

18/10/2018

FGV DAPP
DIRETORIA
DE ANÁLISE
DE POLÍTICAS
PÚBLICAS

DAPP REPORT

A SEMANA NAS REDES

Influência ilegítima

Debate influenciado por robôs volta a crescer e chega a 10,4% das discussões sobre os presidentiáveis.

Debate político

No Twitter, menções a Bolsonaro e Haddad caem 38% nos últimos sete dias; acusações entre os candidatos dominam a discussão.

Debate econômico

Com debate disperso, temas como Reforma da Previdência, geração de empregos e redução de impostos mobilizaram comentários.



DAPP.FGV.BR



FGV.DAPP



FGVDAPP



FGVDAPP



Expediente

FGV DAPP

Diretoria de Análise de Políticas Públicas | Fundação Getulio Vargas

DIRETOR

Marco Ruediger



As manifestações expressas por integrantes dos quadros da Fundação Getulio Vargas, nas quais constem a sua identificação como tais, em artigos e entrevistas publicados nos meios de comunicação em geral, representam exclusivamente as opiniões dos seus autores e não, necessariamente, a posição institucional da FGV.

O DAPP Report é uma publicação sem vinculação política ou partidária, produzida pela Diretoria de Análise de Políticas Públicas da Fundação Getulio Vargas (FGV DAPP), que tem o objetivo de disponibilizar uma análise do cenário político brasileiro a partir do debate público nas redes sociais.

As análises produzidas neste Report não visam representar pesquisa eleitoral, e sim aferir a percepção social, no ambiente digital, acerca de temáticas da agenda pública, tais como atores políticos e pautas de políticas públicas. Portanto, não autorizam o seu uso para finalidades políticas, partidárias ou endosso de posições particulares. Mais informações acerca deste trabalho podem ser acessadas em dapp.fgv.br/observa2018/metodologia.

A metodologia de análise de redes sociais desenvolvida pela FGV DAPP e aplicada a este relatório pode ser aferida na publicação "Nem tão #simples assim: o desafio de monitorar políticas públicas nas redes sociais", em http://dapp.fgv.br/observa2018/wp-content/uploads/2018/06/nem_tao_simples_assim_fgvdap_p.pdf

Sumário-Executivo

- Com 10,5 milhões de menções no Twitter, o debate sobre os presidenciais apresenta queda de 38%: foram 7,9 milhões de menções a Bolsonaro (-47,6%) e 3,9 milhões a Haddad (-6,4%).
- Interações provocadas por robôs voltam a crescer e representam 10,4% das discussões sobre os candidatos;
- Grupo de apoio a Bolsonaro foi o que teve o debate mais influenciado por tais contas, com 13,8% das interações do grupo provocadas por robôs (e 70,7% do total). Grupo de apoio a Haddad, por sua vez, teve 7,7% de sua discussão influenciada por robôs (28,2% do total).
- Mapa de interações feito com base em 7,37 milhões de retuítes orgânicos indica aquecimento da discussão em grupo de apoio a Bolsonaro, que chega a mais de 50% do debate;
- Com aumento de engajamento na página oficial de Haddad no Facebook e queda nas interações na página de Bolsonaro, segue a tendência de aproximação entre os volumes de interações dos candidatos.
- Debate econômico sobre os candidatos apresenta dispersão de temas, com menções a Reforma da Previdência, empregos e redução de impostos.

1. O debate sobre os candidatos

A polarizada disputa presidencial deste ano, de sucessivos eventos de altíssima repercussão nas redes sociais, vem se definindo como o acontecimento de maior impacto da internet no Brasil. Desde o começo de outubro, contam-se cerca de 45 milhões de tuítes sobre os candidatos à Presidência – volume não visto em nenhum outro fato político do país na web. Diariamente, o debate sobre Jair Bolsonaro e Fernando Haddad apresenta soma superior a 1,5 milhão de postagens, em média, e com contínua tendência de crescimento, conforme se aproxima o segundo turno.

Sob esse cenário, a atuação de robôs em ambos os lados, que havia caído desde o fim de setembro, aumentou de novo, tanto em proporção do debate quanto em volume absoluto de retuítes feitos por contas automatizadas. Entre quarta-feira, 10 de outubro, e esta terça (16), houve 852,3 mil

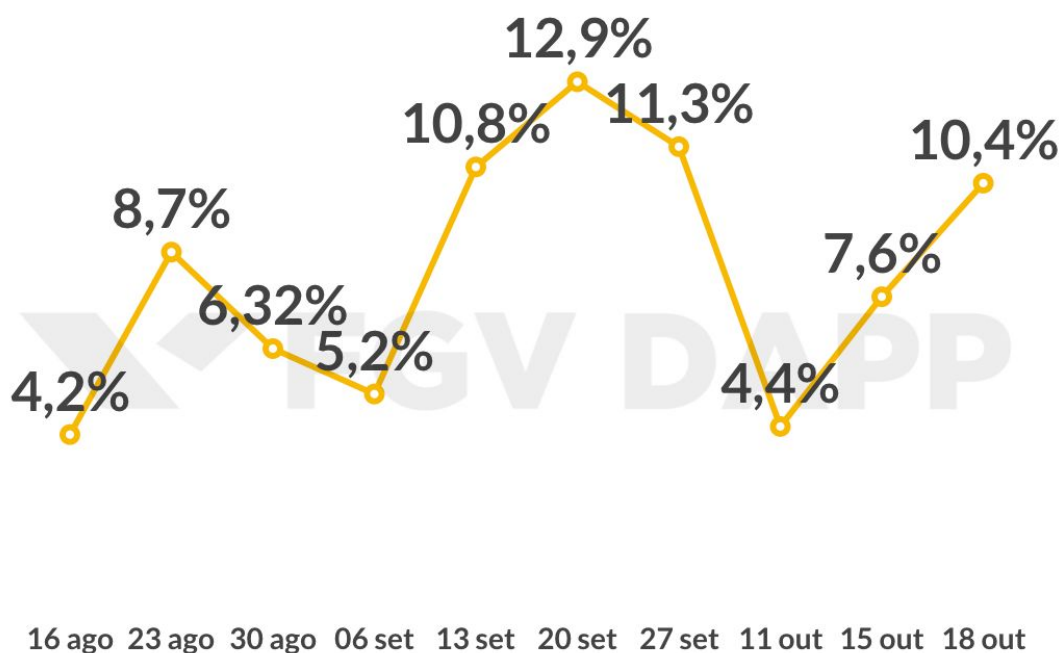
publicações de robôs; a base de apoio a Bolsonaro respondeu por 602,5 mil destes, e o grupo pró-Haddad por 240,2 mil.

Enquanto isso, no Facebook, o candidato do PSL continua com um abismo de vantagem para o petista, que aumentou atividade na rede e tem ganhado maior engajamento. No entanto, com dificuldades para, às vésperas da votação, reduzir o apoio maciço que consolidou Bolsonaro em vantagem ampla nas pesquisas de opinião.

1.1 Mapa de interações no debate via Twitter

Entre os dias 11 e 16 de outubro, foram coletados 10.996.720 tuítes e 8.223.939 retuítes sobre os presidentiáveis. A partir de tais dados, foi criado um mapa de interações em que é possível observar quatro principais grupos em debate. Dentro dessa discussão, foram identificadas de acordo com a metodologia da FGV DAPP 3.989 contas automatizadas, que geraram 852.335 interações, e que foram excluídas para a análise apenas do debate orgânico. **As contas automatizadas representaram 0,5% dos perfis no debate sobre os presidentiáveis e foram capazes de gerar 10,4% das discussões, cerca de 5 pontos percentuais a mais do que na análise da semana passada.**

Evolução da interação de robôs no debate sobre presidentiáveis



Fonte: Twitter | Elaboração: FGV DAPP

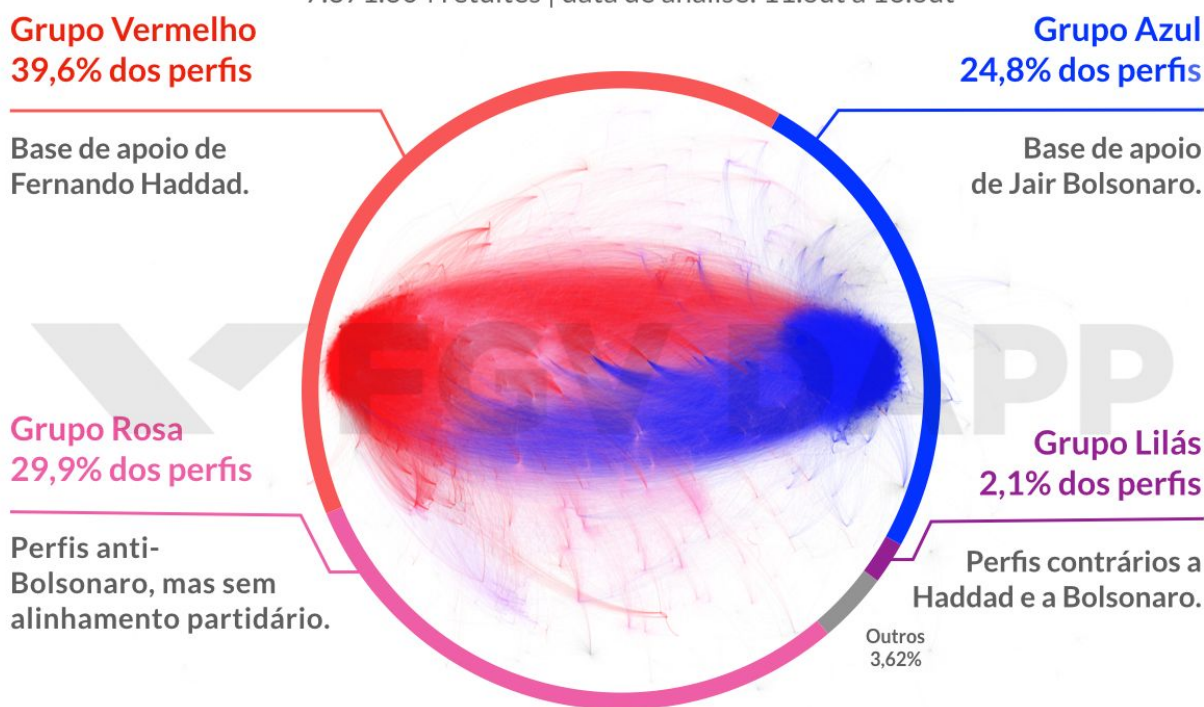
FGV DAPP

O grupo azul, de apoio a Bolsonaro, foi o que teve o debate mais influenciado por tais contas, com 13,8% das interações do grupo provocadas por robôs — do total das interações feitas por robôs em todo o grafo, 70,7% foi no campo azul. O grupo vermelho, de apoio a Haddad, por sua vez, teve 7,7% de sua

discussão influenciada por contas automatizadas. Das discussões feitas pelos robôs, 28,2% foram no grupo vermelho. Os demais grupos (rosa e lilás) sofreram menos impacto de contas ilegítimas, com apenas 0,8% e 2,9% de interações de robôs, respectivamente.

Mapa de interações sem robôs sobre os presidenciaíveis

7.371.604 retuïtes | data de análise: 11.out a 16.out



Fonte: Twitter | Elaboração: FGV DAPP

FGV DAPP

Vermelho		Rosa		Azul		Lilás	
Perfis	Interações	Perfis	Interações	Perfis	Interações	Perfis	Interações
39,6%	39,4%	29,9%	8,3%	24,8%	51,1%	2,1%	0,7%
343.980	2.901.337	260.000	614.388	215.252	3.766.822	18.616	51.048

Grupo Vermelho

O grupo de apoio a Haddad passou a ser nesta semana o maior em número de perfis (39,6%), mas é o segundo em termos de interações (39,4%). De maneira geral, os principais influenciadores do grupo são alinhados à esquerda, como o perfil do PT, e, entre as principais publicações, pedem a realização de um debate entre os dois candidatos e criticam Bolsonaro por se negar a participar. Outro tema comentado são notícias falsas que são atribuídas pelo grupo a Bolsonaro e seus eleitores. Os perfis também fazem associações entre o discurso nazista e o proferido pelo candidato do PSL, além de enfatizarem o apoio recebido pelo candidato por parte do grupo supremacista branco Ku Klux Klan.

Grupo Rosa

Durante grande boa parte do 1º turno como grupo majoritário, o grupo rosa – que reúne perfis críticos a Bolsonaro, mas sem alinhamento partidário – apresentou um esvaziamento e uma migração grande de parte de seus membros para outros grupos. Na última semana, o grupo (29,9% dos perfis e 8,3% das interações) usou um tom irônico, com memes e piadas, para falar do cenário político. Os perfis também criticam Bolsonaro por não participar de debates e dizem que suas opiniões são preconceituosas.

Grupo Azul

Base de apoio a Bolsonaro, o grupo azul (24,8% dos perfis e 51,1% das interações) permanece como o que mais gera debate e com o próprio candidato como seu principal influenciador. Na última semana, porém, o tuíte mais retuitado pelo grupo foi do apresentador Danilo Gentili, que critica Manuela D’Ávila, vice de Haddad, por ter ido a uma missa apesar de antes se dizer oprimida por não ser cristã. As postagens de Bolsonaro, por sua vez, dizem Haddad é um fantoche de um “corrupto preso”, e que o país não pode ser comandado de dentro da cadeia. O candidato também critica a mudança de cores da campanha do PT, e associa ao partido características de um governo autoritário.

Grupo roxo

Menor grupo no debate (2,1% dos perfis e 0,7% das interações), o lilás é formado por perfis que criticam tanto Haddad quanto Bolsonaro. O principal tuíte é de um perfil que diz entender quem vai anular o voto, e que é difícil compreender quem diz que ama o PT ou Bolsonaro. O grupo também elogia a colocação de Cid Gomes sobre a necessidade de autocrítica do PT e retuita o pedido de Katia Abreu para que Haddad desista da disputa para que Ciro Gomes possa “vencer o fascismo”.

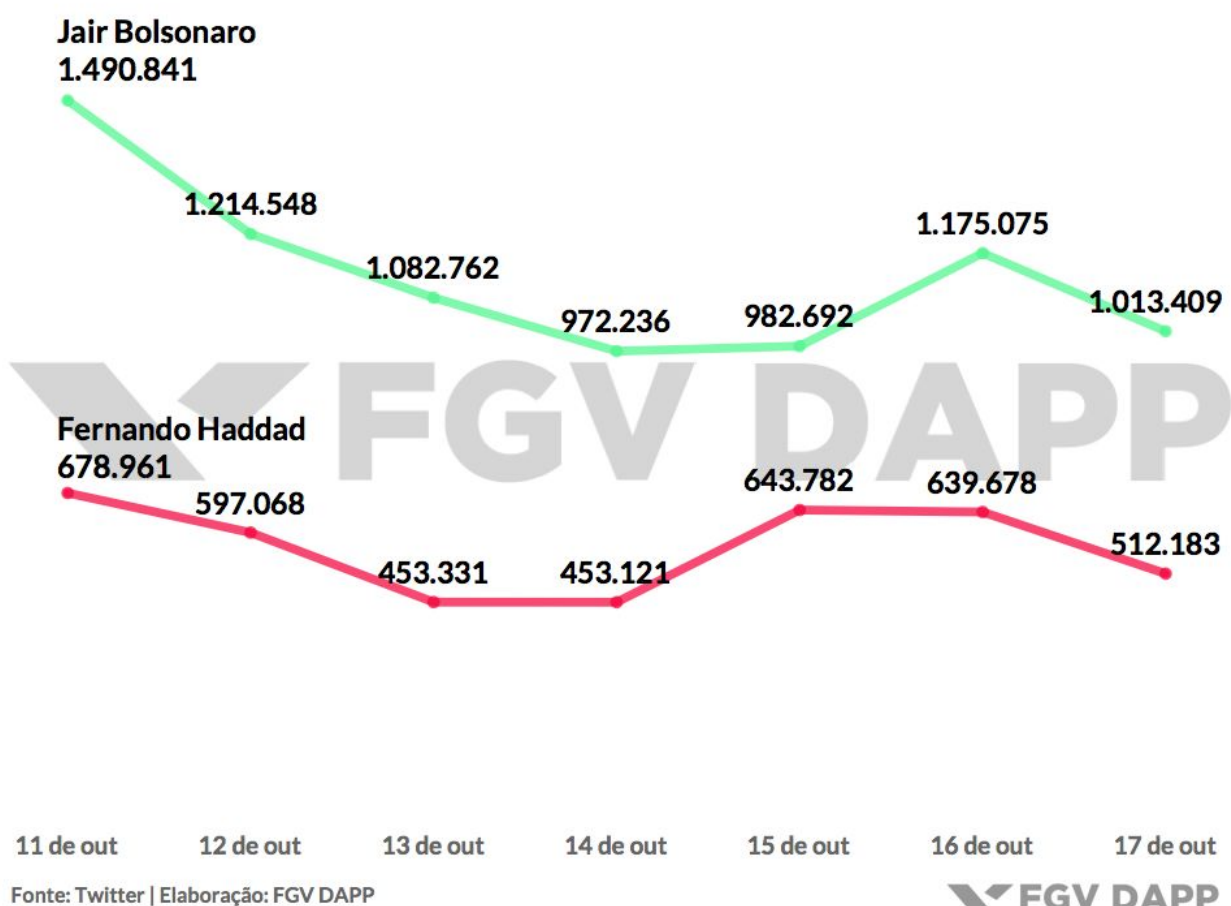
1.3 O debate geral no Twitter

Após uma semana aquecida pela votação do primeiro turno, as menções aos presidenciais caíram 38% entre 11 e 17 de outubro; foram 10,5 milhões de referências, contra 17 milhões nos sete dias anteriores. Com a polarização acentuada pela campanha de segundo turno – e com a centralidade de uma pauta de acusações entre os candidatos –, o padrão de referências aos dois apresenta trajetórias semelhantes. No entanto, como Bolsonaro registrou grande pico na semana anterior, sua queda é mais acentuada em volume total de citações. O candidato foi mencionado 7,9 milhões de vezes (queda de 47,6%), o petista 3,9 milhões (-6,4%).

O principal pico de menções a Bolsonaro e a Haddad ocorreu no mesmo dia: quinta-feira (11). No caso do deputado federal, protagonizaram a discussão, além de críticas a Haddad, a Lula e à esquerda de modo mais geral,

referências a sua decisão de não participar de debates (criticada como “fuga” de um diálogo propositivo e elogiada, ora em comparação com outros candidatos que também não participaram de sabatinas em pleitos anteriores, ora em mensagens que ressaltam a gravidade do ferimento sofrido pelo presidenciável); menções a sua postura em relação à população LGBT, em tom crítico, principalmente a partir de um vídeo em que ele se diz homofóbico; e elogios à defesa de “valores cristãos”, com destaque para pautas como aborto, combate às drogas e ao chamado “kit gay”. Há, ainda, tuítes com volume expressivo de compartilhamento que ironizam a posição dos apoiadores de Bolsonaro, sugerindo que eles estariam “cegos” por uma espécie de “adoração” ao candidato.

Evolução de menções no Twitter aos presidenciáveis - 11.out a 17.out



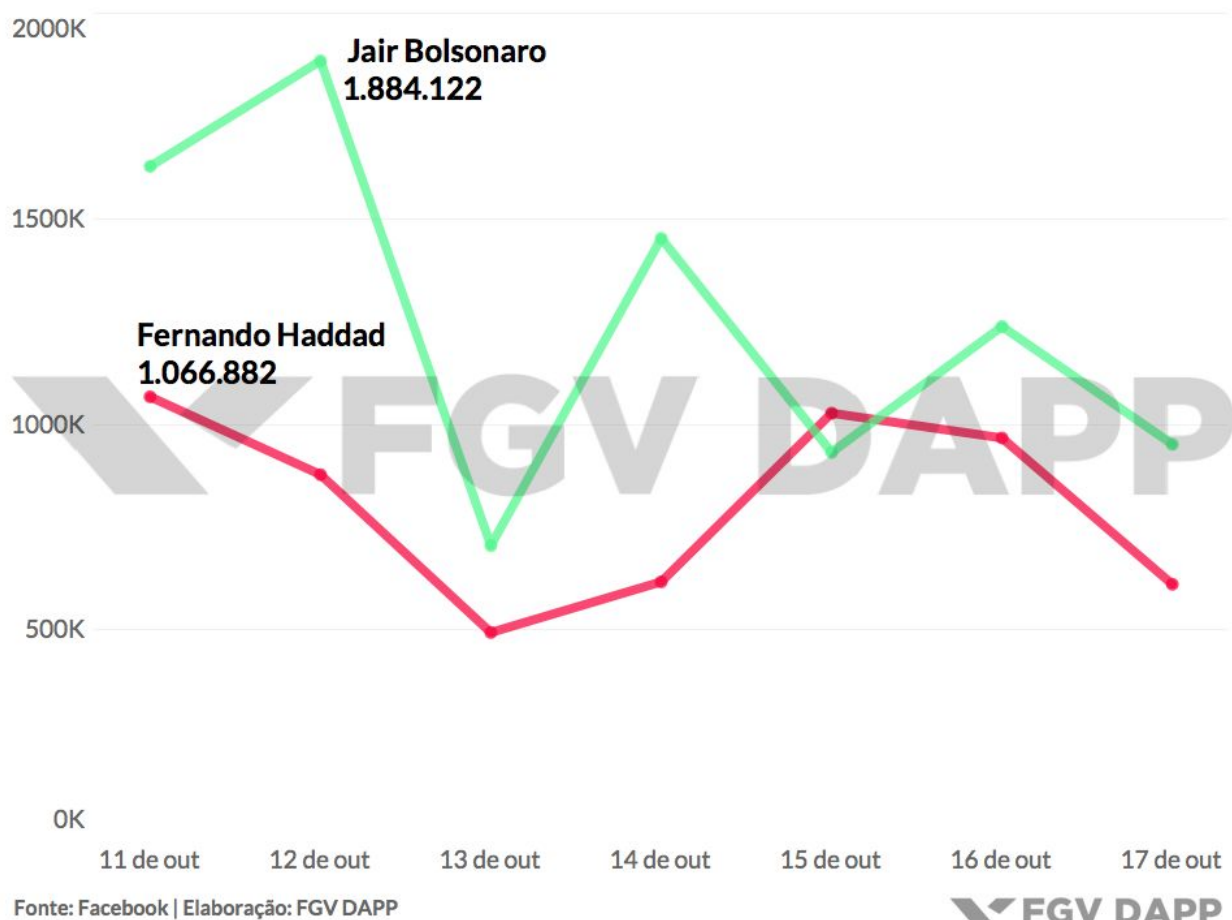
Já no pico de menções a Haddad, o candidato é responsável por grande parte das publicações mais retuitadas: dos 20 posts com maior quantidade de retuítas, 11 partiram da conta oficial do presidenciável. Tais publicações trazem menções à desigualdade de gênero e críticas a Bolsonaro, seja pela sua não participação nos debates, seja por seu temperamento “violento”. Também têm repercussão significativa postagens que criticam a “mudança” na campanha de Haddad, que teria se distanciado de Lula e substituído a cor vermelha pelo verde e amarelo. Tais usuários consideram que essa seria uma espécie de “fraude”, uma tentativa de “enganar o eleitor”. É forte também a especulação sobre a possibilidade de soltura de Lula no caso de um novo governo petista, principalmente com o compartilhamento de um vídeo de

Manuela D'Ávila afirmando ser favorável à medida. De outro lado, apoiadores do candidato destacam suas qualidades na prefeitura de São Paulo e no Ministério da Educação e denunciam notícias falsas contra ele.

1.4 O debate no Facebook

A tendência de aproximação entre os volumes de interações das páginas de Jair Bolsonaro e Fernando Haddad, verificada na última semana, permanece presente na análise das publicações realizadas entre 11 e 17 de outubro. Na página do candidato do PSL, o engajamento registra queda de 34%, chegando a 8,78 milhões de comentários, compartilhamentos e reações. Em movimento contrário, o candidato petista teve engajamento 20% superior, com um total de 5,65 milhões de interações.

Engajamento nas páginas os presidentiáveis - 11.out a 17.out



As publicações de Haddad relacionadas ao Dia dos Professores, na segunda (15), mobilizaram um pico de engajamento, com pouco mais de 1 milhão de interações, superando o volume registrado naquele dia pelo oponente. Essa é a segunda vez, desde o início da campanha, que o ex-prefeito de São Paulo supera o ex-capitão na análise de interações diárias no Facebook. A primeira, em 17 de setembro, foi motivada por postagens que destacavam o crescimento de Haddad em pesquisas de intenção de voto, apontando a possibilidade de que ele chegasse ao segundo turno. Já Bolsonaro mobilizou

maior volume de comentários, compartilhamentos e reações na sexta-feira (12), em um crescimento capitaneado, mais uma vez, por uma transmissão ao vivo, com mais de 109 mil compartilhamentos. Também se destacaram, naquele dia, publicações críticas a Haddad, que citam temas como a descriminalização do aborto e a disputa pelo voto de católicos e evangélicos.

1.5 A repercussão de notícias

Entre 11 e 17 de outubro, notícias a respeito dos candidatos à Presidência, Bolsonaro e Haddad, alcançaram mais de **61,6 milhões de interações no Facebook e no Twitter** – entre curtidas, comentários e compartilhamentos. Esse volume é **21% menor do que o engajamento da semana anterior**, quando foram registradas 77,9 milhões de interações (em 26,1 mil links).

Engajamento das notícias sobre Bolsonaro e Haddad no Facebook e no Twitter – 11.out a 17.out

Candidato	Links	Engajamento		
		Facebook	Twitter	Total
Bolsonaro	12.473	37.100.678	755.506	37.856.667
Haddad	8.381	23.358.552	450.713	23.809.543
Total	20.854	52.605.259	1.206.219	61.666.210

Fonte: Facebook e Twitter | Elaboração: FGV DAPP

A notícia com maior engajamento a respeito de Bolsonaro trata de [ataques supostamente incitados por seus seguidores em diferentes locais do país](#) (601,7 interações). Sobre Haddad, teve maior engajamento a notícias de que [sua presença teria sido repudiada em um missa](#) (398,9 mil interações).

Três notícias com maior engajamento sobre Bolsonaro e Haddad no Facebook e no Twitter – 11.out a 17.out

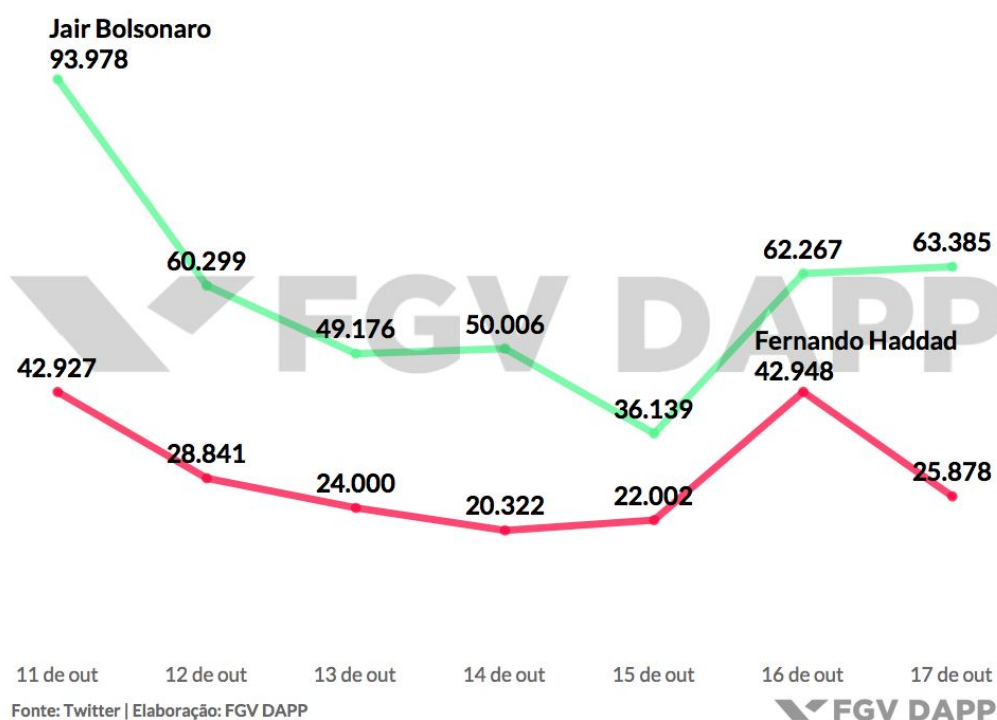
Publicação	Manchete	Twitter	Facebook	Total
11/out	Apoiadores de Bolsonaro realizaram pelo menos 50 ataques em todo o país	5.984	595.696	601.680
16/out	'Ele soa como nós': David Duke, ex-líder da Ku Klux Klan, elogia Bolsonaro, mas critica proximidade com Israel	425	534.403	534.828
16/out	Barcelona retira status de embaixador de Ronaldinho após apoio a Bolsonaro	3.076	284.234	287.310
12/out	Católicos repudiam presença de Haddad em missa e o chamam de 'abortista'	4.378	394.542	398.920
16/out	Em manifesto, juristas dizem que só Haddad pode garantir democracia no país	1.407	277.437	278.844
11/out	Temer assume voto em Haddad	1.411	271.729	273.140

2. O debate econômico

O volume de publicações do debate econômico referente a Bolsonaro e Haddad caiu à metade na última semana, após o expressivo pico de menções ocorrido com o resultado do primeiro turno. De forma geral, o debate foi disperso em relação aos dois candidatos, com foco em críticas às propostas econômicas mas não se concentrando em nenhum tema específico. Bolsonaro teve queda mais forte, quase 67% em relação à semana passada.

O que mais repercutiu sobre o candidato foi a entrevista que deu ao SBT e a fala, que foi elogiada pelos usuários, de que vai propor novas medidas para a Reforma da Previdência. Já a divulgação de um plano energético para geração de empregos, incluindo a possibilidade de construção de hidrelétricas de grande porte na Amazônia, também mobilizou comentários, que ficaram mais focados na expectativa da geração de empregos do que no provável impacto ambiental da medida.

Evolução de menções no Twitter no debate econômico - 11.out a 17.out



Haddad também apresentou queda, de 24%, no período. O debate repercutiu notícias que citam declarações sobre propostas econômicas do candidato e, também, tuítes do próprio Haddad. A promessa de que não manterá ninguém da equipe econômica de Temer, caso seja eleito, mobilizou comentários a seu favor, causando um pico de menções no dia 16. Por outro lado, as propostas relacionadas a impostos, como a de isenção do imposto de renda para quem ganha até cinco salários mínimos e a de que vai taxar grandes fortunas, geraram repercussão negativa. Também repercutiram sobre Haddad sua posição contra privatização e a especulação de quem seria o seu ministro da Fazenda, com comentários que comparam com a escolha feita pelo Bolsonaro para o mesmo cargo.