

ST 17 – Mídias, política e eleições

**Eleições, radicalização e redes sociais:
os comentários no Facebook durante a disputa presidencial em 2014**

*Michele Goulart Massuchin
Fernanda Cavassana de Carvalho
Isabele Batista Mitozo*

Caxambu, Outubro de 2016

**Eleições, radicalização e redes sociais:
Os comentários no Facebook durante a disputa presidencial em 2014**

*Michele Goulart Massuchin¹
Fernanda Cavassana de Carvalho²
Isabele Batista Mitozo³*

Resumo: A proposta deste *paper* é discutir o fenômeno da radicalização nas conversações *online* que ocorrem por meio de redes sociais. Para isso, faz-se a análise dos comentários postados por usuários do Facebook nas páginas de jornais impressos que possuem perfis nessa rede social. São codificados 628.057 comentários publicados em relação aos principais presidenciáveis durante todo o período eleitoral de 2014, no Brasil. Para discutir aspectos da radicalização, são analisadas duas variáveis específicas: a reflexividade e o formato das postagens. A partir delas, pode ser observado o modo como os comentaristas se comportaram e discutiram sobre política, destacando o tipo de comentário (crítica ou elogio) e a tendência à radicalização. A hipótese inicial é de que há presença significativa de radicalização no debate, mas isso acontece de modo diferente em relação aos candidatos.

Palabras claves: Radicalização, debate público, Facebook, eleições.

Introdução

O debate político se configura como uma das principais linhas de investigação em internet e política, principalmente com enfoque nas redes sociais digitais (SWEETSER; LARISCY, 2008; PENTEADO; AVANZI, 2013; ADAMS; MCCORKINDALE, 2013; ZÚÑIGA; UNG; VALENZUELA, 2012; BOR, 2013; MITOZO; MASSUCHIN; CARVALHO, 2015; MAIA; REZENDE, 2015). Entre as subáreas, a pesquisa⁴ originária deste artigo busca estudar o debate que ocorre entre os leitores de veículos convencionais quando adentram as redes sociais.

No caso dos jornais, ocorre uma mudança no modo como os leitores interagem com o veículo. A participação limitada à “carta do leitor” agora ganha destaque por

¹ Professora adjunta do departamento de Comunicação Social/Jornalismo da Universidade Federal do Maranhão (UFMA). Doutora em Ciência Política pela Universidade Federal de São Carlos (UFSCar). Pesquisadora do Grupo de Pesquisa em Comunicação Política e Opinião Pública (CPOP) da Universidade Federal do Paraná (UFPR). E-mail: mimassuchin@gmail.com.

² Professora substituta do Departamento Acadêmico de Linguagem e Comunicação da Universidade Tecnológica Federal do Paraná (UTFPR). Doutoranda em Ciência Política e Mestre em Comunicação pela UFPR. Pesquisadora do CPOP/UFPR. E-mail: fercavassana@hotmail.com.

³ Doutoranda em Ciência Política na UFPR. Mestre em Comunicação pela Universidade Federal do Ceará (UFC). Pesquisadora do CPOP/UFPR. E-mail: ibmitozo@gmail.com.

⁴ Intitulada “Opinião Pública e debate político na web”, produzida no âmbito do CPOP/UFPR desde 2014. As autoras agradecem aos alunos de graduação e pós-graduação da UFPR, integrantes do grupo, que trabalharam durante sete meses na codificação de dados.

intermédio das ferramentas *online*, especialmente as redes sociais. Nesse espaço, há interação entre o periódico e seus leitores e também entre os próprios leitores. Quando os veículos convencionais abrem espaço para receber o *feedback* de seus leitores, o espaço de comentários permite que estes se expressem sobre determinado tema, por meio da reação a um conteúdo jornalístico produzido (SILVA, 2013). Estudos como de Sampaio e Barros (2010), Cervi (2013), Strandberg e Berg (2013) e Mitozo, Massuchin e Carvalho (2015) também observam a relação entre periódicos e webleitores.

Por outro lado, ainda que haja um espaço que proporcione a participação do público, o modo de utilização se distancia do modelo normativo idealizado (DAHLGREN, 2005), principalmente porque há um fenômeno que se ampliou nas redes sociais: a radicalização (AMOSSY, 2011). Mesmo que não seja algo próprio da Internet, alguns contextos levam a uma radicalização militante (LATTMAN-WELTMAN, 2015; AMOSSY, 2011; BRUGNAGO E CHAIA, 2015).

Este artigo, portanto, propõe analisar como este fenômeno aparece nos comentários de veículos jornalísticos no Facebook durante as eleições de 2014 no Brasil. A análise é conduzida observando as seguintes variáveis: 1) formato dos comentários (críticas, elogios ou outros) e 2) reflexividade, seguindo a proposta teórica e metodológica de Jensen (2003). O *corpus* empírico é constituído de 628.057⁵ comentários de webleitores nas páginas de 12 jornais brasileiros⁶ de primeiro de julho a 31 de outubro de 2014⁷. A hipótese que norteia o trabalho é de que nos comentários feitos aos *posts* de campanha há muita radicalização do debate, havendo, ainda, uma relação diferente entre essa característica e cada um dos candidatos mencionados nos comentários.

Para testar essa hipótese, o texto apresenta-se da seguinte forma: a primeira seção traz uma reflexão teórica acerca do debate público desenvolvido na internet, especialmente por meio das redes sociais. Em um segundo momento, o artigo se concentra na discussão do ponto específico de análise, que é a questão da radicalização, tendo em vista a polarização observada na disputa presidencial no Brasil, em 2014. A

⁵ Na seção metodológica, explica-se de maneira detalhada como foram selecionados os comentários.

⁶ Os dez jornais considerados na investigação são: Folha de S. Paulo (SP), O Estado de S. Paulo (SP) e O Globo (RJ) – nacionais; e A Tarde (BA), Correio Braziliense (DF), Correio do Estado (MS), Diário do Pará (PA), Gazeta do Povo (PR), Jornal da Manhã (PR), O Estado de Minas (MG) O Povo (CE), Zero Hora (RS), regionais.

⁷ No final, foi acrescentada uma semana após o resultado do segundo turno, para que houvesse tempo de o público fazer seus comentários.

terceira seção apresenta brevemente as estratégias metodológicas adotadas para a investigação e, por fim, faz-se a análise dos dados, que é seguida de considerações finais acerca da problemática investigada na pesquisa.

1. Perspectivas teóricas do debate nas redes sociais digitais

As formas de participação política evoluíram e o advento das redes sociais *online* pode ser considerado um fator importante nesse processo. Primeiramente, porque se deve pensar que, ao adentrá-las, os indivíduos passam a estar expostos, mesmo que acidentalmente (VALERIANI; VACCARI, 2016), a conteúdos variados, dentre eles, a política. Como consequência dessa exposição, os cidadãos podem aprender mais sobre o campo político, o que se confirma em estudos anteriores, conforme pesquisa de Valeriani e Vaccari (2016). Considerando as características dessas redes digitais, pode-se percebê-las como mecanismos que abrem ao público espaços mais abrangentes para debate político, dando novos rumos aos modelos de democracia, participativo e deliberativo (PETTINGILL, 2008). Os comentários, mais especificamente, constituem-se como a maior inovação e o grande ponto de abertura que essas ferramentas proporcionam, pois, a partir deles, pode-se dialogar com outros usuários e trocar conteúdo a todo momento muito rapidamente.

Como prova de que esse fenômeno tem ganhado importância, a literatura acerca da relação entre internet e democracia tem voltado seus estudos à discussão das redes sociais como espaços de debate público e deliberação (SWEETSER; LARISCY, 2008; PENTEADO; AVANZI, 2013; ADAMS; MCCORKINDALE, 2013; ZÚÑIGA; UNG; VALENZUELA, 2012; BOR, 2013; MITOZO; MASSUCHIN; CARVALHO, 2015; MAIA; REZENDE, 2015), seus ganhos e desafios como uma extensão da esfera pública apreendida por Habermas (DAHLBERG, 2001). Esses estudos, todavia, apresentam resultados diferentes, pois fatores tais como contexto, espaço utilizado, tema, entre outros, exercem grande influência sobre o debate em si. Uma das diferenças cruciais é o espaço utilizado, como estrutura comunicativa, conforme se pode depreender de estudos como aquele de Janssen e Kies (2004). Diferente de uma página de periódico, p.ex., um espaço voltado para a discussão de temas específicos apresenta melhores níveis de debate entre os participantes (BRAGATTO; SAMPAIO; NICOLÁS, 2015).

Desse modo, algo que dá outra perspectiva aos estudos é pensar que, assim como os cidadãos, as instituições também estão se engajando nas redes sociais a fim de ampliar contato com sua audiência e, conseqüentemente, como uma forma de legitimar-se perante esses indivíduos, como é o caso das instituições políticas (BRAGA; MITOZO, 2015), ou alcançá-los em um ambiente em que já estão devido à maior escassez de acesso direto a seus materiais não-digitais, como parece ser o caso do jornalismo⁸. No caso dos jornais, sua entrada nas redes *online* resulta na reunião de seguidores distintos que, em sua maioria, não têm proximidade com a política ou possuem diferentes vertentes ideológicas. É diferente, por exemplo, do perfil da maioria dos seguidores e apoiadores em websites de candidatos e partidos, que tendem a ser mais afinados ideologicamente. Logo, o debate que pode ser fomentado por meio de suas páginas possui características particulares, pois a mudança de espaço e perfil dos comentadores também muda a maneira como ocorre o debate.

Do mesmo modo, deve-se pensar que a audiência se amplia ainda mais pela possibilidade de o conteúdo alcançar mesmo quem não segue a página do jornal. Isso ocorre, no caso da rede Facebook, p.ex., devido aos logaritmos da ferramenta, que levam aos “amigos” aquilo que é curtido, comentado ou, em última instância, compartilhado por alguém de sua rede. Assim, os cidadãos são acidentalmente expostos a notícias, especialmente políticas, o que interessa a esta pesquisa, o que pode trazer implicações positivas à participação política, especialmente no que diz respeito, nesse caso, ao desenvolvimento de uma melhor capacidade de se expressar quanto a fatos políticos devido à interação social proporcionada pelas redes (VALERIANI; VACCARI, 2016).

Pensando nas características desse debate, a partir de análises que tomam por base variáveis deliberativas, o debate desenvolvido em ambiente digital pode ser respeitoso, argumentativo e justificado (SAMPAIO; MARQUES; MAIA, 2011). O que se faz necessário é indicar que, embora haja espaços com debate de mais qualidade, também podem-se encontrar resultados muito diferentes que indicam uma ruptura da proposta de esfera pública e debate dialógico (DAHLGREN, 2005). Um dos fatores que mais pode contribuir para essa ruptura é a temática debatida, o que põe a política entre os pontos mais polêmicos de discussão, devido às ideologias assumidas pelos internautas.

⁸ Conforme pesquisa da Associação Nacional de Jornais (2015), as assinaturas digitais dos veículos jornalísticos aumentou 118% entre 2013 e 2014. Cf < <http://www.anj.org.br/cenario-2/>>. Acesso em 22 outubro 2015.

Dentre os problemas que a impossibilidade, muitas vezes, de afastar-se das paixões políticas causa ao debate público por meio das redes digitais encontra-se, p.ex., a radicalização. Além dela – problemática que se discute mais adiante – muitas vezes os espaços de debate *online* possuem outras limitações. Se a radicalização ocorre em espaços mais heterogêneos, tampouco há debate efetivo em espaços tão homogêneos (MASSUCHIN; CAMPOS-DOMÍNGUES, 2016).

Tendo como pressuposto que a Internet pode contribuir com a expansão da esfera pública do debate ou, ao menos, materializar parte deste debate, Dahlberg (2001) aponta que, para que haja diálogo, é necessária a existência de posições antagônicas. Da mesma maneira que a radicalização, a fragmentação, i.e., a reunião das pessoas em grupos que pensam de forma semelhante acerca de determinado assunto, não é um fenômeno típico da Internet, todavia intensificou-se nesse espaço. Sunstein (2002) afirma que a Internet proporciona a criação de grupos segmentados, gerando uma “espiral de atenção seletiva”, a partir da qual o internauta seleciona a que tipo de conteúdo quer ser exposto e prefere falar com seus pares, formando redes homofílicas (BOUTYLINE; WILLER, 2015).

No trabalho de Berrocal, Campos e Redondo (2014), por exemplo, a análise dos comentários aos vídeos conclui que esses são muito breves e apenas reafirmam a mensagem da maioria dos demais comentadores, os quais as autoras consideram como *prosumers*, uma espécie de colaboradores do processo de produção de conteúdo nas redes digitais. O mesmo é evidenciado na pesquisa de Maia e Rezende (2015), que identificaram que, na discussão *online* no Facebook, as pessoas tendem a reafirmar as suas próprias preferências, enquanto evitam discutir com posições antagônicas. As autoras também analisaram outras plataformas na análise empírica, como Youtube e blogs, considerando que já se vem apontando, quanto à delimitação do público e a própria estrutura da plataforma geram especificidades no comportamento dos comentadores.

O que se conclui, portanto, a partir das investigações sobre debate na Internet, é que há fatores que interferem nas características do debate. Alguns espaços, como fóruns ou páginas feitas para discutir temas específicos, oferecem um debate mais qualitativo, enquanto em outros a performance dos comentadores se restringe a pouca argumentação e diálogo. A contribuição dos espaços das redes *online* nesse debate, contudo, ainda é algo pouco explorada pela literatura, sobretudo em relação à interação que páginas de jornais podem fomentar e o tipo de discussão que pode ser desenvolvida por meio delas,

uma vez que abragem todo tipo de leitor e, assim, oferecem uma heterogeneidade de posições políticas, mais especificamente, o que marca e dá formas ao debate que se desenvolve acerca do conteúdo publicado.

2. A perspectiva da radicalização da discussão política *online*

Os estudos de Cervi (2013) e Strandberg e Berg (2013) já indicaram que o debate que ocorre no âmbito dos espaços digitais de veículos jornalísticos convencionais não seguem exatamente os critérios de argumentação e reciprocidade que aparecem na literatura como ideais. Isso acontece porque, em sua maioria, as páginas agregam leitores e seguidores muito distintos ideologicamente, algo que acaba transparecendo quando se trata do debate político, em período eleitoral. Neste contexto, um dos problemas principais que aparecem – principalmente quando se trata de um espaço mais heterogêneo ou de uma temática mais conflitiva – é a radicalização do debate (AMOSSY, 2011).

Embora não seja uma característica intrinsecamente atrelada à Internet, determinados contextos políticos permitem a presença de uma radicalização militante (LATTMAN-WELTMAN, 2015). Esta radicalização, segundo Lattman-Weltman (2015), se destaca nesse ambiente porque, se antes os “diferentes” estavam em espaços distintos e isolados, com a Internet eles podem conversar entre si. Apesar das referências que apontam para o diálogo na Internet, a partir de consensos, também se faz necessário observar o que se considera como o fenômeno oposto: quando o diálogo está impossibilitado pela distinção entre amigos e inimigos.

Algumas pesquisas destacam a presença significativa de comentários do público pondo em foco os *flames* (AMOSSY, 2011) despreocupados, portanto, em relação à argumentação e ao respeito. O trabalho de Amossy (2011) foca nos comentários de um periódico francês em que a autora constatou a presença de muitos deles caracterizados por *flames*, com violência verbalizada (CUNHA, 2013). O problema, como se assinala, não é a conversação sobre temas polêmicos, o que seria saudável do ponto de vista democrático e da discussão política com visões distintas. A questão problemática é o confronto que deixa de ser apenas polêmico para transformar-se em ofensivo.

De acordo com Amossy (2011), há dois pontos negativos básicos, que são os pseudônimos utilizados na internet, facilitando este tipo de comportamento, e, também, a

heterogeneidade dos jornais, isto já mencionado acima, quando tratava-se da diferença dos espaços. A autora assinala que não são todos os comentários que se apresentam como radicais, mas o ar agressivo aparece de modo muito rápido e se direciona, inclusive, aos ausentes no debate, como os candidatos. O debate com *flames* resultantes de paixões políticas coexiste com o debate argumentado.

Para tentar compreender tal fenômeno, Carvalho (2016) se utiliza do conceito de banalidade do mal, de Hannah Arendt, levantando o aspecto da intolerância e da naturalização desse comportamento por meio dos comentários. Apesar de que aqui discute-se a radicalização no contexto da política eleitoral, o autor levanta diversos exemplos dessa intolerância, que transparece na violência simbólica, como em discussões sobre racismo e homossexualidade, sendo que na rede, essa característica acaba por encontrar um espaço propício no submundo dos comentários.

A ausência de tolerância, levantada por Carvalho (2016) está associada à violência verbal, termo utilizado por Cunha (2013) para destacar as ofensas, desqualificações e brutalidades que aparecem nos comentários. Segundo a autora, esse comportamento é reflexo de posições políticas e do preconceito dos internautas em relação a determinados temas, principalmente os polêmicos.

Silva (2013) apresenta outro fator como definidor do debate: os tipos de moderação que podem ser feitos, evitando a presença de postagens que expressem radicalização e violência verbalizada (CUNHA, 2013). No entanto, a pesquisa de campo realizada para este *paper* indica que, no caso das páginas estudadas, não parecia haver nenhum tipo de moderação, dadas as características de muitos comentários que contavam com termos, inclusive, inapropriados e que demonstravam formas de preconceito, violência etc.

Vale ressaltar, no entanto, que não é em todas as páginas de jornais que o comportamento dos comentadores segue esta lógica. O caso analisado por Strandberg e Berg (2013), por exemplo, indica que, ainda que não fosse o debate ideal, tampouco houve falta de respeito ou incivilidade. No trabalho de Silva (2013), que analisava comentários sobre eleições brasileiras em *websites* de jornais portugueses, havia, inclusive, alto percentual de diálogo entre os comentadores e complemento de informação entre usuários, algo pouco encontrado nas pesquisas com *corpus* semelhante – seja em websites ou redes sociais – que estudam veículos brasileiros (MITOZO;

MASSUCHIN; CARVALHO, 2015). Silva (2013), apesar de ter encontrado casos de não polidez, eles não tiveram número tão expressivo.

Assim, existem fatores que levam a um contexto em que os comentaristas exprimem mais opiniões radicais. No caso do cenário analisado, Brugnago e Chaia (2015) chamam a atenção para a polarização e a radicalização fora da internet, ou seja, no mundo real no contexto das eleições de 2014. Desse modo, o espaço de debate dos comentários foi ocupado por webleitores que trouxeram com eles aspectos já existentes no comportamento da sociedade. A relevância do contexto eleitoral mais polarizado e acirrado é uma variável explicativa importante para a radicalização que aparece entre leitores e/ou eleitores (SILVA, 2013). Como evidenciam Boutyline e Willer (2015), as redes tendem a demonstrar essa polarização e as pessoas não indicam disposição para discutir, principalmente aquelas que se encontram em polos ideológicos opostos, formando redes homogêneas. Logo, quando estas transitam em espaços heterogêneos, como dos veículos jornalísticos na rede, tendem a se apropriar de argumentos que polarizam, também, o debate.

O tema político-eleitoral – dentro da política geral – por si só já se coloca como um assunto polêmico em relação a outros, devido aos distintos aspectos ideológicos que ganham evidência, o que distingue, por exemplo, o teor dos resultados, quando comparamos os dados das pesquisas de Cunha (2013) e Strandberg e Berg (2013), por exemplo, em que o primeiro engloba política, tendo resultados mais voltados para a presença de violência verbal, e o segundo, não.

Segundo Brugnago e Chaia (2015), o Facebook e o debate entre os participantes da ágora digital foi influenciado também pelos candidatos com discursos conservadores e radicais, principalmente por parte de candidatos aos cargos do legislativo que discutiam retrocessos nos campos dos direitos das minorias. Adiciona-se a isso, a campanha negativa, que se trata de uma estratégia voltada ao ataque dos oponentes, também bastante central na disputa de 2014, tanto em *websites* (MASSUCHIN, 2015) quanto no HGPE dos candidatos (BORBA, 2015). Dessa forma, não é a Internet que torna o debate entre leitores radical ou polarizado, mas trata-se de uma migração de um contexto político-eleitoral aliado às características do espaço estudado, que é o Facebook dos jornais convencionais, que como já foi mencionado, tem um público diversificado. Há atores sociais que estendem o discurso radical à internet e às redes sociais, evidenciando esta

prática do debate que se distancia do idealizado, trazendo à tona o que se denomina como radicalização, composta, principalmente, por violência verbalizada.

Santos (2014), por exemplo, indica que algumas páginas do Facebook são caracterizadas exatamente por um movimento reacionário e conservador, inclusive com discurso radical e tom agressivo, o que mostra que não é só o debate entre o público que incorporou essas características no cenário eleitoral, mas os próprios agentes políticos ou colaboradores da campanha também usam do artifício da radicalização. Desta maneira, trata-se de um fenômeno que não se limita aos comentários e que aparece em outros espaços e sob outros formatos também. Santos (2014) identifica uma forte rede anti-petista, basicamente alinhada com a extrema direita, o que vai ao encontro do que colocam Boutyline e Willer (2015), sobre o fato de a direita se apresentar como mais homogênea, criando essas redes de proximidade.

O contexto político-eleitoral de 2014 apresentou cenário propício para o estudo dessa característica justamente devido ao forte acirramento observado durante as campanhas, assim como a polarização entre candidatos, especialmente no segundo turno do pleito, dado que estas características são evidenciadas pelos autores citados como relevantes para a ocorrência de um debate mais radical nas redes sociais. O acirramento resultou em uma vitória apertada da incumbente, Dilma Rousseff (PT), sobre o representante da principal força de oposição nas últimas seis eleições presidenciais, Aécio Neves (PSDB), com uma diferença de pouco mais de 3% de votos. Assim, uma eleição que prometia fugir de um cenário previsível de disputa, tendo Eduardo Campos e Marina Silva (PSB) como protagonistas de vários momentos, culminou em forte embate social jamais visto no país. Esse contexto serve de mote, portanto, para a investigação, cujos métodos são apresentados abaixo.

3. Aspectos metodológicos da investigação

A metodologia utilizada neste artigo foi desenvolvida pelo Grupo de Pesquisa em Comunicação Política e Opinião Pública (CPOP), da Universidade Federal do Paraná (UFPR), a partir da Análise de Conteúdo, tendo por base os modelos de Dahlberg (2004) e Jensen (2003). Os dados foram extraídos do Facebook semanalmente, utilizando-se o aplicativo *Netvizz*. Já o processo de codificação do banco foi realizado manualmente pela

equipe de investigadores do referido grupo, após treinamentos em equipe a partir do livro de códigos criado para a pesquisa.

O *corpus* empírico é composto por todos os comentários que mencionavam diretamente ao menos um dos três principais candidatos (Dilma Rousseff, Marina Silva e Aécio Neves) em *posts* que também os mencionavam, totalizando 2597 *posts*⁹ e seus respectivos 628.057 comentários. Os dados se referem aos 12 jornais apresentados na introdução deste texto – regionais e nacionais. Justifica-se a escolha pelos comentários feitos às postagens jornalísticas, por se considerar que o perfil de um jornal no Facebook se caracteriza como menos homogêneo para o debate, o que seria um espaço mais apropriado para observar se, de fato, o fenômeno da radicalização permeia o período eleitoral no Brasil. Essas páginas são diferentes daquelas de candidatos (MASSUCHIN; CAMPOS-DOMÍNGUEZ, 2015) ou em que se reúnem grupos específicos ou interessados por política, como fóruns de discussão temáticos (BRAGATTO; SAMPAIO; NICOLÁS, 2015).

O período selecionado para observação compreende todo o período eleitoral, de primeiro de julho até 31 de outubro de 2014. Na seção seguinte apresenta-se a análise dos dados, com foco na radicalização da conversação nas redes sociais, a partir das variáveis formato e reflexividade. O formato sintetiza o conteúdo explícito no comentário, especificamente se realiza uma crítica ou um elogio, podendo ser direcionado ao conteúdo do *post*, ao próprio jornal, a outros leitores, aos candidatos ou até mesmo ao governo. Quando não se continha crítica nem elogio, categorizou-se o comentário como “formato indefinido”.

Já a reflexividade diz respeito à forma como o comentarista se posiciona diante os demais comentários para participar do debate. São categorias, a partir de Jensen (2003): a persuasão (quando há tentativa de um participante de persuadir outro); o progresso (quando o comentário agrega novas informações e leva adiante a discussão); e a radicalização (quando o comentarista, a partir de seu texto, demonstra uma reação negativa à postagem ou a um comentário e passa a questionar a posição do debatedor anterior, podendo, inclusive, ofendê-lo e rompendo o diálogo entre os participantes). Há, por fim, a categoria “outros”, em que foram categorizados os comentários que não apresentavam os tipos anteriores de reflexividade ao debate, sendo geralmente monólogos.

⁹ Nesta investigação não se faz a análise dos *posts*, mas apenas dos comentários.

5. Radicalização e polarização do debate: as eleições no Brasil

Esta parte do *paper* apresenta os resultados referentes à análise dos comentários divididos em três partes. Primeiro, apresenta-se uma breve análise descritiva dos dados, na sequência, discutem-se o formato e a reflexividade a partir dos periódicos nacionais, por agregarem a maior parte do *corpus*, e, por fim, foca-se na análise da radicalização e os formatos a partir do caso dos comentários às postagens de O Estado de S. Paulo, em que o debate do público se mostra particular em comparação com os demais jornais.

5.1 Análise descritiva dos dados

Nesta primeira parte da análise, apresentam-se os dados gerais dos periódicos que tiveram suas páginas incluídas na investigação, assim como as frequências da reflexividade e também do formato, as duas variáveis que podem juntas indicar o nível de radicalização dos comentários. Em primeiro lugar, a tabela abaixo indica a quantidade de comentários distribuídos entre os 10 periódicos analisados. A primeira informação oferecida é de que há uma concentração muito expressiva no veículo Folha de S. Paulo, com 66,5% de todos os comentários. Isso significa que pelo menos seis em cada dez comentários categorizados foram feitos em *posts* da página da Folha de S. Paulo. Em segundo lugar, está O Estado de S. Paulo, com 17,9% do total e O Globo, com 12,9%.

Tabela 1. Dados gerais dos comentários

Jornais analisados	N	Percentual
A Tarde	1902	0,3%
Correio Brasiliense	3342	0,5%
Correio do Estado	711	0,1%
Diario do Pará	377	0,1%
Folha de S. Paulo	417428	66,5%
Gazeta do Povo	1321	0,2%
Jornal da Manhã	5	0%
O Estado de Minas	79	0,01%
O Estado de S. Paulo	112137	17,9%
O Globo	81095	12,9%
O Povo	7651	1,2%
Zero Hora	2009	0,3%
Total	628057	100%

Fonte: CPOP/UFPR

De modo geral, há uma concentração de comentários nos jornais nacionais. Os demais, locais e regionais, apresentam dados menos significativos. Portanto, a discussão sobre as eleições presidenciais por meio de redes sociais digitais se concentra em páginas de grandes periódicos e não dos menores¹⁰. Ademais, existem diferenças também entre os três nacionais, com preponderância da Folha de S. Paulo, como já mencionado. Isso não quer dizer, necessariamente, que não há debate político e eleitoral nas *fanpages* de jornais regionais. É importante lembrar que simultaneamente às eleições presidenciais, estava em andamento as campanhas para os cargos de governador, senador e deputados em todos os estados brasileiros. Sendo esperado, portanto, que a tematização do debate público mediado pelas postagens jornalísticas refletisse à abrangência dos veículos.

Em relação aos primeiros dados das variáveis qualitativas da análise, observa-se na tabela 2, a seguir, a primeira característica evidente de modo geral sobre o debate político no Facebook. Quando se observam os dados de distribuição da reflexividade, i.e., da disponibilidade do comentador para o debate, também se observam diferenças muito significativas nos dados.

Tabela 2. Reflexividade geral dos comentários

Reflexividade	N	Percentual
Persuasão	155688	24,8%
Progresso	35469	5,6%
Radicalização	71545	11,4%
Outro	365355	58,2%
Total	628057	100%

Fonte: CPOP/UFPR

Percebe-se uma quantidade muito significativa de comentários (58,2%) que não se enquadravam em nenhuma das categorias que compõem a variável. Em sua maioria, eram comentários que apenas ressaltavam apoio e reforço de voto nos candidatos majoritários, não indicando a intenção por parte dos comentadores em persuadir, progredir ou radicalizar o debate, em comentários que se mostravam uma quase-oralidade (SILVA, 2013), com formas menos convencionais de argumentação. Na investigação de Silva (2013), e também na de Massuchin e Campos (2015), observa-se

¹⁰ Nota-se, por exemplo, que a maioria dos jornais regionais não atinge nem 1% do total de comentários. Com dados insignificantes perante o banco, o Jornal da Manhã foi coletado também por ser do interior do Paraná e seus dados atenderem a interesses do próprio projeto de pesquisa, que engloba outros objetivos particulares, não exclusivamente pertinentes a este *paper*.

uma presença muito significativa de comentários com essa função. Por outro lado, entre as três categorias criadas previamente, a que mais apareceu foi persuasão (24,8%), quando os webleitores tentavam persuadir outros comentadores, para convencê-los de sua posição, como para votar em seu candidato, por exemplo.

Em segundo lugar, estão os comentários que enfatizam a radicalização (11,4%), muitas vezes com palavras agressivas que não contribuíam com o debate, seja contra o jornal, outros leitores e, principalmente, os candidatos. Esses dados vão ao encontro de considerações já feitas na literatura, como assinalou Lattman-Weltman (2015), ao indicar que há uma presença de radicalização militante na internet e o alvo dos ataques são em sua maioria os candidatos, o que também foi destacado por Amossy (2013). Em ao menos um em cada dez comentários, há a presença de *flames* que levam a polêmica a um grau avançado de agressividade no diálogo. Isso indica que já se pode confirmar ao menos parte da hipótese inicial, que enfatiza a presença da radicalização no debate eleitoral na Internet, distanciando-se de um debate ideal. Como expressou Dahlgren (2001), a presença de radicalização não contribui com o debate público. Este resultado para o caso brasileiro torna-se bastante distinto daquele encontrado por Strandberg e Berg (2013) e Silva (2013), em espaços de comentários de veículos convencionais na rede. No cenário eleitoral brasileiro, fica mais evidente a falta de tolerância (CARVALHO, 2016) e a violência verbal (CUNHA, 2013). Ainda que o trabalho de Silva (2013) fosse sobre comentários sobre a eleição de 2010 no Brasil em jornais portugueses, os comentadores e o próprio veículo não estavam inseridos na disputa diretamente, apresentando comentários menos inflados e polarizados ideologicamente.

O progresso seria o formato de comentários com mais argumentação e adição de informação política, i.e., o mais avançado em termos de reflexividade e disposição a participar do debate. Mas, apenas 5,6% do total que se enquadra nesta categoria. Esses dados reforçam a evidência já colocada por Maia e Rezende (2015) ao demonstrarem que o público no Facebook tende a evitar o diálogo com aqueles que possuem opiniões distintas. De um modo geral, o mais importante é indicar que há uma mistura entre o conteúdo que radicaliza o debate com persuasão e progresso, em que nem sempre se segue a lógica do debate idealizado na esfera pública, como propõe Dahlberg (2001).

Enquanto que na variável reflexividade pode-se identificar apenas o radicalismo, sem saber se direciona-se aos candidatos, a variável formato permite identificar de modo

mais clara a ênfase do conteúdo do comentário. Os formatos, como mostra a tabela 3, classificam-se em diferentes tipos de críticas e elogios, além do formato indefinido.

Tabela 3. Formatos dos comentários

Formatos	N	Percentual
Elogio ao autor	603	0,1%
Elogio ao candidato	266787	42,5%
Elogio ao governo	3178	0,5%
Elogio aos internautas	298	0,05%
Elogio ao jornal	153	0,02%
Crítica ao autor	5596	0,9%
Crítica ao candidato	221507	35,3%
Crítica a governo	15651	2,5%
Crítica aos internautas	13286	2,1%
Crítica ao jornal	15167	2,4%
Formato indefinido	85831	13,7%
Total	628057	100%

Fonte: CPOP/UFPR

O primeiro dado indica que, entre críticas e elogios agrupados, não há muitas diferenças: 44% de elogios e 42,3% de críticas. Os formatos que não são baseados em críticas ou elogios representam apenas 13,7% do total. Deve-se destacar que, em sua maioria, os elogios e as críticas são evidentes e claros, e pouco baseados em conteúdos mais contextuais. Restringem-se, unicamente, a criticar ou promover o candidato, o governo ou o jornal de notícias.

Outro dado relevante que, inclusive, reitera a afirmação de Amossy (2013) em relação aos comentários direcionados aos candidatos, ausentes do debate, é que 77,8% tratam de crítica ou elogio a eles (Dilma Rousseff, Marina Silva e Aécio Neves) e não aos periódicos, aos internautas ou ao autor da notícia ou do comentário anterior. Observando apenas esse dado, percebe-se que há mais elogios que críticas, com uma diferença de 7,2 pontos percentuais, evidenciando o apoio aos candidatos em disputa. No tocante às críticas, elas são mais distribuídas com alguns poucos percentuais para governo, internauta e portais.

De modo geral, o que se percebe até aqui é uma concentração de comentários nas páginas de periódicos nacionais, o que já era esperado tendo em vista que em 2014 os jornais regionais também destinavam sua agenda política à cobertura das eleições estaduais. A radicalização, por sua vez, segue em segundo lugar – mais representativa que o progresso – e predominam os formatos de crítica e elogio aos candidatos.

Deve-se ressaltar que não se reconhecem as críticas e os elogios como conteúdos negativos ao debate. Pelo contrário, reconhece-se que as críticas fazem parte do debate e da discussão de temas polêmicos, como é o caso da política e, em especial, as eleições. O problema, por outro lado, constitui-se quando as críticas ou elogios se tornam seletivos – direcionados a candidatos específicos – ou quando as críticas aparecem relacionadas à radicalização, evidenciando que elas não são construtivas. Tais interesses e problematizações conduzem a seção seguinte, que observa especificamente a radicalização do debate com foco na análise dos três principais periódicos brasileiros¹¹.

5.2 Formato e reflexividade nos periódicos nacionais

Observando de modo específico o debate que ocorre nos três periódicos nacionais – Folha de S. Paulo, O Estado de S. Paulo e O Globo – e relacionando com os diferentes tipos de reflexividade é possível notar se alguns comentadores de determinados periódicos tendem a ser mais ou menos radicais. A relação, exposta na tabela abaixo, é significativa, com um qui-quadrado de 1.318,408 (Sig. 0,000), o que indica que há uma relação de dependência entre as variáveis e que as categorias se distribuem de modo distinto nos três periódicos. Observando o teste de resíduos padronizados¹², o valor mais alto é de 16,4, o que sugere tendência a aparecer mais radicalização em O Estado de S. Paulo. Por outro lado, a persuasão está mais próxima do periódico Folha de S. Paulo, com um resíduo de 11,8. O progresso, ao contrário, concentra-se nos comentários de O Globo.

Tabela 4. Reflexividade nos comentários por jornal nacional

		Persuasão	Progresso	Radicalização	Outro	Total
Folha de S. Paulo	N	100944	21384	48200	246900	417428
	Rp	-7,6	-2,6	0,7	5,4	
O Estado de S. Paulo	N	29739	5435	14773	62190	112137
	Rp	11,8	-5,4	16,4	-13,4	
O Globo	N	20550	5018	7313	48214	81095
	Rp	3,3	12,2	-20,9	3,5	
Total		151233	31837	70286	357304	610660

Qui-quadrado: 1.318,408 sig.: 0,000

Fonte: CPOP/UFPR

¹¹ Análise-se apenas dos nacionais por eles concentrarem predominantemente o debate sobre eleições.

¹² Este teste estatístico tem por finalidade identificar em que pares há uma concentração de casos, i.e., quais categorias de variáveis estão mais próximas ou distantes. Os resíduos padronizados são estatisticamente significativos quando estão acima de |1,96|, positiva ou negativamente.

Os dados acima indicam que os comentadores do jornal O Estado de S. Paulo são os mais radicais e os que menos contribuem com o debate, tendo como objetivo predominante ofender, apresentar-se de maneira agressiva. Assim, faz-se necessário também pontuar que apesar de haver radicalização em comentários de todos os jornais analisados, em alguns a radicalização se destaca mais, com a presença de participantes menos dispostos ao debate e que se aproximam mais do modelo de radical militante proposto por Lattman-Weltman (2015). Como já apontado na seção teórica, há uma diluição da audiência dos veículos de imprensa quando eles adentram espaços digitais como redes sociais, não sendo possível aferir correspondência ou causalidade da qualidade do debate no Facebook às características do público leitor do jornal impresso.

Além disso, observa-se o formato dos comentários, também de modo comparativo. Novamente, pode-se perceber que a distribuição dos formatos ocorre de modo diferenciado entre os três veículos aqui considerados. Esta afirmação é destacada pelo qui-quadrado significativo de 5.943,751 (Sig. 0,000). Na Folha de S. Paulo, concentram-se os comentários com elogios ao governo e críticas ao jornal. O que demonstra que em alguns casos, por mais que a disputa eleitoral esteja em evidência, a crítica do leitor nas redes sociais se volta à própria imprensa. Por outro lado, os elogios direcionados aos candidatos – da mesma forma que crítica ao autor, crítica ao candidato ou crítica ao governo – aparecem mais n’ O Estado de S. Paulo. Crítica ao candidato também se sobressai em O Globo. Observando os resíduos padronizados mais altos, o que chama mais a atenção é o valor de 24,7 das críticas aos candidatos que se concentram acima do que se esperava, se houve distribuição equidistante, novamente, no periódico O Estado de S. Paulo.

Tabela 5. Formato dos comentários por jornal nacional

		FSP	OESP	OGL	Total
Elogio ao autor	N	416	96	56	568
	Rp	1,4	-0,8	-2,2	
Elogio ao candidato	N	177584	49864	32673	260121
	Rp	-0,5	9,6	-10,1	
Elogio ao governo	N	2377	418	336	3131
	Rp	5,1	-6,5	-3,9	
Elogio aos internautas	N	190	46	43	279
	Rp	-0,1	-0,7	1	
Elogio ao jornal	N	111	17	20	148
	Rp	1	-2	0,1	

40° ENCONTRO ANUAL DA ANPOCS

24 A 28 DE OUTUBRO DE 2016 - CAXAMBU - MG

Crítica ao autor	N	3409	1037	568	5014
	Rp	-0,3	3,8	-3,8	
Crítica ao candidato	N	139060	44243	30983	214286
	Rp	-19,4	24,7	15	
Crítica ao governo	N	10152	3377	1759	15288
	Rp	-2,9	10,8	-6	
Crítica aos internautas	N	8679	2444	1731	12854
	Rp	-1,1	1,7	0,6	
Crítica ao jornal	N	11538	1943	1478	14959
	Rp	13	-15,3	-11,4	
Formato indefinido	N	63912	8652	11448	84012
	Rp	27,1	-54,5	2,8	
Total		417428	112137	81095	610660
Qui-quadrado: 5943,751 sig.: 0,000					

Fonte: CPOP/UFPR

Assim, novamente O Estado de S. Paulo apresenta-se de modo particular, com destaque à presença de críticas ao candidato, ao governo, ao autor, além da já evidenciada radicalização enquanto tipo de reflexividade predominante. Desse modo, o que se supõe é que a característica de radicalização pode estar concentrada no momento em que os weblectores fazem suas críticas aos candidatos, não sendo produtiva, mas embasada em *flames* (AMOSSY, 2013) e na diferenciação entre amigos e inimigos (LATTMAN-WELTMAN, 2015). Com o objetivo de verificar se as críticas estão relacionadas ao radicalismo dos participantes do debate, a próxima seção mostra a relação entre formato e reflexividade, ao passo que relaciona essa característica com os candidatos.

5.3 A radicalização do debate: o exemplo de O Estado de S. Paulo

Os dados que se apresentam a partir de agora, indicam a distribuição da reflexividade e do formato entre os candidatos citados no O Estado de S. Paulo, o que permite observar se a distribuição da junção da radicalização e crítica é diferente entre eles. A análise se restringe apenas a este jornal a partir de agora, pois, como se verificou, ele apresenta maior quantidade de comentários com indícios de radicalização e crítica aos candidatos. Na tabela seguinte, observa-se como acontece a distribuição dos três aspectos de reflexividade entre os comentários que citam cada um dos candidatos. O resultado é significativo com um qui-quadrado de 4.228,271 (Sig. 0,000), o que permite, na sequência, observar os resíduos padronizados para cada cruzamento entre as categorias.

Tabela 6. Reflexividade para cada candidato n'O Estado de S. Paulo

		Dilma	Aécio	Eduardo/ Marina	Cita mais de um	Total
Persuasão	N	9439	8371	5852	6077	29739
	Rp.	-12,5	3,5	-5,3	20,3	
Progresso	N	1684	829	1682	1240	5435
	Rp.	-6,3	-16,8	15,9	13,1	
Radicalização	N	7763	2322	2142	2546	14773
	Rp.	33,3	-26,6	-17,4	4,5	
Outra	N	21571	18860	13959	7800	62190
	Rp.	-5,8	15,5	7,4	-20,2	
Total		40457	30382	23635	17663	112137

Qui-quadrado: 4228,271 sig:0,000

Fonte: CPOP/UFPR

Os resíduos indicam que a radicalização caracteriza muito mais os comentários que citam Dilma Rousseff em relação aos demais candidatos que se aproxima muito mais de persuasão (Aécio Neves) ou de progresso (Marina Silva). Inclusive, é o resíduo padronizado mais alto, de 33,3. Este dado indica que os comentários que citam Dilma são os mais radicais. No entanto, como a radicalização pode ocorrer em relação a comentadores, jornal ou governo, não se pode garantir, apenas por estes dados, que são direcionadas à candidata. Obviamente, comprova-se uma radicalização por parte dos comentadores que citam Dilma Rousseff, todavia não se sabe exatamente se a radicalização ocorre em relação à candidata. Isso porque a análise da variável reflexividade limita-se a indicar o comportamento do comentador perante o debate. A menção à Dilma pode, por exemplo, representar um apoio à candidata, mas o comentário ser radical perante os demais comentadores.

É justamente por isso que se passa a considerar, aqui, a segunda variável qualitativa, que traz os formatos dos comentários. Na sequência, para complementar pois a discussão, também é observado se as críticas ou elogios são mais direcionados a um ou outro candidato. A tabela 7, a seguir, indica que a relação é significativa (Sig 0,000) entre as o candidato citado no comentário e o formato do mesmo, com distribuições diferentes das características de formato entre os candidatos, o que é ilustrado por meio dos resíduos padronizados.

Tabela 7. Formato recodificado para cada candidato em OESP

		Dilma	Aécio	Eduardo/ Marina	Cita mais de um	Total
Elogio ao candidato	N	13053	18872	11690	6249	49864
	Rp.	-36,8	46,1	11,5	-18,1	
Crítica ao candidato	N	20637	7829	7770	8007	44243
	Rp.	37,0	-38,0	-16,1	12,4	
Outros formatos	N	6767	3681	4175	3407	18030
	Rp.	3,2	-17,2	6,1	10,6	
Total		40457	30382	23635	17663	112137

Qui-quadrado: 7626,719 sig.:0,000

Fonte: CPOP/UFPR

Em relação à presença de elogios, os mesmos se concentram quando os comentários citam Aécio Neves. O resíduo de 46,1 indica a força da relação positiva entre elogio ao candidato e Aécio Neves. Por outro lado, as críticas ao candidato se concentram onde aparece a candidata Dilma Rousseff, o que apresenta resíduo alto positivo (37). Os demais formatos aparecem mais próximos dos comentários que citam Marina Silva. Desse modo, o que se percebe, evidencialmente, a partir dos dados é que Dilma sofre mais críticas que os demais candidatos. O que ainda não se comprova é se as críticas tendem a serem radicais.

A partir disso, apresenta-se, a seguir, uma análise de correspondência múltipla entre todas as categorias dessas variáveis consideradas até aqui – reflexividade, formato e menção ao candidato. O objetivo é identificar como se distribuem a reflexividade e os formatos dos comentários entre cada um dos candidatos mencionados, entendendo que quando há crítica somada à radicalização, tende-se a ter uma crítica radical e não uma crítica construtiva baseada no diálogo e na argumentação. Neste caso, as críticas são associadas, por exemplo, à violência verbalizada, usando os termos de Cunha (2013).

Primeiramente, observa-se na tabela abaixo o resumo dos dados estatísticos dessa análise. A partir da média do alfa de Cronbach, é possível afirmar que o modelada análise de correspondência múltipla, ilustrada pelo gráfico seguinte, explica 43% da variância conjunta das três variáveis, categóricas e independentes entre si. O resumo informa, ainda, que a dimensão 1 é mais informativa (alfa de Cronbach de 0,549), tendo força de explicação muito superior à dimensão 2 (alfa de Cronbach de 0,283) o que nos leva a considerar como informações mais relevantes, no plano do gráfico mais adiante, os pontos que mais se aproximam e se distanciam horizontalmente, no eixo x.

Tabela 8. Resumo da análise múltipla de correspondência

Dimensão	Alfa de Cronbach	Variância	
		Total	Inércia
Dimensão 1	0,549	1,578	0,526
Dimensão 2	0,283	1,233	0,411
Total		2,811	0,937
Média	0,433	1,405	0,468

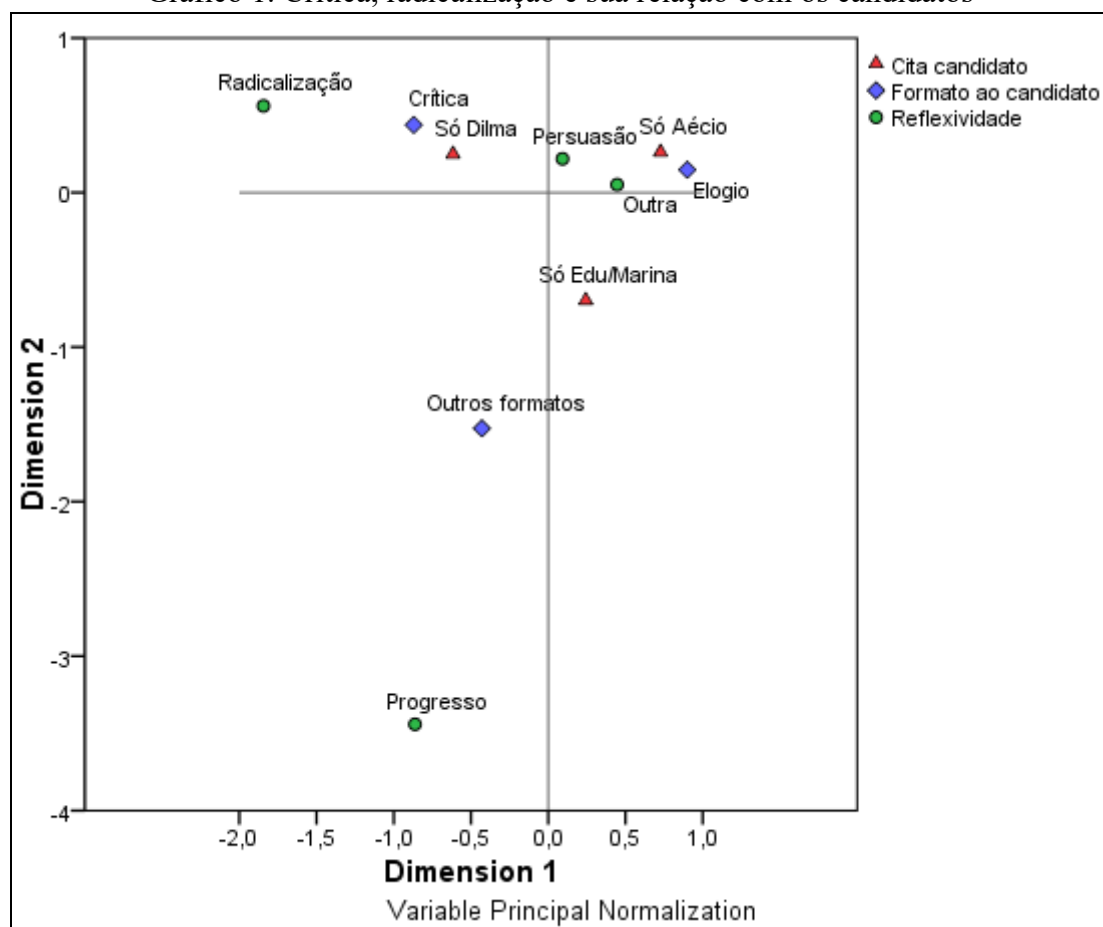
Fonte: CPOP/UFPR

Ressalta-se que o gráfico permite a visualização de relações já identificadas anteriormente por meio dos resíduos padronizados, porém agora com a variação conjunta das categorias das três variáveis agora. Sendo o interesse principal, aqui, a relação de crítica ao candidato e a radicalização a partir dos nomes dos presidentiáveis. A partir disso, tem-se o gráfico 1, a seguir, com a distribuição das categorias nas duas dimensões, sendo que, quanto menor a distância horizontal dos pontos, maior a relação entre eles.

No gráfico, verifica-se que a Persuasão aproxima-se do ponto centroe por ser a categoria de reflexividade mais recorrente, ainda assim sua posição a direciona para um dos principais grupos encontrados. É visível que há a formação de um conjunto de categorias no quadrante superior à direita do gráfico, que reúne elogio ao candidato, citação apenas de Aécio Neves e a Persuasão como tipo de reflexividade do comentário. Por outro lado, há outro conjunto facilmente identificável no quadrante superior esquerdo, reunindo e demonstrando a proximidade entre as categorias Radicalização, crítica ao candidato e a citação somente de Dilma Rousseff no comentário.

O gráfico 1 permite visualizar, ainda, que a reflexividade do tipo Progresso tende a não ter relação com o formato do comentário, tampouco com um dos candidatos citados exclusivamente no comentário, isolando-se das demais categorias. Em relação à citação de Eduardo/Marina pelo comentador, observa-se que o ponto se posiciona a uma distância equilibrada das categorias de formato, não sendo possível relacioná-la à crítica ou ao elogio ao candidato. Por fim, destaca-se que a categoria Radicalização encontra-se nos extremos das dimensões representadas, positivamente no eixo Y e negativamente no eixo X, distante principalmente da citação de Aécio e do Elogio ao candidato. Como já colocado acima, isola-se no quadrante superior esquerdo junto com as categorias de crítica ao candidato e à citação de Dilma.

Grafico 1. Crítica, radicalização e sua relação com os candidatos



Fonte: CPOP/UFPR

Esses dados, juntamente com as análises anteriores, contribuem, pois, com a confirmação da hipótese inicial deste trabalho, de que há diferenças de radicalização do debate a partir dos candidatos. Observa-se que a presença da radicalização – que também engloba ataques e agressões verbais – no debate sobre as eleições de 2014 esteve diretamente relacionada com a citação à Dilma e a crítica à candidata.

Há um percentual muito grande de comentários cuja reflexividade é de radicalização, o formato é de crítica ao candidato e a única presidenciável mencionada no comentário é Dilma. Por outro lado, não há relações de proximidade entre menções aos demais candidatos com o formato de crítica, tampouco com a radicalização enquanto reflexividade. Por exemplo, nota-se que a categoria radicalização distancia-se, principalmente, da menção ao principal candidato da oposição, Aécio Neves, bem como do formato “elogio ao candidato”. Isso tudo não só ratifica a confirmação da nossa hipótese, como demonstra que o debate crítico, em nível de radicalização, esteve concentrado sob a figura da candidata à reeleição, Dilma Rousseff, havendo exemplos de

ataques diretos à candidata, categoria elencada por Cunha (2013) para identificar violência verbalizada às personagens que, por vezes, não são atores e nem participantes do debate, mas são os “receptores” da desqualificação associada às ofensas.

Nestes casos, as críticas, repletas de ofensas e intolerância, são mais voltadas a Dilma, não se tratando apenas de um comentário, uma observação ou uma ponderação negativa à candidata, mas de uma arguição pejorativa que radicaliza o debate, impossibilitando o diálogo entre os participantes, ou a possibilidade de progresso ou persuasão com base em argumentos¹³. Tratam-se, assim, de comentários que, segundo Carvalho (2016, p. 14), “ilustram como preconceito, intolerância, hierarquia de gênero, ódio e outras manifestações depreciativas são indícios claros de que a banalidade do mal é um fenômeno político, com matrizes culturais e comportamentais”.

Considerações finais

O estudo acima apresentado teve por objetivo identificar as características do debate público nas redes sociais, especificamente em páginas de jornais brasileiros no Facebook durante a corrida presidencial de 2014, dando enfoque ao fenômeno da radicalização. Os resultados gerais indicam que o debate apresenta uma parte considerável de comentários que priorizam criticar ou elogiar os candidatos e que servem, basicamente, para a persuasão e a radicalização. A presença da radicalização como uma característica principal do debate eleitoral chama a atenção, mas, ao invés de refletir à polarização da disputa em questão, com críticas radicais aos dois lados, indica que ela esteve atrelada consideravelmente apenas à candidata a reeleição, Dilma Rousseff.

Além do mais, verifica-se que o interesse do público para debater as eleições presidenciais na rede social Facebook se concentra nas páginas de veículos nacionais da imprensa. Considerando que esses veículos migram para o ambiente *online*, inclusive para redes sociais, para se aproximar de seu público-leitor (NOGUERA-VIVO, 2010), e que a tematização da agenda jornalística possui limitações também na internet, era esperado que o volume de debate entre os usuários do Facebook também refletisse a

¹³ Entre os comentários assim classificados, têm-se os exemplos: “Dilma rala vadia”; “Dilmaa..tu eh uma perdidaa....someee”; “Kkkk chupa Dilma chupa pt!!”; “Xô sataná fora DILMA fora PT se ferrou do comeco ao fim política suja mentiras calúnias adios PTRLHAS”; “Chupa Dilma e PTzada fanatica cumplice dessa roubalheira!”; “Essa dilma eh uma mentirosa desgraçada”.

abrangência do jornal – ainda que não haja limitações geográficas e de conteúdo para os jornais regionais na internet.

Em relação aos jornais nacionais, então, no tocante aos comentários nos *posts* de O Estado de S. Paulo, em comparação à Folha de S. Paulo e a O Globo, verificou-se uma concentração tanto da radicalização do debate, evidenciando a presença de intolerância e violência verbalizada, conforme apontam Carvalho (2016) e Cunha (2013), como também da presença de crítica aos candidatos. De todos os veículos, O Estado de S. Paulo é aquele que apresenta uma concentração maior destas características e indica um debate caracterizado pela polarização (BRUGNAGO; CHAIA, 2015) e pelo radicalismo militante (LATTMAN-WELTMAN, 2015).

Tendo em conta este contexto, a análise mais avançada sobre o debate nos comentários de postagens d'O Estado de S. Paulo, para tensionar a hipótese apresentada inicialmente, apontou que as características de formato e reflexividade estão condicionadas pela menção de um candidato específico. Isso confirma a hipótese inicial e direciona a constatação de que o debate não é radical em sua homogeneidade, mas depende do candidato mencionado. A análise permite afirmar que houve uma presença constante da radicalização em comentários criticando Dilma Rousseff, enquanto que a persuasão era o tipo recorrente da reflexividade aos comentários que elogiaram Aécio Neves durante todo o período eleitoral 2014, na página de Facebook de O Estado de S.Paulo.

É claro que, por estar no cargo enquanto disputava a reeleição, Dilma Rousseff estava propensa a receber mais críticas, não só enquanto candidata, mas enquanto presidente na época. Seu governo, especialmente o final de seu primeiro mandato em 2014, enfrentou forte oposição política e social, além das crises de gestão econômica e dos escândalos de corrupção. Além disso, a imagem desgastada do Partido dos Trabalhadores (PT) contribuiu para o aumento das críticas à incumbente.

No entanto, não são apenas esses fatos os responsáveis por isso, uma vez que críticas, especialmente oriundas da imprensa, sempre existiram a todos os governos, atores e partidos políticos. Há de se considerar que excesso de críticas e radicalização à candidata petista, no Facebook, está intimamente atrelado a mudanças no comportamento dos brasileiros, marcado por uma crescente intolerância política ao passo em que se aumentam, também, os canais para difusão das opiniões – muitas vezes sob a proteção do anonimato e de perfis falsos.

Em geral, o que se conclui é que, ao menos nas páginas de Facebook dos jornais, há indícios claros da presença da radicalização contrapondo-se a um debate baseado em argumentação ou progresso. Isso tem relação com a heterogeneidade do debate e o fenômeno geral de radicalização política que não é, necessariamente, oriunda da Internet, mas que passa a ganhar evidência em ambientes *online*, especialmente em determinados contextos políticos, como o período eleitoral. Ganham evidência para contextualizar o radicalismo na rede as características da ferramenta, o tema político-eleitoral, a polarização e o acirramento da disputa. Esta pesquisa, como já apontado no início, entende que há espaços que também propiciam o debate, porém, dadas as características acima, o que houve foi a propagação do contrário daquilo que Dahlgren (2005) propõe como normativa. Como aponta Carvalho (2016), a internet pode ser contraditória, tanto dando espaço para o exercício da pluralidade e do reconhecimento das diferenças, como para o oposto, que seria a disseminação do ódio por meio da violência verbalizada.

Referências

ADAMS, A., & McCORKINDALE, T. M. (2013). Dialogue and transparency: A content analysis of how the 2012 presidential candidates used Twitter. *Public Relations Review*, v.39, n. 4, p. 357-359.

AMOSSY, R. (2011) O intercâmbio polêmico em fóruns de discussão online: o exemplo dos debates sobre as opções de ações e bônus no jornal Libération. *Comunicação e Sociedade*, v. 19, p.319-335.

BERROCAL, S.; REDONDO, M.; CAMPOS-DOMÍNGUEZ, E. (2014). Prosumidores mediáticos en la comunicación política, el politainment» en YouTube. *Comunicar, Revista científica iberoamericana de comunicación y educación*, n.43, p. 65-72.

BOR, S. (2013) Using Social Network Sites to Improve Communication Between Political Campaigns and Citizens in the 2012 Election. *American Behavioral Scientist*. Jun, 7.

BORBA, F. (2015)

BOUTYLINE, A; WILLER, R. (2015) The social structure of politics Echo Chambers: variation in ideological homophily in online networks. *Political Psychology*, v.17, p.18-62.

BRAGATTO, R. C; SAMPAIO, R; NICOLÁS, A. (2015). Inovadora e democrática. Mas e daí? Uma análise da primeira fase da consulta online sobre Marco Civil da Internet. *Política e Sociedade*, v. 14, n. 29, p. 125-150.

BRUGNAGO, F.; CHAIA, V. (2015) 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, p. 99-129.

CARVALHO, C. (2016) banalidade do mal em comentários de leitores na internet e a disseminação da intolerância. *E-Compós*, v.19, n.2, p. 1-18.

CERVI, E. (2013). Como os webleitores do 'Portal Estadão' comentaram a eleição de Dilma Rousseff em 2010. *Explanans*, v. 2, p. 75-99.

CUNHA, D. (2013) Violência verbal nos comentários de leitores publicados em sites de notícia. *Calidoscopio*, v. 11, n.3, p. 241-249.

DAHLBERG, L. (2001) The Internet and Democratic Discourse: Exploring the Prospects of Online Deliberative Forums extending the Public Sphere, *Information, Communication & Society*, v. 4, n.4, p. 615-33.

DAHLBERG, L. (2004). The Habermasian Public Sphere: a Specification of the Idealized Conditions of Democratic Communication. *Studies in Social and Political Thought*, n.10, p. 2-18.

DAHLGREN, P. (2005). Internet, public spheres and political communication: Dispersion and deliberation. *Political Communication*, v. 22, n. 2, p. 147-162.

JENSEN, J. L. (2003). Public Spheres on the Internet: Anarchic or Government-Sponsored – A Comparison. *Scandinavian Political Studies*, v. 26, n. 4.

LATTMAN-WELTMAN, F. (2015) Democracia e revolução tecnológica em tempos de cólera: influência política midiática e radicalização militante. *Trabajo presentado en el congreso de VI Compólítica*. Rio de Janeiro.

MAIA, R. REZENDE, T. (2015). Democracia e a ecologia complexa das redes sociais online: um estudo sobre discussões acerca do racismo e da homofobia. *Intexto*, n.34, 2015. pp. 492-512

MASSUCHIN, M.G. (2015). Campanha eleitoral e internet no Brasil: uma análise comparada do conteúdo informativo dos websites nas disputas majoritárias de 2012 e 2014. Tese (Doutorado em Ciência Política). Universidade Federal de São Carlos, São Carlos, 2015.

MASSUCHIN, M. G.; CAMPOS-DOMÍNGUEZ, E. (2015). Debate público y webs de candidatos: la participación de los electores a través de los comentarios durante la campaña de 2014 en Brasil. *Trabajo presentado en el Congreso de la Asociación Latinoamericana de Investigadores en campañas electorales*. Belo Horizonte

MITOZO, I.B.; MASSUCHIN, M. & CARVALHO, F.C. (2015). Características do debate político-eleitoral no Facebook: Os comentários do público em posts jornalísticos nas eleições presidenciais de 2014. *Anais do VI Compólitica*. Rio de Janeiro.

PENTEADO, C.; AVANZI, C. (2013). Redes Sociais e Participação Política: estudo do debate sobre o novo Código Florestal no Facebook. *Trabajo presentado en el V Congreso da Associação Nacional de Pesquisadores em Comunicação Política*, Curitiba/PR.

PETTINGILL, L. (2008). Engagement 2.0? How the New Digital Media Can Invigorate Civic Engagement. *Gnovis*. v. 8, n. 3, p.155-161.

SAMPAIO, R. C.; BARROS, S. A. R. (2010). Deliberação no jornalismo online: um estudo dos comentários do Folha.com. *Intexto*, Porto Alegre, v. 2, n. 23 p. 183-202, Jul./Dez.

SAMPAIO, R. C.; MAIA, R. C. M.; MARQUES, F. P. J. A. (2010). Participação e deliberação na internet: Um estudo de caso do Orçamento Participativo Digital de Belo Horizonte. *Opinião Pública*, Campinas, v. 16, n. 2, p.446-477, Nov.

SANTOS, M. (2014) Cartografia das redes da revolta: fluxos políticos de oposição radical no Facebook. *Contemporânea*, ed. 24, v. 12, n. 2, p. 106-120.

SILVA, (2013) Participação e deliberação: um estudo de caso dos comentários às notícias sobre as eleições presidenciais brasileiras. *Comunicação & Sociedade*, v. 23, p. 82-95.

STRANDBERG, K.; BERG, J. (2013) Online newspapers readers comments – Democratic Conversation Plataforms or virtual Soaboxes. *Comunicação e Sociedade*, 23, p. 110-131.

SUNSTEIN, C. (2003). *Republica.com: internet, democracia y libertad*. Barcelona: Paidós.

SWEETSER, K. D.; LARISCY, R. W. (2008). Candidates make good friends: An analysis of candidates uses of Facebook. *International Journal of Strategic Communication*, v. 2, n. 3, p. 175-198.

40° ENCONTRO ANUAL DA ANPOCS

24 A 28 DE OUTUBRO DE 2016 - CAXAMBU - MG

VALENZUELA, S.; KIM, Y.; GIL DE ZÚÑIGA, H. (2012). Social networks that matter: Exploring the role of political discussion for online political participation. *International Journal of Public Opinion Research*, v. 24, n.2, p.163–184.

VALERIANI, A.; VACCARI, C. (2016). Accidental exposure to politics on social media as online participation equalizer in Germany, Italy, and the United Kingdom. *New Media and Society*, v.18, n.9, p. 1857-1874.