



ST04 Ciberpolítica, ciberativismo e cibercultura

TWITTER E IDEOLOGIA NAS ELEIÇÕES PRESIDENCIAIS DE 2018¹

Profa. Dra. Sylvia Iasulaitis (*UFSCar*)

Profa. Dra Maria do Socorro Sousa Braga (*UFSCar*)

Dtd. Arianne Duarte Selegim (*UFSCar*)

Caxambu – MG

2019

¹ Agradecemos o apoio do pesquisador Álvaro Lorencetti Brolo, que colaborou com esta pesquisa na categorização de dados e à Aiane de Oliveira Vieira, que participou de pesquisa anterior (Iasulaitis & Vieira, 2019), que suscitou questões importantes que são aprofundadas neste artigo.

1. Introdução

“Vamos juntos livrar o Brasil das garras ideológicas da esquerda!” (@jairbolsonaro 22/out/2018). Esse *tweet* do então candidato Jair Bolsonaro (PSL) ilustra o tom ideológico que se imprimiu à disputa presencial brasileira em 2018. Analisar esse pleito requer que voltemos a fazer perguntas simples, porque entendemos, tal como em outros períodos de transição, difíceis de entender e de percorrer, ser necessário recuperar a capacidade de formular perguntas elementares que, depois de feitas, são capazes de trazer uma nova luz à nossa perplexidade (Santos, 2001). Esse foi o movimento feito por Bobbio (1995) quando questionou: “Direita e esquerda ainda existem? E se existem ainda, e estão em campo, como se pode dizer que perderam completamente significado? E se ainda têm significado, qual é ele?”. E é desta questão elementar que deriva a principal pergunta que dirige nossa pesquisa:

P₁: Em que medida o pleito presidencial brasileiro de 2018 foi estruturado em termos ideológicos?

Colocada nesses termos, a primeira pergunta que dirige essa investigação traz à tona problematizações já consideradas clássicas na Ciência Política: se os eleitores não sabem o que é direita/esquerda faz sentido que candidatos e os partidos organizem suas estratégias em função dessa distribuição? Tal questão foi discutida pelas diversas correntes do comportamento eleitoral: o modelo sociológico (Lipset, 2012), a vertente da competição espacial (Downs, 1999) a escola psicossociológica, dentre outras. Esta última desacreditou a importância da ideologia em pleitos eleitorais, uma vez que as democracias modernas são marcadas por uma fraca estruturação do pensamento do público de massa. No entanto, a literatura especializada trouxe um elemento fundamental para a consideração da importância da ideologia em pleitos eleitorais: a contextualização das disputas. É a partir desse elemento que Nie et al. apud Singer (2002) desenvolvem a hipótese ambientalista². Nesses termos, a ideologia serve para explicar as disputas mesmo em um contexto no qual a maioria do eleitorado seja destituída de um pensamento político logicamente estruturado, demonstrando que a adesão a uma bandeira ideológica não requer alta sofisticação. Essa situação intermediária, que resulta na adesão a uma imagem de caráter ideológico do candidato ou partido, explica o fato de que os termos “esquerda

² Posteriormente Sartori (1982) defende que a ideologia explica a dinâmica partidária apesar da desestruturação cognitiva do eleitorado, uma vez que as disputas eleitorais são um híbrido das posições dos partidos e candidatos em relação a determinadas questões e da identificação psicológica por parte do eleitorado.

e direita” ou “liberal e conservador” persistam no debate político corrente. E é desse conjunto de formulações que deriva nossa primeira hipótese:

H₁: Houve uma estruturação ideológica do debate eleitoral no pleito presidencial brasileiro em 2018 capitaneada pela candidatura de Bolsonaro que, para buscar se diferenciar dos seus contendores à direita e à esquerda, assumiu comportamento anti-establishment político.

Embora diversos significados possam ser atribuídos ao termo ideologia, nesse estudo utilizaremos o conceito “ideologia” de maneira operacional, associado a algo que é descritivo e prescritivo, ou seja, “um conjunto de ideias, crenças e valores que enquadram uma certa visão do mundo que tende a descrever de uma determinada forma os comportamentos humanos, mas também a orientar ou enquadrar as soluções propostas para os problemas sociais, políticos ou econômicos”, uma divisão de perspectivas sobre o que é e o que deve ser a sociedade (Vincent, 1995; Heywood, 2003 apud Guedes, 2016, p. 99). Assim, ideologia em termos operacionais consiste em um espectro que localiza e simplifica complexas crenças políticas, situando-as à esquerda e à direita.

Ao colocar a disputa eleitoral em termos retóricos quanto à necessidade de “livrar o Brasil das garras ideológicas da esquerda” e de que “Deus nos livre do comunismo”, Bolsonaro forçou um debate eleitoral ideologicamente estruturado, onde seus principais opositores se viram obrigados a se posicionar no jogo político. Isto porque esquerda e direita são conceitos relacionais, isto é, direita define-se em oposição à esquerda e vice-versa (Bobbio, 1995). No entanto, neste pleito ocorre uma inversão do que a literatura temática vinha identificando: historicamente foi à esquerda que interessou a distinção ideológica e não à direita; esta, conforme Lipset (2012), apenas posicionava-se, ou melhor, “oposicionava-se”, como tal, em reação à esquerda (Singer, 2002). A nosso ver, a estratégia de Bolsonaro inverteu essa lógica e foram as posições de direita que estruturaram a disputa eleitoral em torno do campo ideológico. Com essa estratégia eleitoral: (1) Bolsonaro buscou se diferenciar dos demais contendores seja ocupando um espaço no espectro ideológico que estava relativamente vazio, a direita conservadora, quanto (2) esvaziando o discurso de Geraldo Alckmin, do PSDB, partido que se aproximava cada vez mais da direita liberal, bem como (3) empurrando o PT para o extremo oposto, o que levou a uma reação desta sigla em outra direção, a de suavizar algumas de suas posições programáticas de esquerda em determinados aspectos, visando expandir suas bases eleitorais. Esta postura já se fazia notar se analisarmos as posições políticas do partido em termos diacrônicos, que mostram no último período um posicionamento do PT mais ao centro, na tentativa de adotar uma política de conciliação de amplos setores sociais. Esse movimento é

explicado pela noção de “articulação dos fins” desenvolvida por Panebianco (2005), para quem os candidatos redefinem seus objetivos programáticos visando se adaptar à realidade que o cerca. Por sua vez, a candidatura de Alckmin se esvazia porque esse debate ideológico aprofunda um processo de polarização política, uma vez que leva ao crescimento dos extremos, sobrando pouco espaço para negociação entre forças centristas (Poggio, 2017).

Essa hipótese nos leva a uma segunda e não menos importante pergunta de pesquisa:

P2: Qual foi o conteúdo do debate ideológico no pleito eleitoral de 2018?

Recorremos mais uma vez à clássica literatura da Ciência Política que nos mostra que o debate ideológico entre esquerda e direita, liberais e conservadores, se sustenta historicamente em importantes dimensões, das quais selecionamos algumas que se mostram especialmente úteis à nossa análise. Na *dimensão econômica*, especialmente em tempos de crise, as alternativas que candidatos de direita e esquerda apresentam no sentido de sua superação são diametralmente opostas: enquanto a direita enfatiza a redução do papel do Estado na economia e se posiciona na tradicional defesa do livre mercado capitalista, com enxugamento da máquina estatal, a esquerda defende o papel do Estado para promover políticas redistributivas. É neste sentido que outra dimensão assume contornos diametralmente opostos a partir do posicionamento ideológico de direita e esquerda: a que se refere ao *bem-estar e à qualidade de vida*, contrastando propostas de limitação ao *welfare state* e a gastos sociais, por parte da direita, com a defesa de programas sociais com propósitos redistributivos, por parte da esquerda. Na *dimensão das relações exteriores* também se mostram disparidades no que tange a posicionamentos ideológicos, especialmente em situações de crise econômica, sendo indicativo de posicionamentos de direita a acentuação à animosidade a outros países, que contrasta com a defesa do internacionalismo e da paz, elemento constitutivo da posição política de esquerda. Daí deriva o posicionamento típico da direita em outra dimensão, a da *autoridade*, com ênfase da mesma em todos os seus aspectos (no combate ao crime, na promoção da segurança e na inibição de movimentos sociais que atuam na busca pela igualdade implicando em prejuízo da ordem), ao passo que o posicionamento típico à esquerda contesta a autoridade do Estado quando este reprime os movimentos sociais e políticos igualitaristas, demandando-a apenas em sua função redistributiva (Tarouco & Madeira, 2013). Esta dimensão leva à distinção das posições ideológicas em relação a outra dimensão, relativa às *forças armadas* visto que, para a direita, momentos de crise justificam aumento dos gastos militares e o armamento visando à segurança. A análise dessas dimensões já foi suficientemente explorada em importantes trabalhos empíricos, que adotam a clássica metodologia do Manifesto Research Group – MRG, com

diversas aplicações (Klingemann et al, 2006), adaptações ao contexto brasileiro (Tarouco & Madeira, 2013) e latino-americano (Manifesto Project, 2019).

No entanto, resta uma lacuna importante na análise empírica das distinções ideológicas quanto a outras duas dimensões de análise: a estrutura da sociedade e os grupos sociais, por motivos pelos quais discorreremos a seguir.

Nos mostra Inglehart (1977 apud Inglehart & Norris, 2017) que o funcionamento das categorias esquerda e direita se alterou. Para o autor, esquerda e direita são caixas relativamente vazias, onde novos conteúdos “pós-materialistas”, tais como ambientalismo, direitos humanos, direitos das minorias (raciais, de gênero, de imigrantes), passaram a ser incorporados a elas, abordagem que é especialmente tratada em Inglehart & Norris (2017). Os autores explicam que essa nova gama de aspectos que caminham em direção a valores pós-materialistas é decorrente de mudanças intergeracionais e se manifestaram inicialmente em sociedades ricas por volta de 1968:

The Silent Revolution thesis argued that when people grow up taking survival for granted it makes them more open to new ideas and more tolerant of outgroups (with insecurity having the reverse effect). Consequently, the unprecedentedly high level of existential security that emerged in developed democracies after World War II was giving rise to an intergenerational shift toward Postmaterialist values, bringing greater emphasis on freedom of expression, environmental protection, gender equality, and tolerance of gays, handicapped people, and foreigners (Inglehart & Norris, 2017).

Após a Segunda Guerra Mundial, os níveis de segurança existencial nos países desenvolvidos originaram uma mudança intergeracional em direção aos valores pós-materialistas, com maior ênfase a aspectos como liberdade de expressão, proteção ambiental, igualdade de gênero e tolerância a gays, lésbicas, não binários, pessoas com deficiências e estrangeiros. Nesse contexto, se verificou um grande fluxo de imigrantes e refugiados para os países desenvolvidos. Esse movimento não resultou em profundas contestações até o momento em que grande parte da população dos países ricos experimentou declínio exponencial de sua renda, queda nos níveis de emprego e crescentes índices de desigualdade, aumentando, em consequência, a insegurança. De acordo com dados de pesquisas e evidências históricas (Inglehart & Norris, 2017), a xenofobia aumenta em tempos de insegurança e retração econômica, o que se choca com valores pós-materialistas de defesa de minorias étnicas e de imigrantes, por exemplo. Enquanto os bons ventos econômicos e a situação de segurança fazem com que aumente a tolerância a minorias, a retração e a insegurança têm o efeito oposto: estimulam um reflexo autoritário no qual as pessoas buscam por lideranças que rejeitam os *outsiders*.

A sobrevivência é um objetivo tão central que, quando ameaçada, domina a estratégia de vida das pessoas. Por outro lado, quando é garantida, abre o caminho para novas normas em diversos

aspectos, desde o comportamento econômico, passando pela orientação sexual, à disseminação de instituições democráticas. O declínio da segurança existencial teria alimentado, assim, o apoio a fenômenos autoritários populistas, como o Brexit, a Frente Nacional da França e a vitória de Trump pelo Partido Republicano nos Estados Unidos (Inglehart & Norris, 2017).

Além deste aspecto, os autores apontam um segundo elemento que teria estimulado o apoio a lideranças e partidos autoritários em âmbito mundial: uma reação contra a mudança cultural por parte de pessoas mais velhas, que passaram a se sentir desorientadas frente à erosão de valores familiares tradicionais. Uma reação materialista contra essas mudanças levou à ascensão de partidos autoritários. Além disso, as novas questões não econômicas introduzidas pelos pós-materialistas ofuscaram as clássicas questões econômicas de esquerda-direita, afastando a atenção da redistribuição para questões culturais e, conforme os autores, abrindo ainda mais o caminho para o aumento da desigualdade.

Durante a maior parte do século XX, os eleitores da classe trabalhadora nos países desenvolvidos geralmente apoiavam os partidos orientados à esquerda, enquanto os da classe média e alta apoiavam os partidos orientados à direita. Os governos de esquerda tendem a trazer redistribuição e igualdade de renda, em grande parte por sua influência no tamanho do estado de bem-estar social. No decorrer do século, no entanto, as gerações pós-guerra emergiram com uma perspectiva pós-materialista, trazendo uma ênfase cada vez menor à redistribuição econômica e uma ênfase crescente em questões não econômicas. Isso, além de grandes fluxos de imigração de países de baixa renda com diferentes culturas e religiões, estimulou uma reação na qual parte da classe trabalhadora se moveu para a direita, em defesa dos valores tradicionais. As questões econômicas clássicas não desapareceram, mas sua proeminência relativa declinou a tal ponto que questões não econômicas se tornaram mais proeminentes do que questões econômicas nas plataformas de campanha dos partidos políticos ocidentais.

Assim, de acordo com os autores, a esquerda pós-materialista apela principalmente a círculos eleitorais da classe média e tem secundarizado o programa clássico da esquerda, se abrindo intensamente à difusão de mudanças culturais, que frequentemente repelem o nicho eleitoral tradicional da classe trabalhadora da esquerda. Deste modo, as diferenças entre direita e esquerda passaram a assumir novos contornos, com a polarização entre valores pós-materialistas e autoritários. Em um pólo estão a abertura à diversidade étnica e à igualdade de gênero; e no pólo oposto, a ênfase nos valores autoritários e xenófobos.

Sob as condições relativamente seguras de 1928, o eleitorado alemão via os nazistas como um partido marginal, dando a eles menos de 3% dos votos nas eleições nacionais. Mas com o início da Grande Depressão, os nazistas conquistaram 44% dos votos em 1933, tornando-se o partido

mais forte do Reichstag. Durante a Depressão, vários outros países, da Espanha ao Japão, caíram sob governos fascistas. Analisando as questões enfatizadas em treze democracias ocidentais de 1950 a 2010, os autores verificam que questões não econômicas passaram se tornar mais proeminentes nas últimas décadas.

Por esse motivo nos países desenvolvidos os principais elementos do debate no espectro ideológico da direita passaram a ser imigração e mudanças culturais e, em menor grau, questões de ordem econômica, embora a defesa dos valores neoliberais permaneça (Inglehart & Norris, 2017).

A renda tornou-se um indicador muito mais fraco das preferências políticas do público do que questões culturais: por amplas margens, aqueles que se opunham ao aborto e ao casamento entre pessoas do mesmo sexo apoiavam os candidatos republicanos em detrimento dos democratas nos EUA, por exemplo. O eleitorado passou, assim, da polarização baseada em classes para a polarização baseada em valores.

É por tais motivos que Teixeira (2010) situa a extrema direita como uma versão extremada do conservadorismo, podendo ser melhor classificada como reacionária. Os grupos que aderem a essa perspectiva demonstram um desconforto extremo com a modernidade, “dessa forma, buscam mobilizar o aparato estatal como forma de reação, visando a retornar a um passado nostálgico pelo uso da força, se necessário” (Poggio, 2017). Apesar de haver variações, um aspecto comum que distingue os movimentos de extrema direita é uma combinação de autoritarismo com nativismo, ou seja, a ideia de que os interesses dos habitantes nativos de um determinado país devem se sobrepor aos interesses de imigrantes, por exemplo, que são vistos como uma ameaça não apenas econômica, mas também cultural. “Tanto o autoritarismo como o nativismo são incompatíveis com a democracia moderna, razão pela qual a extrema direita acaba se afastando dessa órbita política [da democracia moderna]”.

Movimentos reacionários de direita estão em crescimento no mundo, por três razões principais, uma reforçando a outra: a primeira é de ordem econômica, derivada das transformações dos países desenvolvidos que têm feito desaparecer os empregos que exigem menor grau de instrução, o que aprofunda a distância não apenas econômica mas espacial e cultural entre o topo e a base da pirâmide social nesses países, o que ajuda a reforçar os impactos de uma segunda razão: o processo de transição demográfica em países desenvolvidos, derivado da baixa taxa de natalidade combinada com altos índices de imigração. Nesse processo, “maiorias” vão gradualmente tornando-se “minorias”, o que gera um sentimento de deslocamento econômico-social e de perda de laços identitários, abrindo espaço para forças políticas que articulam uma narrativa nativista, construindo o estrangeiro como inimigo e, finalmente, uma terceira razão é a ascensão das redes sociais e de novas formas de consumo e de produção de informação, o que

permitiu a difusão de ideias que de outra forma seriam bloqueadas pelos canais de comunicação tradicionais (Poggio, 2017).

Desse debate teórico se deriva nossa segunda hipótese:

H₂: Identificamos no Brasil uma renovação no discurso autoritário, tanto no conteúdo - por inserir mais fortemente a dimensão de valores morais e da estrutura da sociedade em comparação aos aspectos políticos e econômicos -, quanto na forma, onde os debates ideológicos passaram a acontecer, prioritariamente, na nova ambiência das redes sociais digitais.

É com o objetivo de responder a essas perguntas de pesquisa e testar as hipóteses de partida que se desenvolve este artigo. Entendendo as disputas eleitorais como disputas entre retóricas, onde vence aquela que convencer o eleitorado, os candidatos fazem uso de estratégias explicadas pela *Saliency Theory*, de acordo com a qual os candidatos e partidos competem enfatizando temas diferentes (Robertson, 1976 apud Tarouco & Madeira, 2013), selecionando “questões de uma agenda universal para concentrar atenção e esforços de campanha, formular propostas de políticas a priorizar nos governos, o que [...] terminaria por distinguir um partido do outro em relação à proeminência atribuída a cada questão naquilo que cada partido oferece publicamente como conjunto de suas preferências políticas” (Tarouco & Madeira, 2013). Para levar a efeito estudos empíricos que possam trazer luz a essa questão, as pesquisas comumente elegem os documentos programáticos dos partidos como unidades de análise. Ocorre que, contemporaneamente, os partidos e candidatos dispõem de novas formas de comunicar suas mensagens programáticas aos eleitores. Em sistemas de mídia híbridos, onde mídias novas e antigas estão entrelaçadas e suas lógicas se complementam, os atores políticos não dependem apenas de formatos oficiais e tampouco dos meios de comunicação (Chadwick, 2017). Ao contrário, eles escolhem uma variedade de canais diferentes para atingir seus objetivos comunicativos.

Assim, neste artigo analisaremos os posicionamentos políticos adotados pelos candidatos em suas contas no *Twitter*, ferramenta que vem sendo amplamente utilizada nas campanhas eleitorais e que teve singular importância na eleição presidencial brasileira. Entendemos ser relevante analisar os posicionamentos dos candidatos por meio de *tweets*, uma vez que são fortemente indicativos de quais são as questões selecionadas de uma ampla agenda que os candidatos concentraram atenção e esforços de campanha, pois o *Twitter* se distingue por possibilitar uma forma de comunicação rápida. Com textos de apenas 280 caracteres, o *microblogging* é visto não apenas como uma rede social, mas também como um instrumento de

informação, notícias, discussões, entretenimento e humor, além de ser uma plataforma de integração e convergência em um amplo ecossistema de mídias, que permite direcionar o tráfego para outros canais. Esta rede cresceu muito no Brasil nos últimos anos e atualmente ocupa o sexto lugar entre as mais populares no país³ e, enquanto ferramenta de marketing, é a segunda mais utilizada. Pesquisa realizada pelo *Twitter* Brasil em 2018 revelou que 70% dos internautas entrevistados usam a ferramenta como fonte de informação política⁴, o que a torna um importante instrumento de marketing político e eleitoral.

A literatura especializada vem demonstrando que políticos autoritários preferem a utilização do *Twitter* e do *Facebook* em detrimento à TV, pois as redes sociais digitais permitem uma auto-apresentação com pouca ou nenhuma interferência de políticos e jornalistas questionadores, permitem contornar completamente os *gatekeepers* tradicionais e possibilitam, ainda, maior direcionamento e personalização de mensagens e o estabelecimento de relações recíprocas e uma linha direta com seus seguidores (Ernst et al., 2017; Esser; Stępińska; Hopmann, 2017; Bracciale & Martella, 2017; Engesser; Ernst; Esser; Büchel, 2017; Hameleers & Schmuck, 2017; Stier; Posch; Bleier; Strohmaier, 2017 apud Ernst et al, 2019).

As plataformas digitais se constituem, portanto, em objetos importantes de pesquisa, pois possibilitam que grupos se organizem e disseminem discursos que não teriam espaço nos canais tradicionais de comunicação (Teixeira, 2010).

A importância do *Twitter* nas eleições não se encerra na possibilidade que os candidatos têm de atingirem os usuários do microblog com seus posicionamentos, mas também à repercussão destes em outras plataformas digitais, nas mídias tradicionais e nas conversações cotidianas dos eleitores. Os posicionamentos de políticos no *Twitter* servem ao propósito de disputar qual abordagem ideológica, bem como qual versão dos acontecimentos políticos terá proeminência junto à opinião pública. O plano temático escolhido pelos candidatos em seus *tweets* é altamente indicativo do espectro ideológico no qual se posiciona o agente político, bem como de suas estratégias de campanha no sentido de influenciar o agendamento dos assuntos a partir dos quais os eleitores irão balizar suas escolhas eleitorais.

Os cidadãos, em geral, dedicam uma parte muito reduzida de seu tempo à política, não sendo essa uma de suas principais preocupações cotidianas e lançam mão de critérios heurísticos e atalhos informacionais para a tomada de decisões e ainda para o posicionamento a respeito de temas políticos (Kahneman, Slovic; Tversky, 1982 apud Martínez i Coma, 2008). A literatura

³ Disponível em: <https://www.idealmarketing.com.br/blog/redes-sociais-mais-usadas/> Acesso 28 de janeiro de 2019.

⁴ Disponível em: <https://tecnologia.ig.com.br/2018-08-10/eleicoes-twitter-brasil.html>. Acesso: 28 de janeiro de 2019.

temática nos mostra que a identificação ideológica é um dos critérios heurísticos que balizam a escolha eleitoral dos cidadãos (Dalton, Mcallister, & Wattenberg, 2003).

Neste sentido, o posicionamento ideológico dos candidatos em relação a temas funciona como “atalhos informacionais, pelos quais os cidadãos comuns, que geralmente não têm muito conhecimento sobre temas políticos, interpretam a realidade política e orientam suas práticas” (Penteado et al., 2011, p. 116).

2. Objetos de estudo e corpus

Serão analisadas as mensagens de campanha divulgadas no *Twitter* pelas principais forças políticas do pleito de 2018: Jair Bolsonaro (PSL), Lula e Haddad (PT) e Geraldo Alckmin (PSDB). O corpus de análise foi composto por todos os *tweets* dos então presidentiáveis em suas contas pessoais durante a campanha eleitoral de 2018. O critério adotado para o recorte temporal desta investigação baseou-se nas datas das convenções partidárias que homologaram os nomes dos candidatos para a disputa do pleito presidencial. É importante ressaltar que inicialmente o candidato do Partido dos Trabalhadores (PT) era o ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva. Entretanto, no dia 1 de setembro, o Tribunal Superior Eleitoral (TSE) indeferiu a candidatura do petista que, a partir do dia 11 de setembro, foi substituído pelo até então candidato a vice, Fernando Haddad.

Tabela 1. Corpus da pesquisa

Candidato	1º Turno	2º Turno	Total	Data da convenção
Lula	478	---	478	04/08
Fernando Haddad	742	601	1343	11/09
Jair Bolsonaro	471	338	809	22/07
Geraldo Alckmin	552	---	552	04/08
Total Geral:			3182	

Fonte: os autores

3. Estratégias Metodológicas

Nesta pesquisa foi adotada a técnica de Análise de Conteúdo associada ao Método Comparativo. A Análise de Conteúdo é uma técnica de pesquisa que visa descrever e classificar o conteúdo manifesto de comunicação de maneira objetiva e sistemática. A Análise Comparada possibilita identificar as semelhanças e especificidades, a partir da categorização dos elementos.

Sete dimensões de análise (Relações Exteriores, Liberdade e Democracia, Sistema Político, Economia, Bem-estar e Qualidade de vida, Estrutura da sociedade e Grupos sociais) foram operacionalizadas conforme indicadores apresentados no Quadro 1.

3.1 Procedimentos de pesquisa

Em um primeiro momento mineramos os *tweets* das contas por meio do *nick* dos candidatos e nos filtros selecionamos o recorte temporal. O segundo procedimento de pesquisa foi criar um livro de códigos, adaptando-o ao contexto em questão e posteriormente categorizar esses *tweets*, conforme os temas e posicionamento político de acordo com o espectro ideológico. Para tanto, operacionalizamos as dimensões de análise da metodologia MRG (Budge et al 2001), conforme versão mais recente (v.5) do Manifesto Project⁵. Por fim, procedemos à comparação de tratamento dos temas pelas três campanhas, pelo método comparado, com base no princípio das variações concomitantes.

4. Discussão dos resultados

O primeiro passo foi analisar os *tweets* de acordo com as categorias adotadas nesta pesquisa, conforme informações do quadro 1; aqueles que não se enquadravam em posicionamentos políticos quanto a temas e nem continham conteúdos programáticos foram classificados em 000 (nenhuma categoria se aplica). Tratavam de *tweets* cujo conteúdo se referia à promoção da própria agenda da campanha (metacampanha), de apelo ao voto, de ataque aos adversários sem conteúdo programático, endosso e divulgação de apoios recebidos ou relacionados a assuntos pessoais. Esses *tweets* não serão objeto deste estudo, pois escapam aos propósitos desta pesquisa e já foram estudados em profundidade em outra publicação (Iasulaitis & Vieira, 2019).

Quadro 1. Categorização dos *tweets*

			Bolsonaro	Alckmin	Lula/ Haddad
<i>Dimensões</i>	<i>Código</i>	<i>Categorias</i>	<i>%</i>	<i>%</i>	<i>%</i>
Relações Exteriores	101	Relações exteriores (especial): positiva	1,93%	0,45%	0,00%
	102	Relações exteriores (especial): negativa	8,70%	0,00%	0,00%
	103,1	Anti-imperialismo centrado no Estado	0,00%	0,00%	2,02%
	103,2	Influência financeira estrangeira	0,00%	0,00%	0,00%

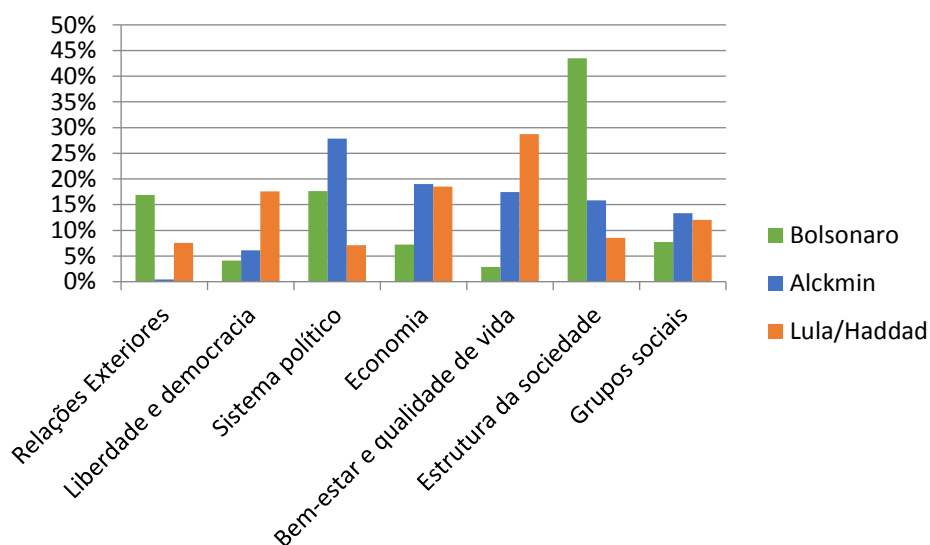
⁵ Disponível em https://manifesto-project.wzb.eu/coding_schemes/mp_v5.

	104	Militar: positivo	5,56%	0,00%	0,00%
	105	Militar: negativo	0,00%	0,00%	1,60%
	106	Paz	0,00%	0,00%	2,34%
	107	Internacionalismo: positivo	0,00%	0,00%	1,06%
	108	Integração da América Latina: positiva	0,00%	0,00%	0,53%
	109	Internacionalismo: negativo	0,48%	0,00%	0,00%
	110	Integração da América Latina: negativa	0,24%	0,00%	0,00%
Liberdade e democracia	201,1	Liberdade	3,38%	0,00%	0,21%
	201,2	Direitos humanos	0,00%	0,00%	0,85%
	202,1	Democracia: geral: positivo	0,00%	1,13%	15,00%
	203	Constitucionalismo: positivo	0,72%	1,36%	1,49%
	204	Constitucionalismo: negativo	0,00%	3,62%	0,00%
Sistema político	301	Descentralização: positiva	0,00%	0,23%	0,00%
	302	Centralização: positiva	0,00%	0,00%	0,64%
	303	Eficiência governamental e administrativa	5,07%	7,24%	0,00%
	304	Corrupção política	7,97%	4,75%	1,06%
	305,1	Autoridade política: competência do partido	0,00%	7,01%	1,49%
	305,2	Autoridade política: competência pessoal	2,90%	7,92%	2,02%
	305,3	Autoridade política: governo forte	0,97%	0,68%	0,00%
	305,4	Elites pré-democráticas: positivo	0,72%	0,00%	0,00%
	305,5	Elites pré-democráticas: negativo	0,00%	0,00%	1,91%
Economia	401	Economia de livre mercado	3,86%	2,04%	0,00%
	402	Incentivos: positivo	1,69%	3,17%	0,11%
	403	Regulação de mercado	0,00%	0,45%	3,09%
	404	Planejamento econômico	0,00%	0,23%	0,00%
	406	Protecionismo: positivo	0,00%	0,23%	0,00%
	408	Objetivos econômicos	0,00%	0,90%	1,60%
	409	Gerenciamento keynesiano da demanda	0,00%	0,45%	5,11%
	410	Crescimento econômico: positivo	0,00%	4,75%	2,45%
	411	Tecnologia e Infraestrutura	1,69%	3,39%	2,02%
	412	Economia controlada	0,00%	0,23%	1,91%
	413	Nacionalização	0,00%	0,00%	0,64%
	414	Ortodoxia econômica	0,00%	2,94%	0,11%
	416,2	Sustentabilidade: positiva	0,00%	0,23%	1,49%
Bem-estar e qualidade de vida	501	Proteção ambiental	0,00%	0,23%	0,96%
	502	Cultura: positiva	0,00%	0,23%	2,66%
	502,2	Cultura: negativa	0,48%	0,00%	0,00%
	503	Igualdade: positiva	0,00%	3,39%	5,96%

Estrutura da sociedade	504	Expansão do bem-estar	0,48%	10,18%	6,28%
	505	Limitação do estado de bem-estar	1,93%	0,00%	0,00%
	506	Expansão da educação	0,00%	4,98%	12,87%
	507	Limitação da educação	0,00%	0,23%	0,00%
	601,1	National way of life: positivo	11,11%	0,00%	2,77%
	603	Moralidade tradicional: positiva	13,53%	0,00%	0,43%
	604	Moralidade tradicional: negativa	0,00%	0,45%	0,00%
	605,1	Lei e Ordem: geral: positivo	14,49%	9,73%	1,06%
	605,2	Lei e Ordem: geral: negativo	0,00%	0,00%	0,11%
	606,1	Mobilização cívica: geral	0,00%	5,43%	0,32%
	606,2	Ativismo de baixo para cima: positivo	0,00%	0,00%	2,13%
	606,3	Ativismo de baixo para cima: negativo	1,21%	0,00%	0,00%
	607,1	Multiculturalismo: positivo	0,00%	0,23%	1,49%
Grupos sociais	607,3	Direitos indígenas: positivo	0,00%	0,00%	0,21%
	608,1	Multiculturalismo: negativo	3,14%	0,00%	0,00%
	701	Grupos de trabalhadores: positivo	0,00%	9,95%	6,91%
	702	Grupos de trabalhadores: negativo	0,00%	0,45%	0,00%
	703,1	Agricultura e agricultores: positivo	0,00%	1,13%	0,21%
	705,1	Grupos minoritários: positivo	0,00%	0,00%	2,23%
	705,2	Grupos minoritários: negativo	3,86%	0,00%	0,00%
	706,1	Grupos demográficos não econômicos: positivo	3,86%	0,00%	2,66%

Fonte: elaborado pelos autores.

Gráfico 1: percentuais de tweets por dimensão



Fonte: Elaborado pelos autores a partir do Quadro 1

4.1 Jair Bolsonaro

Foi possível identificar que foi dada saliência a temas relacionados, respectivamente: à dimensão da estrutura da sociedade (43%), ao sistema político (18%), às relações exteriores (17%), aos grupos sociais (8%), à economia (7%), à liberdade (4%) e ao bem-estar e à qualidade de vida (3%), o que pode ser melhor visualizado no gráfico 1.

Na dimensão das relações exteriores, o destaque foram as menções negativas a países da América Latina. Foi recorrente o apelo de livrar o Brasil de “virar uma Venezuela” ou “uma Cuba”. A crítica ao socialismo e ao comunismo foi uma constante. A doutrinação ideológica e a deturpação dos valores, seriam, de acordo com o então candidato, artimanhas da esquerda voltadas para o controle social: “O socialismo nos sufoca por todos os lados, com o único intuito de nos moldar como “cordeirinhos”. A crise econômica e política enfrentada pela Venezuela de Nicolás Maduro atuou como recurso argumentativo para embasar a repulsa pelo comunismo e pelo socialismo. Bolsonaro tuitou que “o problema da Venezuela não tem a ver com militar, tem a ver com comunismo, essa ideologia desprezível e assassina que conhecidamente destrói tudo por onde passa”; em outro tweet, alegou que o povo venezuelano sofre um “massacre diário” coordenado “pelo aliado dos esquerdistas brasileiros que afundou seu país no caos”, finalizando com a frase “Que Deus nos proteja e nos livre do comunismo!” (@jairbolsonaro, 20/08/2018). Um dos objetivos foi atribuir ao PT a ligação com ditaduras de esquerda, inclusive com “ditaduras sanguinárias, como a de Kadafi”. “O PT doou dinheiro a ditaduras amigas via BNDES”. Além disso, defendeu a revisão de relações comerciais com a China e o estabelecimento de relações comerciais sem o que ele chamou de “viés ideológico”, para se referir à interrupção de relações com países com governos de esquerda. A animosidade a outros países é um indicador do posicionamento ideológico à direita. Menções favoráveis foram feitas ao que Bolsonaro denominou de “grandes nações”, como Estados Unidos da América, Itália, Japão.

Se identificou forte positividade no tratamento de assuntos militares, com ênfase à importância da segurança, apologia às Forças Armadas, modernização da força militar, necessidade de armamento e autodefesa, elementos característicos da direita, que foram fortemente explorados pelo então candidato. Inclusive a arma se tornou símbolo da campanha de Bolsonaro, acionada por meio de imagens e *emojicons*.

Se identificou aspectos negativos em relação ao internacionalismo, com referências negativas em relação às organizações multilaterais, em especial a ONU – Organização das Nações Unidas. Bolsonaro propôs retirar o Brasil do Conselho de Segurança da ONU, “por se posicionar contra Israel e só defender o que não presta”. Quando mencionou a questão da integração da América Latina, o fez com viés negativo.

Um aspecto de destaque no que tange aos posicionamentos relativos à liberdade, foram aqueles relativos à liberdade de expressão, fundamentalmente na Internet, tendo o candidato se mostrado contrário a regulações: “somos contra a regulação da mídia e da Internet, precisamos de mídia livre e da Internet para mostrar as verdades que a grande imprensa quer esconder”, e afirmou ser vítima de censura e lançou uma campanha através da *hashtag* “#DireitaAmordaçada”.

O constitucionalismo positivo foi identificado. O então candidato afirmou que a Constituição seria seu “mapa” e os princípios liberais seriam sua “bússola” (@jairbolsonaro, 18/09/2018).

Em relação à dimensão do sistema político, Bolsonaro abordou a eficiência governamental e administrativa, enfatizando a necessidade de tornar a administração pública mais enxuta, menos onerosa e mais eficiente. Neste sentido, propôs reduzir procedimentos burocráticos, defendeu uma reforma administrativa para promover o enxugamento da máquina, reduzir o número de ministérios, privatizar e extinguir estatais.

O tema da corrupção política teve especial saliência na campanha de Bolsonaro. A figura do ex-presidente Lula foi constantemente criticada e um dos aspectos da campanha negativa contra o candidato Fernando Haddad era de que ele “recebia ordens do presidiário”. “O Brasil não é uma facção criminosa para ser controlado da cadeia”, completou. A operação Lava Jato foi citada inúmeras vezes, bem como o mensalão e o petrolão, além do juiz Sérgio Moro ter sido positivamente mencionado.

No que concerne à autoridade política, o candidato enfatizou sua competência pessoal, fazendo uso de um tom messiânico, apresentando-se como a única opção para “resgatar a nação”, conforme ilustra o *tweet* abaixo, enquanto destacou a falta de competência de seus adversários, bem como abordou a importância de um governo forte.

Entre os melhores ranqueados, só tem um que pode realmente mudar o destino do Brasil. Esse chama-se Jair Bolsonaro. Nós precisamos de um presidente honesto, que tenha Deus no coração, seja patriota, e seja independente para, pelo exemplo, governar esse grande país. Um presidente que honre e respeite a família, que trate com consideração criança em sala de aula, não admitindo ideologia de gênero, impondo a escola sem partido. [...] Um presidente que deixe pra trás o comunismo e o socialismo, que sepulte o Foro de São Paulo, que faça negócio com o mundo todo não mais pelo viés ideológico, que pratique sim o livre mercado. Um presidente que jogue pesado na questão da insegurança pública, para que as mães possam sorrir sem mais temer se teu filho chega vivo em casa ou não. Precisamos de um presidente que, acima de tudo, tenha palavra. Brasil acima de tudo, Deus acima de todos (@jairbolsonaro, 10/08/2018).

É possível identificar que Bolsonaro empreendeu uma heroificação da própria imagem, repetindo diversas vezes ser portador de uma missão: “Parte de nossa missão é justamente garantir essa soberania”, e “Encaro o momento como uma missão” (@jairbolsonaro, 17/08/2018).

Bolsonaro enfatizou, ainda, as menções positivas ao regime brasileiro não democrático, questionando a nomenclatura de “ditadura” e enfatizando positivamente as elites pré-democráticas, posição que foi inaugurada durante o rito de impeachment, quando declarou seu voto “em homenagem ao Coronel Brilhante Ustra, pavor de Dilma Rousseff”.

O tema da economia foi tratado a partir da perspectiva de livre mercado capitalista como modelo econômico e na defesa veemente dos direitos de propriedade privada e foram tecidas duras críticas à luta de classes, por ele avaliada como “uma estratégia muito bem articulada de controle da sociedade”, aspectos característicos de seu posicionamento à direita. Em relação aos incentivos positivos, foi mencionada a redução da carga tributária e desregulamentações: “livre mercado e menos impostos é meu lema na economia!”.

O então candidato fez propostas em relação à tecnologia e à infraestrutura, destacando a necessidade de investimento em transporte e estradas.

Na dimensão do bem-estar e qualidade de vida, os dados nos levaram a inserir um indicador negativo na dimensão cultural, uma vez que os posicionamentos de Bolsonaro foram relacionados a “acabar com o dinheiro público para financiar masturbação e pessoas cutucando seus orifícios” e com o “financiamento de famosos”, pois isso era “compra de apoio”. Em relação ao estado de bem-estar, os resultados levaram a uma combinação curiosa: posicionamentos caracterizados à sua limitação, bem como à sua expansão. A defesa de limitação ao *welfare state* e aos gastos sociais pode ser ilustrada com a crítica ao que Bolsonaro denominou de “Estado mãe” e aos questionamentos relativos a programas sociais como o Mais Médicos, ao qual atribuiu falta de qualificação dos profissionais, especialmente dos médicos cubanos, e também ao Bolsa Família, que a seu ver servia ao propósito de viabilizar “voto de cabresto”. Os programas sociais são medidas redistributivas e, portanto, políticas preferidas por candidatos e governos de esquerda, enquanto políticas de ajuste são preferidas por candidatos e governos de direita. Cabe destacar que Bolsonaro iniciou o pleito com duras críticas ao programa social Bolsa Família, tendo afirmado em entrevista concedida à Record News que “Bolsa Família é uma mentira, no Nordeste você não consegue uma pessoa pra trabalhar na tua casa” e “Você vê meninas no Nordeste, batem a mão na barriga grávida e fala o seguinte – tem também o auxílio natalidade – ‘esse aqui vai ser uma geladeira’, ‘esse aqui vai ser uma máquina de lavar’, e não querem trabalhar!”. No entanto, no decorrer da campanha o então candidato relativizou essas críticas, afirmando que o programa não seria extinto e sim remodelado, devido àquilo que atribuiu como “fraudes”, pois pessoas que não necessitam do auxílio segundo ele, estariam sendo beneficiadas como “políticos e até mesmo animais domésticos”. Tal relativização se deve ao fato de que uma parcela considerável do eleitorado era beneficiária do

Bolsa Família, portanto, propor seu cancelamento seria um suicídio eleitoral. Nos mostra a teoria econômica da democracia (Downs, 1999), que os candidatos se movem ao longo do espectro ideológico formulando propostas de políticas para obter votos em busca dos quais se permitem mudar de posição. Esse é o caso em tela, na expectativa de preferência do eleitor mediano, cujo voto Bolsonaro almejava, o candidato se movimentou na escala para ganhar eleitores. Essa é uma característica do que Codato, Bolognesi e Roerder (2015) denominam de “novas direitas” latino-americanas que, embora defendam os valores econômicos neoliberais, por motivos eleitorais, não podem deixar de reconhecer o papel das políticas redistributivas implementadas nas últimas décadas.

A dimensão de análise da estrutura da sociedade assumiu aspecto central na campanha de Jair Bolsonaro no *Twitter*. Dentre as sete dimensões analisadas, 43% dos tweets foram categorizados nesta dimensão, conforme demonstra o gráfico 1.

Aspecto central foi o apelo ao patriotismo e ao nacionalismo, tendo o então candidato acionado símbolos pátrios, a bandeira nacional e sua colorimetria para compor a identidade visual de sua campanha. Na campanha de Bolsonaro o nacionalismo se traduziu em uma estratégia discursiva em torno de valores conservadores, cujo slogan "Brasil acima de tudo e Deus acima de todos" remete aos lemas "Alemanha acima de tudo" empregado pelos nazistas e ao "Deus, Pátria e Família", utilizado na campanha integralista. Análise aprofundada da estratégia nacionalista empregada por Bolsonaro foi realizada por Iasulaitis & Vicari (2019), que demonstram que o candidato empregou em sua campanha três dimensões de variância cultural (valores tradicionais, valores de sobrevivência e valores de auto-expressão), com destaque para os valores tradicionais, que destacam a importância da religião, a deferência à autoridade, o nacionalismo e a defesa da família tradicional.

A moralidade tradicional teve especial saliência na campanha de Jair Bolsonaro no *Twitter*, com inúmeras menções favoráveis aos valores morais tradicionais e religiosos, bem como de proibição, censura e supressão de comportamentos considerados imorais e inadequados. Especial ênfase foi dada à manutenção e estabilidade da família tradicional como um valor e a “base de uma sociedade sadia” e apoio ao papel das instituições religiosas cristãs no Estado e na sociedade. O então candidato tuitou trechos bíblicos (conhecereis a verdade e a verdade vos libertará) e se posicionou contrário ao aborto em qualquer circunstância. Por inúmeras vezes Bolsonaro repudiou o aborto e enfatizou que, caso fosse eleito presidente, vetaria a proposta de descriminalização, utilizando a *hashtag* #BrasilContraOAborto.

A defesa de valores pós-materialistas é entendida por ele como “inversão de valores”, semeada pela esquerda e aliada ao “politicamente correto”.

Identificamos, portanto, que Bolsonaro, além de portador da ideologia de direita, se mostrou também conservador. Embora deva-se ressaltar que no Brasil, o eixo esquerda-direita não necessariamente se confunde com o eixo progressista-conservador, mas, como afirmam Tarouco e Madeira (2011), é perpassado por ele, definindo um espaço político bidimensional. Um dos aspectos de maior destaque da campanha de Bolsonaro foi a defesa da lei e da ordem, com menções favoráveis à aplicação rigorosa da lei e ações mais severas contra o crime doméstico. Afirmou que não havia razão para defender bandidos, nem para “saidões”, indultos e programas de reinserção de presos no mercado de trabalho; ao contrário, defendeu o recrudescimento, a redução da maioridade penal para 16 anos, pois “menor mata e estupra”, defendeu a liberdade de ação da Polícia Militar para “atirar nos vagabundos”. Defendeu o porte de armas, a revogação do Estatuto do Desarmamento, afirmando que “flores não garantem paz”. A tematização do combate à violência e à criminalidade foi uma constante em sua campanha, tendo sido a sensação de insegurança amplamente abordada em seus *tweets*. Foi recorrente o uso de sentenças fervorosas como “cidadãos [são] reféns em suas próprias casas”, “as pessoas estão presas dentro de suas próprias casas”, “Não há vítima da sociedade! A SOCIEDADE É A VÍTIMA!” (@jairbolsonaro, 28/08/2018). Os governos anteriores foram responsabilizados pelas taxas de criminalidade, pois criaram uma “estrutura criminosa”, definida pela “impunidade” e pela “priorização de vagabundos”.

BANDIDO armado até os dentes atirando em homens, mulheres e crianças inocentes só se resolve na bala. Quem não considera este fato ignora a própria realidade que estamos vivendo e esse é um sinal de que tudo permanecerá do mesmo jeito. Nós entendemos e buscaremos a mudança! (@jairbolsonaro, 30/08/2018).

Ainda na dimensão da estrutura da sociedade, identificamos posições negativas em relação ao multiculturalismo, uma vez que presumiam imposição ou encorajamento de integração cultural e apelo à homogeneidade cultural na sociedade. Dois vídeos divulgados em sua conta do *Twitter*, um deles contendo um trecho de uma entrevista concedida à GloboNews, e o outro publicado logo após o primeiro debate eleitoral de 2018, realizado no dia 10 de agosto pela emissora Band, são emblemáticos desta posição:

Eu quero um Brasil onde tenhamos um só povo, um país sem divisões de brancos e negros, héteros e homos, ricos e pobres, nordestinos e sulistas. Eu quero um Brasil onde se respeite a família acima de tudo, que é a base da sociedade. Eu quero um Brasil onde a criança seja respeitada em sala de aula. Eu quero um Brasil menos violento e com mais emprego. Eu quero um Brasil negociando com todos, sem o viés ideológico. [...] Eu quero um Brasil sorridente, que se abra para o turismo dado a condições de segurança e infraestrutura... nós temos tudo, tudo para sermos uma grande nação. O que precisamos pra chegar lá? Precisamos sim de um homem ou de uma mulher que seja honesto, seja patriota e tenha Deus no coração. É esse o Brasil que eu quero para todos nós, e se essa for a vontade de Deus, eu tenho certeza que cumprirei essa missão ao lado do povo brasileiro (@jairbolsonaro, 3/08/2018).

Nossos achados de pesquisa nos levaram à criação de mais uma categoria na tradicional metodologia adotada, a de ativismo de baixo para cima: negativo, pois Bolsonaro teceu duras críticas a movimentos sociais, como o MST, o MTST, e também ao ativismo ambiental, que segundo ele impedia o desenvolvimento do turismo, bem como a Ong's de Direitos Humanos e à UNE – União Nacional dos Estudantes. É típico da direita reforçar a autoridade do Estado para inibir a busca pela igualdade que implique em prejuízo da ordem, ao passo que a esquerda contesta a autoridade do Estado quando ele reprime os movimentos sociais e políticos igualitaristas. Em relação a grupos sociais, se mostrou crítico às instâncias de representação dos trabalhadores, como os sindicatos, e defendeu a extinção do imposto sindical.

Em relação a grupos minoritários, pudemos identificar posicionamentos negativos, com referências críticas especialmente a homossexuais, principalmente fazendo contraponto com seu adversário Fernando Haddad, a quem atribuiu a criação de um “kit gay”, assunto especialmente explorado durante o segundo turno. O combate à “ideologia de gênero” foi um tópico recorrente, associado ao que Bolsonaro chamou de “lavagem cerebral carregada de inversão de valores”, atribuída principalmente aos governos de esquerda.

Por outro lado, identificamos menções positivas a grupos demográficos não econômicos, em especial às mulheres. Vale destacar que esta foi uma estratégia para vacinar a candidatura em relação a movimentos como o #EleNão, conforme identificado por Iasulaitis & Vieira (2019), devido às diversas afirmações polêmicas realizadas anteriormente: “Não tem que ter política pra isso. Tudo é coitadismo. Coitado do negro, coitado da mulher, coitado do gay, coitado do nordestino, coitado do piauiense, vamos acabar com isso” (Em entrevista concedida à TV Cidade Verde, SBT Piauí, em outubro de 2018). “Foram quatro homens, a quinta eu dei uma fraquejada e veio mulher (Palestra no Clube Hebraica, abril de 2017). “Não é questão de gênero. Tem que botar quem dê conta do recado. Se botar as mulheres vou ter que indicar quantos afrodescendentes?” (Em entrevista em Pouso Alegre, questionado se aumentaria o número de mulheres no ministério, em março de 2018). Para diminuir o desgaste por essas e outras polêmicas, as mulheres foram retratadas no *Twitter* de Bolsonaro como “importantes no desenvolvimento do nosso Brasil”, responsáveis pela preservação dos valores familiares – que estariam sofrendo “desgaste” – e pela educação dos filhos, o que, de acordo com Bolsonaro, seria “inerente” a elas. Afirmou que, enquanto deputado, apresentou “muitos projetos de lei (...) em defesa das mulheres”, e tuitou que “depois de 4 homens, uma menina mudou minha vida!”.

4.2 Geraldo Alckmin (PSDB)

Aplicando a metodologia de análise de conteúdo, cada “quase-sentença” identificada nos *tweets* do candidato Geraldo Alckmin foi enquadrada em uma das categorias estabelecidas para essa pesquisa. O critério principal para a categorização foi o conteúdo programático que poderia ser extraído de cada uma das “quase-sentenças”. Para atingir o objetivo dessa pesquisa e responder as perguntas aqui enfrentadas, quando um *tweet* demonstrava um conteúdo programático ao mesmo tempo que desqualificava outro candidato, por exemplo, foi utilizada na categorização apenas a parte atinente ao conteúdo programático.

A dimensão mais explorada nos *tweets* do candidato Geraldo Alckmin foi *Sistema Político*. Nesse contexto, o conteúdo programático reivindicou, reiteradas vezes, a necessidade de reforma política, com propostas de diminuição do número de partidos políticos⁶, voto facultativo⁷, voto distrital, redução do número de deputados e senadores⁸. Interessante notar que, embora o conteúdo programático seja a reforma de vários pontos constitucionais (matérias constitucionais), o candidato, em nenhum momento, mencionou a necessidade de alteração da Constituição. Pelo contrário: fez questão de afirmar a desnecessidade de nova Constituição, ao mesmo tempo em que defendeu a necessidade de reformas de pontos estruturais da Constituição Federal, mediante reformas política, tributária, previdenciária e de Estado.

Outro ponto bastante explorado dentro da dimensão sistema político foi a reivindicação da “Autoridade Política”, que contempla tanto as referências à competência do candidato e de seu partido e aliados para governar, quanto a falta de competência dos outros candidatos ou líderes. No tocante à competência do candidato e de seu partido, a estratégia foi a reivindicação dos resultados da administração tucana no Estado de São Paulo: “Nós sabemos fazer ajuste fiscal, fizemos em SP. A crise foi no Brasil inteiro, mas enquanto governo federal teve déficit, tivemos superávit em São Paulo no ano passado” (@geraldoalckmin, 24/09/2018). Já no que se refere à falta de competência de outros candidatos e partidos, a estratégia parece ter mudado com o transcorrer da campanha. Num primeiro momento, o foco era atacar o PT: “Fui perguntado hoje sobre a PEC do Teto de Gastos Públicos. A regra não precisaria existir se não houvesse o PT, que quebra governo para garantir reeleição. No meu governo em SP, não precisamos da PEC para

⁶ “Não é possível Brasil continuar com 35 partidos políticos. Não existem 35 ideologias, o que temos são pequenas e médias empresas mantidas com dinheiro público. Nós defendemos uma reforma política que diminua o número de partidos!” (@geraldoalckmin, 17/08/2018).

⁷ “É preciso mudar o modelo político. Eu defendo reforma política, com voto facultativo. O voto é um direito das pessoas, não deve ser obrigatório” (@geraldoalckmin, 20/08/2018).

⁸ “O Brasil precisa mudar, mas não vai mudar se não fizermos reformas. Vamos fazer a reforma política para diminuir o número de partidos, senadores e deputados. Defendo também o fim do voto obrigatório” (@geraldoalckmin, 11/09/2018).

cortar desperdícios e manter as contas em dia mesmo durante a crise” (@geraldoalckmin, 27/08/2018). “Esse desequilíbrio de contas públicas, com 13 milhões de desempregados, não começou agora. Tudo isso é irresponsabilidade do PT e dos adoradores do Lula: Ciro, sempre aliado ao PT; Marina, 25 anos no PT; Meirelles, ministro do PT; e o próprio Haddad” (@geraldoalckmin, 11/09/2018). “Os 13 milhões de desempregados são obra do desastre petista, vítimas da irresponsabilidade dos governos do PT. O PT é um partido absolutamente sem limites” (@geraldoalckmin, 18/09/2018).

Até o ataque à Bolsonaro era feito via PT: a ideia passada era a de que pela grande rejeição de Bolsonaro, ele não teria chance de vencer no segundo turno, logo, o voto em Bolsonaro significaria a eleição do PT no segundo turno: “O Bolsonaro é um passaporte para a volta do PT. Ele não ganha de ninguém no 2º turno. PT vai poupar o Bolsonaro, eles só batem em mim, porque tudo que eles querem é um 2º turno contra o Bolsonaro. Ele é fraco” (@geraldoalckmin, 06/09/2018). “Tem muitas pessoas bem intencionadas pensando em votar no Bolsonaro porque não querem a volta do PT, como eu também não quero. Mas Bolsonaro é o passaporte para a volta do PT. No segundo turno, o que decide é a rejeição, ele é o único que perde para o PT” (@geraldoalckmin, 19/09/2018). A estratégia foi se modificando e o ataque passou a ser pela falta de competência de ambos: “A tragédia dos 13 milhões de desempregados é herança do PT e dos adoradores de Lula. O Brasil não vai voltar a crescer com radicalismo, nem de esquerda nem de direita. O PT nos colocou na crise e Bolsonaro não tem a menor condição de nos tirar dela” (@geraldoalckmin, 15/09/2018). “Depois de levar o país à maior recessão das últimas décadas, depois de todos os escândalos, o PT quer voltar ao poder. Do outro lado, uma aventura, um modelo autoritário, intolerante, que acha que mulher que tem que ganhar menos que homem, que defende a tortura” (@geraldoalckmin, 20/09/2018). Até que as referências à falta de competência passaram a se referir à candidatura de Bolsonaro: “A campanha de Bolsonaro é lamentável. O filho, vereador pelo RJ, passa o dia me atacando com mentiras. Ontem, imitando o pai, fez apologia à tortura. O vice, depois de ofender indígenas, negros e mulheres, ataca agora o 13º e as férias dos trabalhadores. E querem a volta da CPMF” (@geraldoalckmin, 27/09/2018).

Outra categoria explorada nessa dimensão foi a *eficiência governamental e administrativa*. Foram 32 *tweets* reivindicando a diminuição do Estado, a necessidade de diminuição de cargos, corte de gastos “com helicópteros e prédios alugados”, de reforma na administração pública. Ainda dentro da dimensão *Sistema Político*, tiveram importante relevância os *tweets* com manifestações contrárias à corrupção, bem como de apoio à Lava Jato: “Quem enriquece na política é ladrão. Não tem meio termo. Defendemos uma grande reforma política, o fortalecimento

de nossas instituições e, ainda, endurecer a legislação contra crimes do colarinho branco. A Lava Jato é um marco na história da política brasileira” (@geraldoalckmin, 20/09/2018).

A segunda dimensão mais explorada nos *tweets* da candidatura de Geraldo Alckmin foi *Bem-estar e qualidade de vida*. Ganha destaque a categoria *expansão do estado de bem-estar* devido à saliência do tema saúde: ampliação da rede pública hospitalar, reforma de hospitais, oferta de medicamentos. Também foi bem explorada a expansão da educação, principalmente creches e escolas primárias. O ensino técnico também constou da agenda programática. Categoria dentro dessa dimensão também muito explorada e que merece destaque especial nessa análise é a *Igualdade: positiva*. Nesse contexto, notamos a reivindicação programática, principalmente, de política de igualdade salarial para mulheres: “Após o encontro, @anaamelialemos anunciou que nosso governo terá mais mulheres e que vamos trabalhar muito para combater a desigualdade salarial entre homens e mulheres, injustiça que não pode ser ignorada. Assumo compromisso total com as políticas para as mulheres” (@geraldoalckmin, 31/08/2018). “Anunciei agora em entrevista à Rádio Globo: para combater a desigualdade salarial entre homens e mulheres, pensamos em adotar uma boa ideia da Alemanha. Lá, foi aprovada uma lei que garante a funcionárias o direito de saber a média salarial paga a colegas em cargos semelhantes” (@geraldoalckmin, 04/09/2018).

O conteúdo programático extraído dos *tweets* de Geraldo Alckmin dá grande relevância à dimensão *Economia*. Foi demonstrada e reiterada, por diversas vezes, a preocupação com o crescimento econômico do país, com a redução do déficit na economia pública, com a necessidade de diminuir impostos e taxas: “Uma questão essencial é o equilíbrio das contas públicas. Quem assumir a Presidência em janeiro vai encontrar um cenário difícil, com previsão de déficit de R\$ 139 bilhões. Nossa meta é zerar esse déficit em até dois anos. Em São Paulo, mesmo durante a crise, tivemos superávit” (@geraldoalckmin, 14/08/2018). As propostas de investimentos em infraestrutura também mereceram destaque. Nessa dimensão, interessante notar que foi dada relevância à categoria *economia de livre mercado*, em que se incluem menções favoráveis à superioridade da empresa privada sobre o sistema estatal, incluindo promessas de ações de privatizações e concessões, traço programático específico do PSDB: “Para o Brasil poder andar e ficar mais forte, Geraldo Alckmin implementará ajustes no Estado, com privatizações e boas agências de fiscalização” (@geraldoalckmin, 09/08/2018). Também foi abordada a necessidade de políticas de incentivos a novas empresas e de apoio aos empreendedores, bem como a necessidade de tomar medidas economicamente saudáveis.

Em seguida, em relevância, aparece a dimensão *Estrutura da sociedade*. Nesse contexto, merece destaque a categoria *Lei e ordem: positivo*. Diversos foram os *tweets* reforçando a necessidade

de mais investimentos em segurança pública. Nesse contexto, interessante notar o que se passou com o posicionamento da candidatura no que se refere à liberação do porte de armas. De início, no começo da campanha, o candidato afirmava ser irracional a liberação ampla do porte de armas: “Defendo o porte de armas em áreas rurais, isoladas. Na cidade, é uma irracionalidade. Se todo mundo sair por aí com arma na cintura, o número de homicídios em SP vai saltar de 3 mil para 30 mil. Não é papel do cidadão comum enfrentar criminosos. Quem tem que fazer isso é a polícia, que é treinada para isso”. Com o transcorrer da campanha, e o apoio do eleitorado com relação à promessa de liberação do porte de arma feita por Jair Bolsonaro, a proposta de Alckmin passou a focar apenas na liberação no meio rural, deixando de mencionar a “irracionalidade” da liberação no meio urbano: “Mais uma vez, defendi facilitar o porte de armas nas propriedades rurais. Morei em zona rural até os 16 anos. É completamente diferente de morar na cidade. Só quem nunca morou em fazenda não sabe disso”. Outro ponto explorado na categoria *Lei e ordem: positivo* foi acerca da necessidade de reação do Estado com relação ao combate às ocupações de terra: “Temos que dar segurança jurídica aos produtores e reduzir os conflitos com regularização fundiária. Foi o que fizemos em São Paulo, de maneira organizada, séria. Vou reanimar a medida provisória do FHC que impedia que terra invadida fosse pra reforma agrária” (@geraldoalckmin, 29/08/2018). E, por fim, no âmbito da dimensão *Estrutura da sociedade*, ganhou destaque a categoria *Mobilização cívica: positivo*, que contempla manifestações favoráveis à solidariedade nacional e a necessidade de a sociedade se ver unida. “Falei mais uma vez da importância da pacificação do país. Todas as vezes em que houve um esforço conciliatório a democracia consolidou-se, a economia cresceu mais e os avanços sociais foram maiores. Foi assim na redemocratização, na constituinte, no Plano Real.” “Vamos trabalhar para unir o país. Metade da população não quer os radicais de esquerda nem os de direita. Eles têm a maior rejeição. Esses radicalismos podem aumentar o desemprego, a pobreza e dificultar a retomada do crescimento. A união é o caminho” (@geraldoalckmin, 30/09/2018). “Todas as vezes em que houve um esforço conciliatório, a democracia consolidou-se, a economia cresceu mais e os avanços sociais foram maiores. É hora de união!”. A exploração desse aspecto foi ampla e forte, já que constitui em verdadeira delimitação de agenda da candidatura de Geraldo Alckmin: se colocou como alternativa ao polarizado acirramento do “nós contra eles” (Bolsonaro e PT): “Não é hora de ódio. O Brasil não quer seguir o caminho dos radicais, dos extremos. Vote com consciência, responsabilidade e sensibilidade, pensando no futuro do país. Um país dividido não avança. Sou contra qualquer tipo de radicalismo. Todas as vezes em que houve um esforço conciliatório, a democracia consolidou-se, a economia cresceu mais e os avanços sociais foram maiores” (@geraldoalckmin, 20/09/2018).

Por fim, a dimensão *Grupos Sociais* aparece com menor saliência em relação às demais dimensões, tendo destaque dentro dela, a categoria *Grupos de Trabalhadores: positivo*, o que se deve ao grande destaque que a estratégia programática de campanha deu a temas como o desemprego e a necessidade de geração de empregos. Outro destaque na dimensão *Grupos Sociais* e que traz importante análise, diz respeito à categoria *Grupos demográficos não econômicos: positivo*, com grande relevância, dentro desse contexto, para as mulheres: “O Brasil tem uma dívida com as mulheres que precisa ser resgatada. Primeiro, em relação à violência. Visitei o instituto Maria da Penha, em Fortaleza. Temos que combater a impunidade nos casos de violência contra a mulher.” “Fiquei horrorizado com as declarações de General Mourão, vice de Bolsonaro, sobre crianças criadas por mulheres, que chefiam quase 30 milhões de casas brasileiras. Isso é uma ofensa às mães, que criam seus filhos com dificuldade e sacrifício, e às avós, que são também heroínas. Falar que uma criança criada por mãe e avó é um “desajustado” é uma ofensa, mostra bem a cabeça dessas pessoas. Mulheres que criam filhos sozinhas são heroínas” (@geraldoalckmin, 19/09/2018). Essa saliência à temática de defesa das mulheres, enquanto grupo social minoritário que necessita de políticas públicas próprias, pode demonstrar uma delimitação de agenda programática antagônica à candidatura de Jair Bolsonaro.

4.3 Luiz Inácio Lula da Silva e Fernando Haddad (PT)

Mesmo com a prisão do ex-presidente Lula, houve movimentação em sua conta de *Twitter*. Grande parte dos *tweets* se destinavam a questionar sua prisão política, divulgar pesquisas de intenção de voto, destacando sua preferência por grande parte do eleitorado e visando garantir sua candidatura, tendo sido dado amplo destaque à decisão da ONU neste sentido. No primeiro turno, o mote da campanha do PT no *Twitter* foi a campanha #Lula Livre, tanto na conta de Lula quanto na de Haddad, a partir do momento em que assumiu a candidatura, após a decisão do TSE.

Parte dos *tweets* de Haddad se destinavam a fazer campanha negativa contra Bolsonaro e a se defender de *fake news* que circulavam a seu respeito: “Bolsonaro é mentiroso. Porque ele não me pergunta sobre kit gay no debate? É uma mentira deslavada de quem não tem projeto, só pensa em botar arma na mão da população para ela se matar (@Haddad_Fernando, 12/out.). “Ontem o TSE condenou o Bolsonaro a parar de mentir sobre o que ele chama de Kit Gay. Ele me acusou de distribuir material impróprio para crianças de 6 anos. Eu não uso carro por opção, eu poderia comprar um carro. E o cara me atribui uma Ferrari? Ele só mente” (@Haddad_Fernando, 16/out.). Na dimensão das Relações Exteriores, a candidatura petista defendeu a autoridade de instituições multilaterais, em especial da ONU, abordou o anti-imperialismo centrado no Estado, afirmando não “bater continência pra bandeira americana” (@Haddad_Fernando,

27/out.) e questionando a influência norte-americana: “Não acho que o Bolsonaro honre a farda que já vestiu um dia. Só tem uma candidatura que defende a soberania nacional. Nós não vamos entregar a base de Alcântara pra base militar americana. Não vamos entregar nosso petróleo para ninguém. O pré sal é do povo, para saúde e educação” (@Haddad_Fernando, 21/out.). Haddad questionou fortemente o militarismo e defendeu a paz entre as nações, em especial em relação à Venezuela: “Sabem que não vamos brigar com nenhum vizinho. Somos responsáveis pela paz no continente e vamos continuar sendo” (@Haddad_Fernando, 24/out.). “[...] O Bolsonaro não tem a menor ideia, por exemplo, sobre a diferença de capacidade bélica entre Brasil e Venezuela pra sair falando em guerra (@Haddad_Fernando, 27/out.) e defendeu rearranjo da geopolítica na América Latina, a partir da integração e cooperação.

Na dimensão de Liberdade e Democracia, houve uma defesa veemente da democracia. Aliás, durante o segundo turno o mote principal foi a defesa da democracia. Em diversos *tweets* se identificou uma ruptura democrática e a necessidade de restaurar a democracia e que o embate não era sobre esquerda e direita, era sobre democracia.

Na dimensão do Sistema Político, a candidatura petista investiu em defender o legado do Partido dos Trabalhadores e afirmar a competência pessoal tanto de Lula (quando era o candidato), quanto de Haddad. Haddad mencionou a operação Lava Jato, no quesito corrupção e defendeu sua ampliação para investigar outros partidos: “Você não pode fazer política no Ministério Público e na Polícia Federal. A Lava Jato tem que continuar, inclusive investigar o partido que Bolsonaro pertence e todos os outros” (@Haddad_Fernando, 27/out.). No segundo turno, Haddad questionou fortemente as elites pré-democráticas, a ditadura e os torturadores, mencionando serem estes os modelos que seu adversário seguiria: “Estamos alertando o Brasil. Meu adversário tem como principal herói o mais bárbaro torturador da ditadura militar. Ele não respeita a redemocratização. As qualificações dele não o habilitam pra governar o país em uma democracia” (@Haddad_Fernando, 23/out.).

Na dimensão econômica, defendeu propostas de regulação do mercado, de crescimento econômico, nacionalização, sustentabilidade e gerenciamento keynesiano da demanda. A perspectiva keynesiana se fundamenta no princípio de que o ciclo econômico não é auto-regulado, como defendem os economistas neoclássicos, por isso defende a intervenção estatal na economia. A teoria de Keynes se baseia no princípio de que os consumidores aplicam as proporções de seus gastos em bens e poupança, em função da renda, e a renda agregada aumenta em função do aumento do emprego. Tanto Lula quanto Haddad defenderam o pleno emprego, o aumento do poder de compra da população, linhas de crédito popular para tirar os consumidores da situação de endividamento e inadimplência, se mostraram contra as

privatizações e defenderam a progressividade, buscando a tributação maior dos ricos e dos bancos, uma política de salário mínimo forte, com aumento acima da inflação, isenção de impostos para quem recebe até 5 salários mínimos, dentre outras propostas: “Quem sustenta o Brasil é o pobre. Os muito ricos não pagam nada de imposto. Faremos a reforma tributária por emenda constitucional. Além da reforma bancária. São medidas essenciais para a retomada do crescimento” (@Haddad_Fernando, 8/out). “Conheça o Dívida Zero, programa que vai ajudar os brasileiros a quitarem suas dívidas. O povo vai voltar a ter crédito e girar a roda da nossa economia” (@Haddad_Fernando, 9/out.). “A política do Paulo Guedes, economista do Bolsonaro, é de aprofundar a agenda Temer. É o Temer piorado. Nossa proposta é aumentar o poder de compra do brasileiro, reduzindo a carga tributária de quem ganha menos e cortando os juros cobrado pelos bancos” (@Haddad_Fernando, 10/out.)

Na dimensão do Bem-estar e qualidade de vida, a candidatura petista defendeu a proteção ambiental, se colocando contra os agrotóxicos, o desmatamento da Amazônia e na defesa dos animais, investimento em cultura, tendo recebido inúmeros apoios de artistas, a igualdade, a expansão da educação e do estado de bem-estar, citando a expansão de programas sociais como o Luz para Todos, Minha Casa Minha Vida, projetos de combate à fome e à miséria e o Bolsa Família: “Este é um compromisso que faço com o povo brasileiro: a partir de janeiro do ano que vem, o Bolsa Família terá aumento de 20% e o preço do gás voltará a ser justo, sem ultrapassar os R\$ 49” (@Haddad_Fernando, 21/out.). Destaque especial foi dado para o tema da educação, investimentos nas universidades públicas e institutos federais, fortalecimento do programa ProUni, dentre outros.

Na dimensão Estrutura da Sociedade, a candidatura defendeu o ativismo de baixo para cima, o multiculturalismo e mencionou direitos indígenas. Inexistente durante o primeiro turno, notamos que no segundo turno foram incorporados elementos de nacionalismo e patriotismo na campanha de Haddad, com alterações na colorimetria da campanha, que passou da paleta vermelha e para as cores da bandeira nacional, verde e amarela e, assim como seu adversário, passou-se a acionar símbolos nacionais, com o slogan “Verás que um filho teu não foge à luta” e outros trechos do hino nacional: “Vamos, juntos, todos pelo Brasil. A nossa campanha é de todos que querem mudar o país para melhor. Nosso hino nacional fala de uma pátria mãe gentil, que cuida dos seus filhos, não deixa ninguém para trás e garante oportunidade para todos. Esse é o meu compromisso” (@Haddad_Fernando, 12/out.). Questionado a respeito, tuitou: “Agora me perguntaram por que uso a bandeira brasileira. Porque eu não bato continência pra bandeira americana, oras...” (@Haddad_Fernando, 20/out.). Foi explorada, também, durante o segundo turno, a religiosidade católica do candidato, ícones religiosos como Padre Cícero foram

mencionados, bem como fotos suas e de sua esposa participando de missa de Nossa Senhora Aparecida. Também se fizeram presentes *tweets* em defesa da lei e da ordem, com especial destaque para o fortalecimento da Polícia Federal: “Nós queremos dobrar o contingente da Polícia Federal pra que ela assuma o combate ao crime organizado. É a inteligência que vai vencer o crime” (@Haddad_Fernando, 23/out.).

Na dimensão dos grupos sociais, tanto Lula quanto Haddad fizeram menções positivas aos trabalhadores e aos sindicatos, defesa dos direitos trabalhistas, 13º. salário, licença maternidade, em especial ao Sindicato dos Metalúrgicos (na conta de *Twitter* de Lula), agricultores, minorias sociais, tendo Haddad defendido a tolerância e o respeito às diferenças, negros e mulheres e para repercutir posicionamentos do adversário: “Cada dia o Bolsonaro solta uma. Ontem ele falou que tem que acabar com o “coitadismo” dos nordestinos, negros, mulheres e gays. Coitado é ele que em 28 anos como deputado não fez nada pelo Brasil” (@Haddad_Fernando, 24/out.).

5. Considerações finais

Este artigo teve como objetivo analisar comparativamente as estratégias ideológicas de campanha pelo *Twitter* dos candidatos do PT, ex-presidente Lula da Silva e ex-prefeito de São Paulo, Fernando Haddad, do candidato do PSDB, ex-governador de São Paulo, Geraldo Alckmin e do candidato do PSL, o ex-deputado federal Jair Bolsonaro nas eleições de 2018. Para dar conta desse propósito e respondermos nossas questões, categorizamos o conteúdo programático que poderia ser extraído de cada uma das “quase-sentenças” dos *tweets* no período eleitoral. Como os dados revelaram, esse pleito presidencial foi estruturado em termos ideológicos, com o candidato Jair Bolsonaro buscando se colocar como o candidato *anti-establishment* político de forma geral e anti-petista em particular, ultraliberal na economia e na gestão do Estado e das políticas sociais e ultraconservador nos costumes e direitos das minorias, visando se diferenciar das demais candidaturas. Em contraposição, os candidatos do PT, Lula da Silva/Fernando Haddad reforçaram seus posicionamentos social-democratas ao se colocarem a favor dos amplos princípios democráticos e do Estado de Direitos bem como da expansão da educação e do bem-estar da população. Quanto à economia, mantiveram a defesa da regulação do mercado com crescimento econômico, mas com o gerenciamento keynesiano da demanda. Já o candidato do PSDB, Geraldo Alckmin, buscou assumir as posições de centro-direita liberal e tecnocrática, enfatizando na economia o crescimento e o incentivo à tecnologia e à infraestrutura. Enquanto na gestão do Estado manteve-se na defesa da eficiência governamental e administrativa. Teoricamente, partidos políticos escolhem suas posições políticas estrategicamente. Normalmente, em eleições majoritárias, os partidos procuram ser o mais centristas possível para

alcançar o apoio do eleitor mediano, visando alcançar o maior número de votos. Na competição partidária, sob as premissas downsianas mais simples, existem incentivos claros para os partidos convergirem para o eleitor mediano. Mas quando os partidos têm que se diferenciar de seus concorrentes a tendência será assumir posições extremas. Essa foi a tendência observada em contextos multipartidários, como o brasileiro, ou onde há a introdução de primárias, como na Argentina, cujos incentivos centrífugos podem levar os partidos a ampliar sua distinção ideológica aos olhos dos eleitores. Conforme esta análise, na eleição de 2018 vimos que os partidos se depararam com um conjunto de incentivos, alguns empurrando-os para o centro político, outros empurrando-os para os extremos. A estratégia do candidato Bolsonaro, embora seus posicionamentos o coloquem na extrema direita, foi no sentido de se colocar fora do eixo esquerda-direita. Cabe notarmos que o eixo esquerda-direita e o eixo *anti-establishment* político representam dimensões transversais independentes. Os atores, como Bolsonaro, que se colocam como *anti-establishment* político geralmente hesitam em se posicionar no *continuum* esquerda-direita, porque tendem a considerá-lo anacrônico. No entanto, a maioria deles ocupa posições claras e visíveis à esquerda ou à direita. E aqueles que não o fazem, mais cedo ou mais tarde, são forçados pela dinâmica da competição partidária a se definir nesses termos tradicionais. Isso aconteceu, por exemplo, nas eleições presidenciais brasileira de 2018 e norte-americana em 2016. Em ambos os casos, a primeira votação foi travada ao longo da divisão *anti-establishment* político versus *establishment* político, e os dois candidatos contra o *establishment* político foram para o segundo turno. Já no segundo turno, a competição foi naturalmente polarizada no *continuum* esquerda-direita (com Bolsonaro e Trump alinhados à direita, Haddad e Hillary à esquerda). Com essa estratégia eleitoral, num contexto político marcado pelo descrédito da classe política turbinado pela divulgação quase que diária pelas redes sociais e grande mídia do seu envolvimento em escândalos de corrupção, Bolsonaro conseguiu se diferenciar dos demais contendores tanto ocupando o espaço no espectro ideológico da direita conservadora, tirando do segundo turno Geraldo Alckmin, ao empurrar o PSDB cada vez mais para a direita liberal, quanto levando o PT, no primeiro turno, à defesa do seu legado social democrata à frente do governo durante quase quatro mandatos, e no segundo turno, forçando Haddad a se posicionar no extremo oposto das medidas anti-democráticas liberais enfatizadas pelo candidato do PSL.

Um outro elemento importante que ajudou Bolsonaro, de acordo com as dimensões analisadas, foi o fato dele ter êxito ao se apresentar como o ator *anti-establishment* e como agente de mudança. Ele aderiu às estratégias de outros líderes recentemente eleitos em várias partes do globo, ao se colocar como o principal impulsionador do mundo político, o motor da reforma, ou mesmo o redentor. A afirmação anti-política de que a política está na raiz de todo mal social

fornece a esses atores um ponto chave para intervenção na política, para a melhoria intencional da sociedade. Abrem a possibilidade de uma mudança voluntarista de grande alcance social e, portanto, oferecem esperança, às vezes até redenção. Importante notarmos que esses atores compartilham o desprezo do populista pela intermediação política, traduzindo o seu viés anti-institucional. Em contrapartida observa-se altos graus de personalização dessa atitude, que é potencializada pelos novos formatos comunicacionais das redes sociais digitais. Ou ainda, partidos cujos candidatos se dizem anti-políticos, que costumavam se descrever como movimentos e não partidos, tendem a formar casos extremos de "partidos personalistas", de organizações com liderança com baixos níveis de diferenciação interna, onde chefes solitários comandam seguidores difusos. Por fim, cabe assinalar que os atores anti-políticos, como Bolsonaro, estabelecem "medidas de construção de confiança" a partir de novos extremos. Assim, os discursos anti-políticos violam, normalmente, os códigos da linguagem política, como, por exemplo, transgredindo normas de cortesia e autocontrole, ou introduzindo elementos do discurso coloquial. E é justamente por tais motivos que passaram a se disseminar, prioritariamente, na ambiência das redes sociais digitais, especificamente no *Twitter*, plataforma que integra um amplo ecossistema de mídias e que é especialmente adequada a esta nova formatação da política, já que escapa ao controle dos *gatekeepers* tradicionais e possibilita que tais discursos não somente sejam difundidos, mas também que tenham amplo alcance e repercussão. Também tentam exibir virtudes pré-políticas como força e coragem, as qualidades arcaicas do governante pré-moderno, realizando esportes associados ao elitismo, individualismo e alto risco.

E, finalmente, a maioria dos atores *anti-establishment* político foge do mundo político para invadir arenas não políticas, como por exemplo, campos da cultura e entretenimento.

Em outros trabalhos esperamos desenvolver outros aspectos que nos ajudem a compreender como os partidos brasileiros irão buscar enfrentar candidatos com o perfil da extrema direita como o de Jair Bolsonaro que desafiam a própria existência da democracia representativa e do Estado de Direitos outorgados na Constituição de 1988.

Referências

- Bobbio, N. (1995). *Direita e esquerda: razões e significados de uma distinção política*. São Paulo: Editora da Universidade Estadual Paulista.
- Chadwick, A. (2017). *The hybrid media system: Politics and power*. Second Edition. Oxford, UK: Oxford University Press.
- Codato, A.; Bolognesi, B.; Roeder, K.M. (2015). A nova direita brasileira: uma análise da dinâmica partidária e eleitoral do campo conservador. In: Velasco e Cruz, S.; Kaysel, A.; Cudas, G. (orgs).

- Direita, volver! O retorno da direita e o ciclo político brasileiro. São Paulo: Fundação Perseu Abramo.
- Dalton, R., Mcallister, I., & Wattenberg, M. (2003). Democracia e identificação partidária nas sociedades industriais avançadas. *Análise Social: Revista do Instituto de Ciências Sociais da Universidade de Lisboa*, v. 38, n. 167, p. 295-320.
- Downs, A. (1999). *Uma teoria econômica da democracia*. São Paulo: EDUSP.
- Ernst, N., Blassnig, S., Engesser, S., Büchel, F., & Esser, F. (January-March de 2019). Populists Prefer Social Media Over Talk Shows: An Analysis of Populist Messages and Stylistic Elements Across Six Countries. *Social Media + Society*, pp. 1-14.
- Guedes, N. (2016). Esquerda-direita: análise das posições ideológicas do PS e do PSD (1990-2010). *Sociologia, Problemas e Práticas*, 80, pp. 95-116.
- Iasulaitis, S., & Vieira, A.O. (2019). Quando o ataque é o programa: as estratégias de Donald Trump e de Jair Bolsonaro no Twitter. *Anais do VIII Congresso da Associação Brasileira de Pesquisadores em Comunicação e Política (VIII COMPOLITICA)*. Brasília.
- Iasulaitis, Sylvia, & Vicari, I. (2019). O nacionalismo como estratégia discursiva na campanha presidencial de Jair Bolsonaro. *Anais da XVIII Semana de Pós-Graduação em Ciências Sociais. Unesp Araraquara*.
- Inglehart, R., & Norris, P. (2017). Trump and the Populist Authoritarian Parties: The Silent Revolution in Reverse. *Perspectives on Politics*, 15(2), pp. 443-454.
- Klingemann, H.-D., Volkens, A., Bara, J., & Budge, I. (2006.). *Mapping Policy Preferences II: Estimates for parties, electors, and governments in Eastern Europe, European Union and OECD 1990-2003*. Oxford: Oxford University.
- Lipset, S. M. (2012). Alguns requisitos sociais da democracia. Tradução de "Some Social Requisites of Democracy por Marques, Marcelo Henrique P. & Requena, Carolina. *Primeiros Estudos, São Paulo*, n.2, pp. p. 198-250.
- Martínez i Coma, F. (2008). *Por qué importan las campañas electorales?* Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.
- Panebianco, A. (2005). *Modelos de partido: organização e poder nos partidos políticos*. São Paulo: Martins Fontes.
- Penteado, C., Santos, M., Araújo, R., & Silva, S. (2011). Ação política na Internet brasileira. *Perspectivas em Ciência da Informação*, v.16, n.1, jan./mar., p.111-132.
- Poggio, C. (2017). Por que a extrema direita cresce no mundo. Disponível em <https://www.nexojournal.com.br/entrevista/2017/09/29> Acesso em 05/04/2019.
- Santos, B. S. (2001). *Um Discurso sobre as Ciências*. Porto: Edições Afrontamento, 12^a ed.
- Sartori, G. (1982). *Partidos e Sistemas Partidários*. Brasília: Editora Universidade de Brasília.
- Singer, A. (2002). *Esquerda e direita no eleitorado brasileiro: a identificação ideológica nas disputas presidenciais de 1989 e 1994*. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo.
- Tarouco, G. d., & Madeira, R. M. (março de 2013). Partidos, programas e o debate sobre esquerda e direita no Brasil. *Revista de Sociologia e Política*, pp. 149-165.
- Teixeira, C. G. (2010). *O Pensamento Neoconservador em Política Externa dos EUA*. Editora Unesp