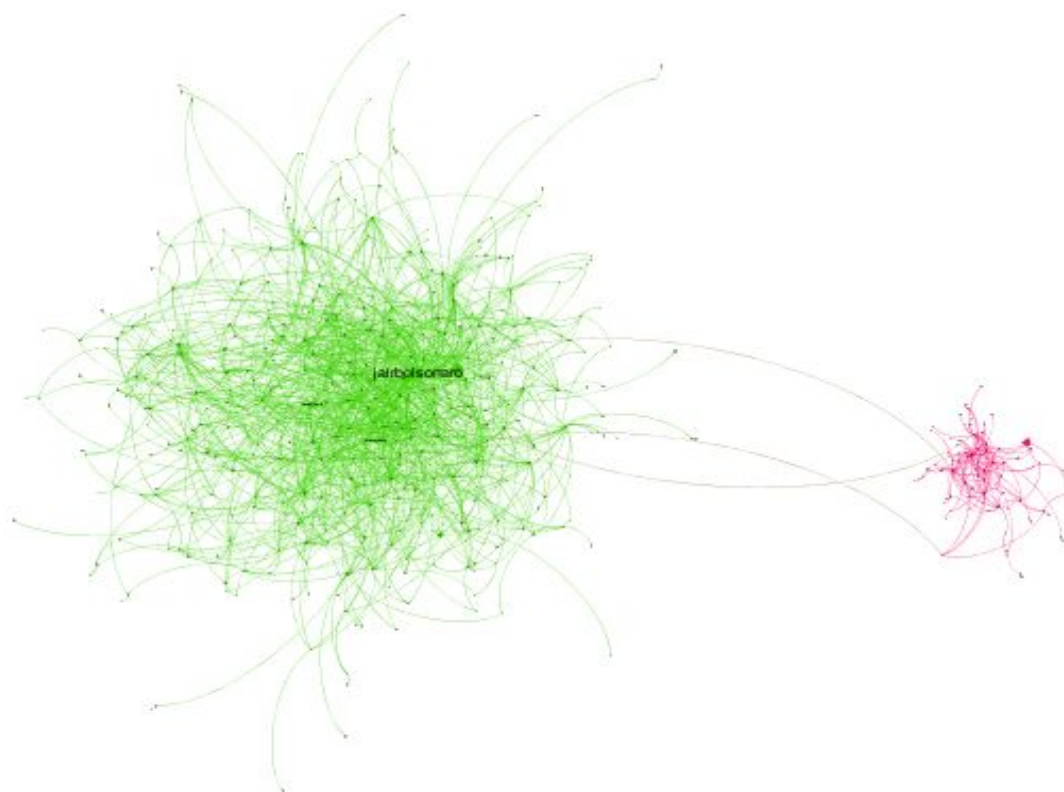


FIGURA 5 – Rede de *retweets* da semana entre 14 e 20 de outubro de 2018
FONTE – AUTORAS, 2019.

Finalmente, a rede formada na Figura 5 foi elaborada a partir de *retweets* publicados durante a campanha do segundo turno e apresenta 486 nós e 1.464

arestas, seguindo o padrão da última rede. Apesar da queda na quantidade de usuários e conexões entre eles, a comunidade verde permanece mais densa e abrangente que a comunidade vermelha. No *cluster* verde se destacam os perfis do empresário Luciano Hang, do humorista Danilo Gentili e do político Xico Graziano, além do denso conjunto de ligações em torno de Jair Bolsonaro. Na comunidade vermelha predominam *retweets* a partir das contas de Fernando Haddad e Manuela d'Ávila, com um pequeno destaque para a Mídia Ninja. O perfil de Ciro Gomes aparece novamente vinculado ao *cluster* vermelho. Nesta rede apenas três nós ligam as comunidades, são eles: Manuela d'Ávila, o perfil da mídia Poder360 e o perfil de um apoiador petista (@JotaKar).

Na Tabela 1, há um resumo das redes de *retweets* analisadas. Os grafos das figuras 1 a 5 incluem menos de 1% dos perfis coletados, porém são relativos a personalidades influentes na campanha, no sentido de terem sido mais retuitadas.

TABELA 1
 Sumário dos dados das redes

Semana	Evento marcante	Perfis na rede total de RT	Candidatos em cada agrupamento	Rede perfis c/ ao menos 25 RT		
				perfis	%	grafo
17 a 25/ago	Início da campanha	100.916	Bolsonaro	395	51.6%	Fig. 1
			Haddad, Marina, Boulos	258	33.7%	
			Amoedo, Alckmin, Meirelles	70	9.2%	
			Ciro Gomes	39	5.1%	
9 a 15/set	Haddad - candidatura oficial	97.884	Bolsonaro, Meirelles	401	60.0%	Fig. 2
			Haddad, Ciro, Marina, Boulos	222	33.2%	
			Alckmin, Amoedo	45	6.7%	
23 a 29/set	#EleNão versus #EleSim	95.444	Bolsonaro	474	67.7%	Fig. 3
			Haddad, Ciro, Alckmin, Meirelles, Marina, Boulos	176	25.1%	
			Amoedo	50	7.1%	
7 a 13/out	Apuração 1º turno	143.170	Bolsonaro, Amoedo	409	82.3%	Fig. 4
			Haddad, Ciro, Boulos	88	17.7%	
14 a 20/out	Campanha 2º turno	111.315	Bolsonaro, Amoedo	403	82.9%	Fig. 5
			Haddad, Boulos	83	17.1%	

FONTE – AUTORAS, 2019.

Os candidatos relacionados na Tabela 1 são os que aparecem na sub-rede que inclui apenas os perfis que receberam pelo menos 25 *retweets* em cada semana analisada. Notam-se movimentações de alguns deles entre as comunidades ao longo do tempo como, por exemplo, João Amoedo do Partido Novo que inicia a campanha com um padrão de *retweets* que o coloca próximo a perfis do PSDB e PMDB, fica isolado na semana do embate #EleNão versus #EleSim e, por fim, passa a pertencer ao mesmo agrupamento de Bolsonaro nas últimas semanas de campanha.

Observa-se um crescimento gradativo da comunidade de Bolsonaro: de 51,6% na primeira semana analisada salta para 67,7% ao fim do primeiro turno e passa de 82% no segundo turno.

6. Considerações Finais

A partir dos grafos apresentados pode-se observar que no início da campanha eleitoral havia a formação de comunidades em torno de alguns dos principais candidatos à presidência como Jair Bolsonaro, Fernando Haddad, Ciro Gomes, João Amoedo e Geraldo Alckmin. Durante os eventos que marcaram a campanha os nós que representam essas figuras políticas se deslocaram entre os *clusters* e muitos perderam visibilidade, pois passaram a ser menos retuitados.

A aproximação ou repulsão dos nós representados nos grafos ocorre pela confluência ou distanciamento de pautas no momento, o que pode ser notado no grafo elaborado a partir dos *retweets* da semana em que ocorreu o protesto contra Jair Bolsonaro, no qual Ciro Gomes, Marina Silva e Geraldo Alckmin se posicionam na comunidade organizada em torno de Fernando Haddad (FIG. 3).

O desaparecimento de nós dos grafos está ligado à diminuição na quantidade de *retweets* que as mensagens receberam. O parâmetro utilizado para que um nó fosse exibido é o recebimento de 25 ou mais *retweets*, desse modo, figuras que não são notadas nas duas últimas semanas analisadas ainda poderiam produzir

conteúdo, mas o mesmo não foi replicado com a mesma intensidade apresentada anteriormente⁵.

Nota-se que as candidaturas com maiores redes de apoiadores, desde o começo da campanha, obtiveram o melhor desempenho eleitoral. As comunidades de Jair Bolsonaro e Fernando Haddad são as mais expressivas desde a primeira semana analisada. Nesse sentido, a comunidade organizada a partir de Jair Bolsonaro apresentou o maior nível de densidade relativo aos outros grupos, ou seja, os nós envolvidos nesse *cluster* replicaram conteúdo de usuários dessa mesma rede em maior quantidade que usuários de outras comunidades durante o período abordado, evidenciando uma grande mobilização.

Nos grafos apresentados percebe-se a composição de comunidades distintas, as quais representam o alinhamento ideológico de usuários. A comunidade azul relaciona partidos e figuras de centro direita como o PSDB, Geraldo Alckmin, Partido Novo e João Amoedo. No entanto, ao final da análise essa comunidade se dissipa e Amoedo aparece vinculado à sub-rede de Bolsonaro. Do mesmo modo, Ciro Gomes, que se apresentou como uma alternativa ao PT e a Bolsonaro, centralizava uma sub-rede e alinhou-se à comunidade de Haddad em momentos da campanha até desaparecer dos grafos. Nesse sentido, Marina Silva - anteriormente filiada ao PT - se apresenta relacionada à comunidade de Haddad desde a primeira semana analisada.

Os resultados indicam que a polarização política em dois grandes *clusters* somente se efetiva no segundo turno, onde a campanha naturalmente força um processo de polarização. Nesse momento ambas as redes se tornam menos densas e mais dispersas, mas ainda é possível notar a discrepância entre a magnitude das comunidades de Jair Bolsonaro e Fernando Haddad.

Ademais, nota-se que alguns nós intermedeiam a comunicação entre as comunidades desde a primeira semana analisada, mas ao final da campanha esses nós são reduzidos a três usuários dentre os que são muito retuitados. Esses nós

⁵ Importante destacar que a amostra por meio da API só permite a coleta de um percentual do total de *tweets* selecionados pela própria interface.

mediadores desempenhavam um papel controverso nas redes, pois replicavam mensagens de uma comunidade antagônica satirizando ou atacando o conteúdo e seu remetente. Neste sentido, a pesquisa indica uma agenda de pesquisa voltada para o estudo das disputas narrativas apresentadas pelos agrupamentos em torno dos candidatos.

Referências

- ALVES, M. Campanha não oficial – A Rede Antipetista na eleição de 2014. **Revista Fronteiras – estudos midiáticos**, Rio Grande do Sul, v. 19, n. 1, 2017, p. 102-119.
- BBC. Eleições 2018: as propostas de todos os candidatos a presidente do Brasil. **BBC News Brasil: online**, São Paulo, 17/08/2018. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/brasil-45215784>. Acesso em: 27 de fevereiro de 2019.
- CARVALHO, C.; DE FRANÇA, F. O.; GOYA, D. H.; PENTEADO, C. L. C. Brazilians Divided: Political Protests as Told by Twitter. In: HAMEURLAIN, A.; KÜNG, J.; WAGNER, R.; ANJOMSHOAA, A.; HUNG, R. C. K.; KALISCH, D.; SOBOLEVSKY, S. (Org). **Transactions on Large-Scale Data- and Knowledge-Centered Systems XXVII**. Berlin: Springer, 1ed., 2016 (2016a), p. 1-18.
- CARVALHO, C.; DE FRANÇA, F. O.; GOYA, D. H.; PENTEADO, C. L. C. The people have spoken: Conflicting Brazilian protests on Twitter. In: **Proceedings of the 49th Hawaii International Conference on System Sciences (HICSS)**, 5-8 January 2016 (2016b), Koloa, Kauai, Hawaii, EUA.
- CERVI, E. U.; Massuchin, M. G. (Org.); CARVALHO, F. C. de (Org.). **Internet e eleições no Brasil**. 1. ed. Curitiba: CPOP, 2016. v. 1, 430p.
- CHAIA, V. L. M; BRUGNAGO, F. A nova polarização política nas eleições de 2014: Radicalização ideológica da direita no mundo contemporâneo do Facebook. **Aurora: revista de arte, mídia e política**, São Paulo, v. 7, n. 21, 2014, p. 99-129.
- DA SILVA, L. B.; PAIVA, C. C. Os embates discursivos entre os parlamentares Jean Wyllys e Bolsonaro durante a votação do impeachment. **Temática**, João Pessoa, v. 12, n. 8, 2016, p. 129-145.
- D'AGOSTINO, R. TSE aprova registro de Haddad como candidato a presidente. **G1: online**, Brasília, 25/09/2018. Disponível em: <https://g1.globo.com/politica/eleicoes/2018/noticia/2018/09/25/tse-aprova-registro-da-candidatura-de-fernando-haddad-a-presidencia.ghtml>. Acesso em: 27 de fevereiro de 2019.
- DE FRANÇA, F. O.; GOYA, D. H.; PENTEADO, C. L. C. User profiling of the Twitter Social Network during the impeachment of Brazilian President. **Social Network Analysis and Mining**, v. 8, n. 1, 2018a, p. 1-18.
- DE FRANÇA, F.; GOYA, D.; PENTEADO, C. L. C. Analysis of the Twitter Interactions during the Impeachment of Brazilian President. In: **Proceedings of the 51st Hawaii International Conference on System Sciences**, 2-6 January 2018 (2018b), Waikoloa Village, Hawaii, USA.
- DEL VICARIO, M; ZOLLO, F; CALDARELLI, G; SCALA, A; QUATTROCIOCCI, W. Mapping social dynamics on Facebook: The Brexit debate. **Social Networks**, v. 50, 2017, p. 6-16.
- FIACADORI, G.; LERNER, C.; DE MIRANDA PINTO, R. A. Lula na cadeia: eu fui! - uma análise comparativa do conteúdo das páginas do Movimento Brasil Livre, Movimento Contra Corrupção e VemPraRua no Facebook. In: **42º Encontro Anual da Anpocs**, 2018, Caxambu. Anais do 42º Encontro Anual da Anpocs. São Paulo: Anpocs, 2018, p. 1-29.
- GOMES, B. #Caixa2doBolsonaro é 1º lugar nos Trending Topics do Twitter no mundo. **Terra: online**, 18/10/2018. Disponível em: <https://www.terra.com.br/noticias/brasil/politica/caixa2dobolsonaro-e-1-lugar-nos-trending-topics-do-twitter-no-mundo,1b7874b9095472e88abf9715b57aa5afagglacu.html>. Acesso em: 27 de fevereiro de 2019.

- G1. Manifestações pedem 'fora Temer' em 19 estados e no DF. **G1: online**, São Paulo, 21/05/2017. Disponível em: <https://g1.globo.com/politica/noticia/manifestacoes-contra-temer-neste-domingo-21.ghtml>. Acesso em: 27 de fevereiro de 2019.
- HABERMAS, J. **Mudança estrutural da esfera pública: investigações quanto a uma categoria da sociedade burguesa**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 2003.
- iG. Pesquisa Ibope: Lula lidera intenções de voto e abre vantagem sobre Bolsonaro. **iG São Paulo: online**, São Paulo, 20/08/2018. Disponível em: <https://ultimosegundo.ig.com.br/politica/2018-08-20/eleicoes-2018.html>. Acesso em: 27 de fevereiro de 2019.
- LACLAU, E.; MOUFFE, C. **Hegemonia e Estratégia Socialista: por uma política democrática radical**. São Paulo: Intermeios; Brasília: CNPq, 2015.
- MACHADO, L. Após ordem de prisão, Lula se reúne com cúpula do PT no Sindicato dos Metalúrgicos do ABC. **G1: online**, São Paulo e São Bernardo do Campo, 05/04/2018. Disponível em: <https://g1.globo.com/sp/sao-paulo/noticia/apos-pedido-de-prisao-lula-se-reune-com-cupula-do-pt-no-sindicato-dos-metalurgicos-do-abc.ghtml>. Acesso em: 27 de fevereiro de 2019.
- MAKICE, K. **Twitter API: Up and running – Learn how to build applications with the Twitter API**. Sebastopol: O'Reilly Media, 2009.
- MATAKOS, A.; TERZI, E.; TSAPARAS, P. Measuring and moderating opinion polarization in social networks. **Data Mining and Knowledge Discovery**, v. 31, n. 5, 2017, p. 1480-1505.
- MCPHERSON, M.; SMITH-LOVIN, L.; COOKE, J. M. Birds of a Feather: Homophily in Social Networks. **Annual Review of Sociology**, v. 27, n. 1, 2001, p. 415-444.
- MELLO, P. C. Empresários bancam campanha contra o PT pelo WhatsApp. **Folha de São Paulo: online**, São Paulo, 18/10/2018. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/10/empresarios-bancam-campanha-contra-o-pt-pelo-whatsapp.shtml>. Acesso em: 27 de fevereiro de 2019.
- MIGUEL, L. F. Promessas e limites da democracia deliberativa. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, São Paulo, v. 16, n. 46, 2001, p. 175-177.
- MORAES, I. Saiba como foi o segundo debate entre presidentiáveis, na RedeTV!. **O Estado de São Paulo: online**, São Paulo, 18/08/2018. Disponível em: <https://politica.estadao.com.br/noticias/eleicoes,saiba-como-foi-o-segundo-debate-entre-presidenciaveis-na-redetv,70002460151>. Acesso em: 27 de fevereiro de 2019.
- MOUFFE, C. **Sobre o Político**. São Paulo: Ed. WMF Martins Fontes, 2015.
- OLIVEIRA, E. T. C.; DE FRANÇA, F. O.; GOYA, D. H.; PENTEADO, C. The Influence of Retweeting Robots During Brazilian Protests. In: **49th Hawaii International Conference on System Sciences (HICSS)**, 5-8 January 2016 (2016b), Koloa, Kauai, Hawaii, EUA, p. 2068-2076.
- PAPACHARISSI, Z. The virtual sphere 2.0: The Internet, the public sphere, and beyond. **New Media & Society**, Chicago, v. 4, n. 1, 2002, p. 9-27.
- PARISER, Eli. **The Filter Bubble**. New York: The Penguin Press, 2011.
- PENTEADO, C. L.; GOYA, D. H.; DE FRANÇA, F. O. O debate político no twitter nas eleições presidenciais de 2014 no brasil. **Em Debate**, Belo Horizonte, v. 6, n. 6, 2014, p. 47-54.
- PENTEADO, C. L. C.; GUERBALI, J. As manifestações do impeachment no Twitter: uma análise sobre as manifestações de 2015. **Ponto-e-Vírgula (PUCSP)**, v. 19, 2016, p. 23-43.
- PENTEADO, C. L. C.; LERNER, C. A direita na rede: mobilização online no impeachment de Dilma Rousseff. **Em Debate**, Belo Horizonte, v. 10, n.1, 2018, p. 46-53.
- RECUERO, R. Contribuições da Análise de Redes Sociais para o estudo das redes sociais na Internet: o caso da hashtag #Tamojuntodilma e #CalaabocaDilma. **Fronteiras - estudos midiáticos**, São Leopoldo, v. 16, n. 2, 2014, p. 60-77.
- RECUERO, R.; ZAGO, G.; SOARES, F. G. Mídia social e filtros-bolha nas conversações políticas no Twitter. **XXVI Encontro Anual da Compós**, Faculdade Cásper Líbero, São Paulo - SP, 06 a 09 de junho de 2017, p. 1-27.
- RANCIÈRE, J. O dissenso. In: **A crise da razão**. Organizador: NOVAES, Adauto (Org.). São Paulo: Companhia das Letras, 1996.

- ROSSI, A.; CARNEIRO, J. D.; GRAGNANI, J. #EleNão: A manifestação histórica liderada por mulheres no Brasil vista por quatro ângulos. **BBC News Brasil: online**, São Paulo, Rio de Janeiro e Londres, 30/09/2018. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/brasil-45700013>. Acesso em: 27 de fevereiro de 2019.
- SOON, C.; KLUVER, R. Uniting political bloggers in diversity: Collective identity and web activism. **Journal of Computer-Mediated Communication**, v. 19, n. 3, 2014, p. 500-515.
- SUNSTEIN, C. R. **#Republic: Divided Democracy in the Age of Social Media**. Princeton: Princeton University Press, 2017.
- TATAGIBA, L. Entre as ruas e as instituições: os protestos e o impeachment de Dilma Rousseff. **Lusotopie**, v.17, n.1, 2018, p. 112-135.
- TRIBUNAL SUPERIOR ELEITORAL. Concluída a totalização de votos do 1º turno das Eleições 2018. **TSE Imprensa: online**, Brasília, 09/10/2018. Disponível em: <http://www.tse.jus.br/imprensa/noticias-tse/2018/Outubro/concluida-totalizacao-de-votos-do-1o-turno-das-eleicoes-2018>. Acesso em: 27 de fevereiro de 2019.
- UOL. Moro decreta prisão de Lula e determina que ele se apresente até sexta (6). **UOL Notícias: online**, São Paulo, 05/04/2018. Disponível em: <https://noticias.uol.com.br/politica/ultimas-noticias/2018/04/05/moro-decreta-prisao-de-lula-e-determina-que-ele-se-apresente-ate-amanha.htm>. Acesso em: 27 de fevereiro de 2019.
- VEJA. Bolsonaro leva facada em atentado durante campanha em Juiz de Fora. **VEJA: online**, São Paulo, 07/09/2018 (2018a). Disponível em: <https://veja.abril.com.br/politica/bolsonaro-leva-facada-em-atentado-durante-campanha-em-juiz-de-fora/>. Acesso em: 28 de fevereiro de 2019.
- VEJA. Eleições 2018: Jair Bolsonaro é eleito presidente do Brasil. **VEJA: online**, São Paulo, 30/10/2018 (2018b). Disponível em: <https://veja.abril.com.br/politica/eleicoes-2018-segundo-turno-apuracao-resultado-presidente-ao-vivo/>. Acesso em: 27 de fevereiro de 2019.