Anais de Artigos
IV Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais
ISSN 2675-4290 Vol. 1, N. 4 (2020)

#EleNão: circulação de sentidos no período eleitoral em grupos de mulheres no Facebook[1]

#EleNão: circulation of meanings in the electoral period in women's groups on Facebook

Diosana Frigo[2]
Luan Moraes Romero[3]

Resumo: No contexto das eleições presidenciais de 2018, analisa-se a circulação de sentidos no grupo Mulheres unidas pela Democracia Santa Maria – RS. Temos como conceito norteador a circulação (BRAGA, 2012, 2017; FAUSTO NETO, 2018), situado nas discussões sobre o processo de midiatização da sociedade (VERÓN, 1997; FAUSTO NETO, 2018). Foram realizados dois movimentos metodológicos: inicialmente utilizamos o *software* Iramuteq com o intuito de recolhermos indícios para posteriormente ser feita uma análise semiológica dos discursos (VERÓN, 2004). Dessa forma, a análise da circulação de sentidos teve tanto um olhar macro quanto micro. Por fim, fazemos inferências sobre as interações no grupo, o movimento #EleNão e o contexto eleitoral.
Palavras-chave: Circulação; #EleNão; Iramuteq.

Abstract: In the context of the 2018 presidential elections, the circulation of meanings in the group Mulheres unidas pela Democracia Santa Maria - RS - RS is analyzed. We have circulation as the guiding concept (BRAGA, 2012, 2017; FAUSTO NETO, 2018), situated in discussions about the process of mediatization of society (VERÓN, 1997;

[1] Trabalho apresentado ao IV Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais. PPGCC-Unisinos. São Leopoldo, RS.

[2] Doutoranda no Programa de Pós-Graduação em Comunicação (POSCOM) da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM). Mestra pelo POSCOM-UFSM. Formada em Comunicação Social – Hab. Jornalismo e em Ciências Econômicas pela UFSM. E-mail: diosanafrigo@gmail.com
[3] Doutorando no POSCOM-UFSM. Mestre pelo POSCOM-UFSM. Formado em Comunicação Social – Hab. Jornalismo pela UFSM. E-mail: luan_155@hotmail.com

Anais de Artigos
IV Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais
ISSN 2675-4290 Vol. 1, N. 4 (2020)

FAUSTO NETO, 2018). Two methodological movements were carried out: initially we used the Iramuteq software in order to perceive evidence so that a semiological analysis of the speeches could be made later (VERÓN, 2004). Thus, the analysis of the circulation of meanings had both a macro and a micro look. Finally, we make inferences about the interactions in the group, the #EleNão movement and the electoral context.
Keywords: Circulation; #EleNão; Iramuteq.

1 Introdução

No dia 30 de agosto de 2018 foi criado, na rede social digital Facebook, o grupo Mulheres Unidas Contra Bolsonaro (MUCB) como forma de protesto à candidatura de Jair Messias Bolsonaro, na eleição presidencial do mesmo ano. O grupo, formado apenas por mulheres, expandiu-se rapidamente - com duas semanas de existência atingiu a marca de um milhão de integrantes e com menos de um mês eram mais de três milhões - demonstrando a indignação comum de milhões de mulheres que se sentiam subjugadas na campanha da chapa Bolsonaro-Mourão e a preocupação delas em relação ao cenário brasileiro com a possível eleição de Bolsonaro como presidente – líder nas pesquisas eleitorais.

Assim, as membras buscavam formas de protestar e também de modificar o rumo que se delineava, tanto a partir de ações online como fora desse espaço. Em meio às reflexões sobre como se organizar coletivamente e às trocas de informações no grupo, foi chamado um ato em São Paulo (SP), para o dia 29 de setembro de 2018. Essa ação suscitou a criação de grupos no Facebook em vários locais do Brasil, em que as mulheres passaram a organizar atos unificados nacionalmente em suas cidades.

Em Santa Maria, cidade localizada na região central do Rio Grande do Sul, o movimento que ficou conhecido como #EleNão, também teve como expoente o grupo local no Facebook. O grupo Mulheres unidas pela Democracia Santa Maria – RS foi criado no dia 11 de setembro de 2018, inicialmente com o nome de Mulheres unidas SM/RS ELENÃO. No dia 8 de outubro de 2018, um dia após o primeiro turno das eleições

Anais de Artigos
IV Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais
ISSN 2675-4290 Vol. 1, N. 4 (2020)

presidenciais - que teve Jair Bolsonaro em primeiro lugar (46%) e Fernando Haddad em segundo (29%) para a disputa no segundo turno -, é que o grupo tornou-se Mulheres unidas pela Democracia Santa Maria - RS.

Desse modo, a partir do contexto apresentado, o objetivo do artigo consiste em analisar a circulação de sentidos no grupo Mulheres unidas pela Democracia Santa Maria - RS, no período de outubro de 2018, tendo em vista que esse eixo temporal abrange o primeiro (8 de outubro de 2018) e o segundo turno (28 de outubro de 2018) das eleições presidenciais de 2018[4]. Para isso, temos como conceito norteador a circulação (BRAGA, 2012, 2017; FAUSTO NETO, 2018), situado nas discussões sobre o processo de midiatização da sociedade (VERÓN, 1997; FAUSTO NETO, 2018). Além disso, do ponto de vista metodológico, a investigação ocorre baseada em dois movimentos: no primeiro, com o intuito de recolhermos indícios para a pesquisa, utilizamos o *software* Iramuteq[5]; já o segundo movimento, diz respeito à análise semiológica dos discursos, que auxiliará na análise da circulação de sentidos (discursos e simbolizações) de maneira geral, relacionando com o próprio movimento #EleNão e as eleições presidenciais.

2 Midiatização, circulação e procedimentos metodológicos

A midiatização é entendida aqui como um processo em curso, isto é, que a sociedade em midiatização está em andamento. Assim, com a complexificação da sociedade e a dinamização dos processos midiáticos ao longo das últimas décadas, pode-se afirmar, a partir de Fausto Neto (2018, p. 76), que as transformações "[...] estariam a indicar o rastro de complexas interfaces entre práticas sociais a partir de um outro tipo de mediação engendrada por lógicas dos processos midiáticos.". Isso quer dizer que as afetações emergentes das relações entre atores sociais, instituições e mídias, mostram que

[4] A reflexão acerca da circulação de sentidos do movimento #EleNão faz parte de pesquisa de tese em desenvolvimento da doutoranda Diosana Frigo, com orientação da professora Viviane Borelli, ambas autoras deste artigo. Cabe salientar que, diferente deste estudo, na tese, a investigação consiste no período de constituição do movimento que culminou com a manifestação histórica no dia 29 de setembro de 2018.
[5] *Interface de R pour les Analyses Multidimensionnelles de Textes et de Questionnaires*.

Anais de Artigos
IV Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais
ISSN 2675-4290 Vol. 1, N. 4 (2020)

a última ocupa um papel central na organização social na medida que se torna indissociável da estrutura da sociedade (VERÓN, 1997).

Desse modo, há complexas interpenetrações advindas da produção de sentidos dos sistemas institucionais (midiático) e dos atores da estrutura social (FAUSTO NETO, 2018), sendo que os processos comunicacionais ocorrem de modo difuso e não linear, entendendo que todos os interagentes podem participar tanto na produção como no reconhecimento de enunciados, acarretando a circulação discursiva em caminhos diversos. Dito isso, conforme Braga (2012), a circulação de sentidos ocorre em fluxo sempre adiante e contínuo diante das complexidades que perpassam as interações entre os participantes. Além do mais, a circulação funciona por meio de apropriações de sentidos, logo, há um constante embate ou negociação entre os participantes na processualidade comunicacional para que o fluxo siga adiante (BRAGA, 2017). No caso do grupo Mulheres unidas pela Democracia Santa Maria - RS, entendemos que todas as participantes são igualmente produtoras de discursos (seja ao realizar uma postagem ou comentário) e, portanto, deixam marcas e rastros que podem ser analisados, como lembra Verón (2004), a partir da matéria significante que o analista tem em mãos.

Em relação aos procedimentos metodológicos, realizamos a coleta dos observáveis no grupo Mulheres unidas pela Democracia Santa Maria - RS a partir do mecanismo de busca do grupo no Facebook, em que é possível delimitar mês, ano e palavra-chave, por exemplo. A palavra-chave eleita foi "#elenão", por compreendermos que a partir desse termo não restringimos a pesquisa ao processo eleitoral apenas, mas possibilita olhares direcionados para o movimento de mulheres, de maneira geral. O eixo temporal, por sua vez, é composto pelo mês de outubro de 2018, período que abrange as eleições daquele ano. Além disso, de acordo com as opções permitidas pelo mecanismo do Facebook, a coleta ocorreu entre todas as publicações (tipo de publicação), as mais relevantes (classificação), as realizadas por qualquer pessoa do grupo (publicado por) e as publicadas de qualquer lugar (localização marcada).

Com base nos procedimentos detalhados, foram coletadas 90 postagens textuais, isto é, qualquer postagem que tivesse algum texto. Então, os textos foram copiados do

ISSN 2675-4290 Vol. 1, N. 4 (2020)

grupo e colados em um documento no Word. A partir disso, ocorreu o tratamento dos dados para que eles pudessem ser inseridos no *software* de análise lexicométrica Iramuteq; depois, geraram-se as tabelas da análise estatística, a nuvem de palavras e os gráficos de árvore máxima da análise de similitude (DEGENNE e VERGÈS, 1973).

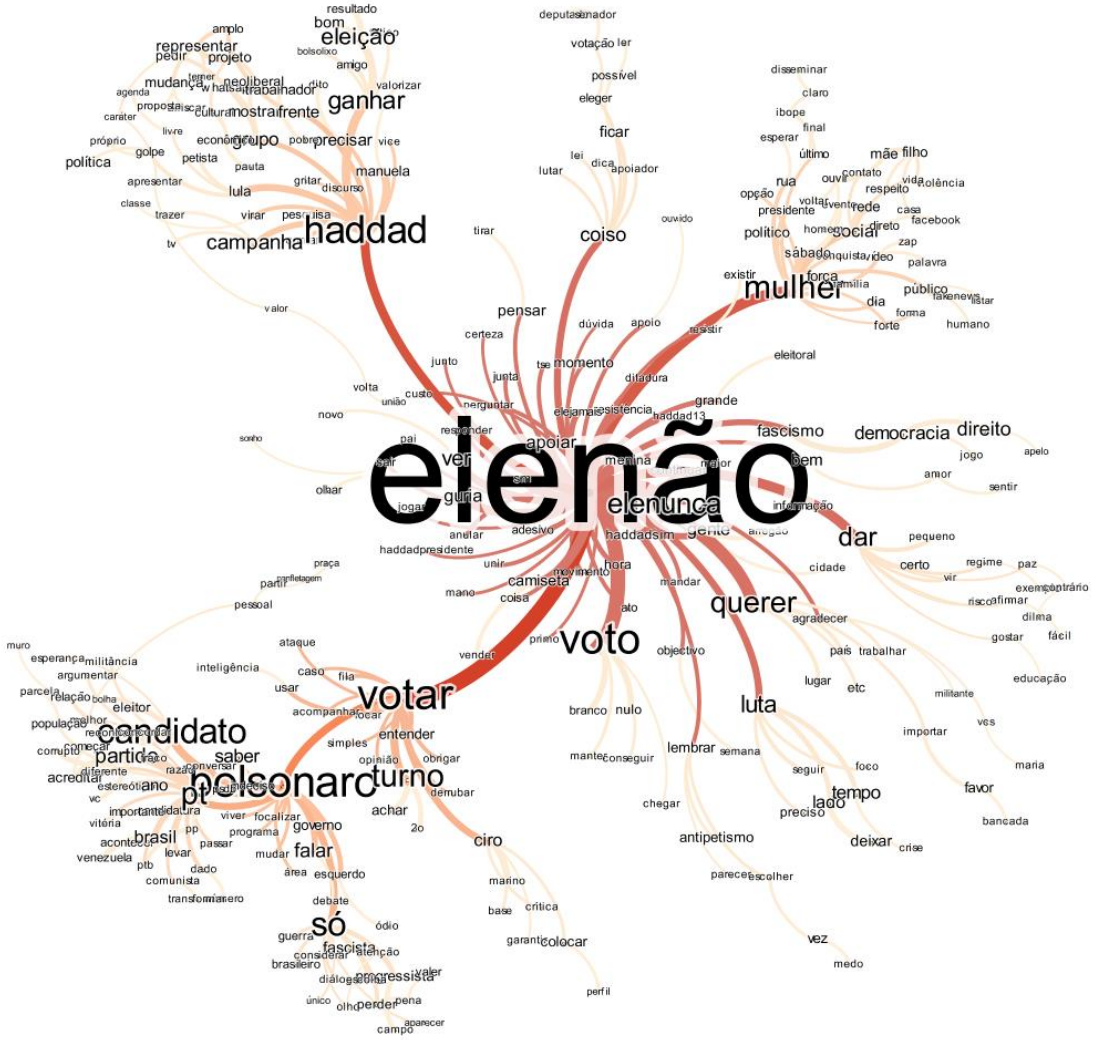
Com relação à primeira análise, o *software* faz de maneira automatizada a lematização das palavras (LEBART, et al., 1998), classificando cada uma de acordo com a sua classe morfológica. Para esta investigação optou-se por deixar em evidência, como formas ativas, os adjetivos, os substantivos, os verbos e as formas não reconhecidas pelo *software*. Tal análise nos dá subsídios para calcular a frequência dos vocábulos encontrados nos textos das postagens, assim como através das tabelas geradas por ela se pode voltar aos textos originais e criar *subcorpus* para análise.

Além disso, gerou-se a nuvem de palavras, em que aparece de maneira gráfica os vocábulos que possuem maior frequência de aparecimento nos textos das postagens. Assim, é possível inferir quais são as que emergem com maior centralidade na nuvem, ou seja, quais são as palavras que são usadas com maior recorrência nas postagens. Já com relação ao gráfico de árvore máxima da análise de similitude, faz-se uma exportação e usa-se o *software* Gephi para gerar uma melhor visualização. É nesse transporte que se evidencia a métrica da centralidade de intermediação (NEWMAN e GIRVAN, 2004; BRANDES, 2001), na qual se compreende como as palavras articulam-se uma com relação às outras, e se tem noção da importância local de cada uma delas. Romero (2021) propôs essa analítica como uma forma de investigar a circulação de sentidos no caso das três primeiras reportagens da série "Vaza Jato" publicadas pelo The Intercept Brasil no site da Agência, no Youtube e na Fanpage.

Com relação aos achados, partirmos de um *corpus* de investigação com 90 segmentos de texto, tendo 8.154 ocorrências de vocábulos, com 944 aparecendo uma única vez. Com a escolha metodológica de analisar certas classes morfológicas, tem-se 43,23% de palavras ativas e 8,40% de palavras suplementares. Na primeira abordagem analítica, em que se olha para as tabelas de frequência geradas e para a nuvem de palavras, nota-se que os seguintes vocábulos emergem com alta frequência relativa ao total de

Anais de Artigos
IV Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais
ISSN 2675-4290 Vol. 1, N. 4 (2020)

ocorrências nos enunciados: “elenão” (1,214%); “bolsonaro” (0,540%); “votar” (0,540%); “voto” (0,527%); “haddad” (0,478%); “turno” (0,442%); “candidato” (0,405%); “mulher” (0,392%); “só” (0,392%); “pt” (0,368%).



Árvore máxima a partir do *corpus* em investigação

Maximum tree from the corpus under investigation

Além disso, na árvore máxima produzida emergem grupos de palavras que possuem relação com os principais candidatos a presidente nas eleições de 2018, tendo

Anais de Artigos
IV Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais
ISSN 2675-4290 Vol. 1, N. 4 (2020)

uma predominância em ordem decrescente de menções a Jair Bolsonaro ("bolsonaro" possui 19.034 de centralidade de intermediação CI), Fernando Haddad ("haddad" possui 14.252 de CI) e Ciro Gomes ("ciro" possui 1.832 de CI). Ademais, uma comunidade de vocábulos que surge com expressividade tanto em termos de frequência relativa quanto em termos de centralidade de intermediação tem conexão direta com a *hashtag* "#EleNão" ("EleNão" possui 40.645 de CI) e a palavra "mulher" ("mulher" possui 11.159 de CI).

Assim, para compor um *corpus* de análise, voltamos para as postagens que se relacionam com a menção à palavra "mulher" para poder analisar os comentários feitos a partir delas. Tal opção é feita para compreender de forma aprofundada como ocorre a circulação discursiva das temáticas envolvidas com esse vocábulo. Nessa perspectiva, constitui-se um *subcorpus*, que conta com 17 textos provenientes da análise anterior e, a partir de uma primeira observação realizada nestas postagens, foram coletados 142 comentários.

3 Circulação de sentidos no Mulheres unidas pela Democracia Santa Maria – RS

Para analisar a circulação de sentidos no grupo do Facebook Mulheres unidas pela Democracia Santa Maria – RS, parte-se de 17 postagens e 142 comentários. Com base na análise semiológica dos discursos, perspectiva de Eliseo Verón, são feitas inferências a respeito dos sentidos em circulação no processo eleitoral e no movimento #EleNão. Para Verón (2004, p. 61), o discurso é "qualquer conjunto significante considerado como tal (isto é, considerado como lugar de investimento de sentido)" e desenha não um único efeito, mas sim um "*campo de efeitos de sentido*" (VERÓN, 2004, p. 216, grifo do autor).

Partindo de um olhar mais macro sobre a matéria significante coletada inicialmente, conseguimos identificar marcas discursivas que nos possibilitaram reunir as enunciações em dez agrupamentos de sentidos, são eles: ordem, convocatória, relato, agradecimento, desabafo, Haddad, *fake news*, Manuela/mulher, pedido de ajuda e apelo. A seguir, fazemos um olhar mais micro para os discursos produzidos no Grupo e, para tal, elegemos alguns fragmentos discursivos, já que não seria possível analisar as 17

Anais de Artigos
IV Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais
ISSN 2675-4290 Vol. 1, N. 4 (2020)

postagens e os 142 comentários. A escolha dessa matéria significante para análise mais detalhada foi feita a partir de recorrências, em que foram identificadas marcas discursivas que se repetiam ao longo das postagens e comentários.

Para sistematizar a análise, os enunciados foram numerados em ordem crescente e apresentados como "E", por exemplo: E1, E2, E3 e assim sucessivamente. Além do mais, palavras-chave foram destacadas em negrito, preservamos a identidade das participantes bem como retiramos marcas de identificação.

3.1 Ordem

Percebemos que muitos sentidos emergidos na circulação no grupo Mulheres unidas pela Democracia Santa Maria – RS estavam relacionados à obrigação das mulheres votar contra Jair Messias Bolsonaro, já que não eram vistos horizontes positivos em relação às políticas públicas perspectivando o sexo feminino, pelo contrário, as mulheres presentes no grupo do Facebook evocavam a obrigatoriedade das mulheres não votarem em Bolsonaro justamente por entenderem que já estavam sendo desrespeitadas inclusive durante a campanha eleitoral.

> [...] Nossa **OBRIGAÇÃO** enquanto **mulheres, mães, filhas, esposas, trabalhadoras, estudantes, MULHERES BRASILEIRAS**, é apertar o 13 e derrubar o Bolsonaro.
> TEMOS QUE NOS UNIR! SÓ TEMOS UMA OPÇÃO E TEMOS QUE SER FIRMES COM ELA.
> Votar nulo ou em branco é dar as costas ao **movimento #EleNão**. [...] (E1)

> O momento é muito sério, **falamos em violência, desrespeito, injustiças! TODAS CONTRA ELE!!!!** Agora é #Haddadsim gurias! (E2)

No primeiro enunciado (E1) a demarcação da obrigatoriedade das mulheres votar contra Jair Bolsonaro – e consequentemente em Fernando Haddad no segundo turno das eleições presidenciais – é evidente quando o enunciador interpela as "mulheres, mães, filhas, esposas, trabalhadoras, estudantes, MULHERES BRASILEIRAS" para votar no número 13 (Haddad). Além disso, a caixa alta na escrita de "mulheres brasileiras" e

Anais de Artigos
IV Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais
ISSN 2675-4290 Vol. 1, N. 4 (2020)

"obrigação" é uma marca para chamar a atenção e destacar a ordem ali presente: ser mulher e votar em Bolsonaro é incoerente, por isso todas devem votar contra ele. Ainda neste enunciado, sublinhamos a relação direta feita com o movimento #EleNão, quando é evocado que voto "nulo ou em branco é dar as costas ao movimento".

Já em E2, podemos verificar a preocupação presente com aquele momento particular que o país vivenciava – "de violência, desrespeito, injustiças" – e, portanto, o enunciador retoma os sentidos de ordem proferindo que todas devem votar contra Bolsonaro. Destaca-se, além da ênfase dada ao discurso escrito em caixa alta, como também observado anteriormente, o uso de pontos de exclamação.

3.2 Convocatória

A convocatória, além da ordem, é um outro sentido posto em circulação no grupo Mulheres unidas pela Democracia Santa Maria – RS. Esse agrupamento refere-se aos enunciados que convocam não só as mulheres a votar contra Jair Bolsonaro, mas como elas devem ir no dia da votação manifestando-se "sem nada falar". Ainda, assim como em E1, observamos que E3 também faz referência direta ao movimento #EleNão.

> Recebi esse recado da minha autora preferida, Maria Valéria Rezende ❤ pelo mnsg do face e me comprometi passar adiante:
> "**Nós mulheres vamos vestidas de branco votar. E todas nós vestidas de branco estaremos dizendo sem nada falar: ELE NÃO!** Desejamos PAZ!
> **Vamos iniciar essa corrente agora para o máximo de mulheres!** Ainda dá tempo!!"
> #eleNão (E3)

É interessante destacar que, nesse enunciado, a convocatória para que as mulheres vistam-se de branco no dia da votação (simbolizando a paz e também a adesão ao #EleNão) é um fragmento já circulado anteriormente em algum outro espaço (não citado), pois refere-se a um "recado" recebido e passado adiante. A lógica das "correntes" na ambiência digital ilustra como Braga (2017, p. 52) refere-se ao fluxo comunicacional que "[...] acontece em variadíssimas formas – desde a reposição do próprio produto para

Anais de Artigos
IV Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais
ISSN 2675-4290 Vol. 1, N. 4 (2020)

outros usuários (modificado ou não); à elaboração de comentários – que podem resultar em textos publicados ou em simples 'conversas de bar', por exemplo [...]". Ainda, podemos dizer que a produtora de sentido dessa interação pretende que o produto continue circulando quando diz "vamos iniciar essa corrente agora para o máximo de mulheres".

3.3 Relato

Outro agrupamento formado por sentidos em circulação no grupo, diz respeito a relatos que as mulheres traziam sobre familiares que iriam votar em Jair Messias Bolsonaro ao mesmo tempo que outras mencionavam o apoio e a solidariedade da família com elas. A seguir, podemos visualizar os enunciados E4, E5 e E6, nos quais há uma disputa de sentidos em relação aos relatos bem como o fluxo adiante na circulação (BRAGA, 2012, 2017).

> Feliz porque minha família inteira , homens e mulheres, **votam #elenao**, não votam nele 11 votos a menos nele… (E4)
>
> Minha família de origem é enorme, 80 % vai de Haddad. **A família que constituí é 100% Haddad**. (E5)
>
> **Queria a mesma alegria**... Mas da minha familia **so eu meu marido e mais uns 3 que #elenao** (E6)

Nos enunciados E4 e E5, os relatos correspondem às famílias que não votariam em Jair Bolsonaro. Já em E6, a participante da interação responde a um discurso anterior afirmando que "queria a mesma alegria" da família não votar em Bolsonaro. Outro destaque possível, referente ao E4 e E6, é a utilização da nomenclatura #EleNão, por exemplo, para dizer que não votam em Bolsonaro ("votam elenão"). Dessa forma, as participantes ativam a expressão ressignificando-a a partir de novas apropriações de sentidos que são reconstruídos e repostos para circular em outros fluxos.

3.4 Agradecimento

Anais de Artigos
IV Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais
ISSN 2675-4290 Vol. 1, N. 4 (2020)

O quarto conjunto destacado no grupo do Facebook Mulheres unidas pela Democracia Santa Maria – RS está relacionado aos enunciados que agradecem a quem aderiu ao movimento #EleNão. A seguir, podemos visualizar um exemplo deste agrupamento de sentidos.

> Gurias,
> Eu gostaria de dar os parabéns e **agradecer por cada uma de vocês, que aderiu ao #ELENÃO** e que neste momento estão nos apoiando agora no 2° turno. Eu como militante do partido dos trabalhadores há 23 anos fico muito orgulhosa destas mulheres aguerridas e combatentes. **Agradeço a cada uma de vocês que está conosco** militantes do PT mesmo sendo contra o partido, sendo de outro partido, de partidos coligados,anti pt e de outros partidos e afins.
> Isso me mostra o quanto a união é importante no momento mais frágil e importante em que nossa DEMOCRACIA está em jogo.
> Avante, até a vitória.
> Vamos somar e juntas comemorar.. Gratidão! (E7)

Em E7, a participante agradece "por cada uma de vocês, que aderiu ao #ELENÃO e que neste momento estão nos apoiando agora no 2° turno" e segue "agradeço a cada uma de vocês que está conosco militantes do PT". Neste caso, a participante refere-se como integrante do movimento #EleNão, no entanto, ao agradecer a não eleição de Jair Messias Bolsonaro assim como o apoio no 2º turno, não deixa explícito se "estão nos apoiando" está relacionado ao PT ou ao movimento #EleNão. Em seguida, afirma ser militante do PT durante 23 anos e na sequência agradece quem está junto com "militantes do PT", já que no segundo turno Bolsonaro concorreria contra Haddad.

3.5 Desabafo

Desabafos sobre possíveis retiradas de direitos das mulheres caso efetivada a eleição de Jair Bolsonaro para presidente do país e o que isso representaria historicamente também formam mais um agrupamento de sentidos no grupo do Facebook. A seguir, em E8, observamos a enunciação de uma mulher de mais de 50 anos que ressalta do seu dito

Anais de Artigos
IV Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais
ISSN 2675-4290 Vol. 1, N. 4 (2020)

o papel que era delegado a elas décadas atrás e como isso havia sido modificado ao longo dos anos. A mulher conclui que os direitos conquistados não poderiam ser retrocedidos.

> Eu estou ansiosa, simm...
> Mas, a unica coisa que eu tenho certeza é que **amanhã é #ELENÃO** #ELENUNCA #ELEJAMAIS...
> NESTES MEUS 50 ANOS EU VI **MUITAS CONQUISTAS DAS MULHERES E ISSO NÃO PODE SER AMEAÇADO**...NÓS ERAMOS ENSINADAS A OBEDECER OS PAIS E DEPOIS OS MARIDOS,NOSSA FUNÇÃO ERA TER FILHOS(NADA CONTRA) E CUIDAR DA CASA… [...] (E8)
>
> **Bem isso!** Agora que minha mãe encontrou a voz dela, não vou permitir que a calem, que nos calem! #EleNao (E9)

Em E9, temos mais um fluxo comunicacional quando outra participante responde a E8. Isso demonstra, mais uma vez, o que Braga (2012, 2017) compreende por fluxo adiante na circulação. Em E8, assim como na enunciação seguinte, também está evidente a relação com o movimento #EleNão, por exemplo, quando a participante afirma que "amanhã é #EleNão", fazendo menção ao dia da votação para presidência.

3.6 Haddad

Neste agrupamento de sentidos, destacamos o conjunto de enunciados a seguir, que além de ilustrar o fluxo adiante na circulação elaborado por Braga (2012, 2017), também exemplifica parte da disputa de sentidos presente no grupo Mulheres unidas pela Democracia Santa Maria – RS em relação às nomenclaturas que as mulheres deveriam utilizar para manifestarem-se no segundo turno das eleições.

> **Mensagem encaminhada pelo WhatsApp**
> Neurolguisticamente falando...
> Sim.
> É preciso que as mulheres modifiquem sua bandeira de luta para o modo afirmativo **ou seja: #HaddadSIM**.
> Isso é uma lei da comunicação. **Se permanecer o #elenão quem fica no foco é o coiso.**

Anais de Artigos
IV Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais
ISSN 2675-4290 Vol. 1, N. 4 (2020)

> Portanto, quem estiver ligada às mulheres e à luta feminista **conversa com a galera e muda já para #HaddadSIM** beijo e sigamos rumo a conquista de um brasil com mais solidariedade social soberania respeito às diferenças educação e saúde pública e de qualidade. (E10)

Assim sendo, observamos que E10 é um discurso que primeiramente circulou em outras plataformas. (VAN DIJCK, 2018) Isso confirma as proposições de Braga (2012, 2017) ao explanar sobre os fluxos adiante e contínuo na processualidade comunicacional. Também notamos que as interpenetrações ocorrem devido à produção de sentidos promovida pelos sistemas midiáticos e atores sociais conforme defendido por Fausto Neto (2018), permitindo que a circulação discursiva percorra caminhos diversos e não previstos, como destaca Verón (2004).

Ainda, segundo Braga (2012, 2017), a circulação ocorre a partir de apropriações de sentidos, que estão constantemente em disputa na sociedade. Esse embate, pode ser percebido na processualidade comunicacional, como em E10, enunciado no qual são visíveis as disputadas sobre como deveria ocorrer às manifestações das mulheres em relação ao segundo turno: se a nomenclatura defendida permaneceria #EleNão ou seria modificada para #HaddadSim.

3.7 *Fake news*

Em relação a estes fragmentos discursivos em que os enunciados correspondem a sentidos postos em circulação sobre *fake news*, notamos que, assim como no agrupamento anterior, este também evidencia o fluxo adiante referido por Braga (2012, 2017) no momento que, por exemplo, em E12, a participante compartilha um link da plataforma Twitter – local em que estaria especificado métodos de contra-ataque às *fake news*. Ainda em E12, a participante sugere para as outras interagentes que leiam o material compartilhado, mantendo o fluxo adiante na circulação.

> **Para esse segundo turno acredito que devemos focar nossos esforços em combater as fakenews** e promover o plano de governo de Fernando Haddad. O que acham de começarmos pelas políticas públicas voltadas para nós mulheres? [...] (E11)

Anais de Artigos
IV Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais
ISSN 2675-4290 Vol. 1, N. 4 (2020)

> acho que **combater fake news a essa altura do campeonato é desperdício de energia**. **Sugiro que todas que possam, leiam essa thread**. Tem métodos de contra ataque. https://twitter.com/AZzacchi/status/1047817320322805762?s=19 (E12)
>
> **Precisamos demonstrar que as fakenews estão sendo utilizadas pelo candidato da barbárie**, pois a mamadeira erótica é falta de caráter... (E13)

Outra observação pertinente, diz respeito à disputa de sentidos em relação ao foco no segundo turno estar centrado ou não no combate às *fake news*. Em E12, a participante discorda que *fake news* seja importante no momento. Diferentemente das participantes em E11 e E13, que defendem ser oportuno demandar esforços para evidenciar que as *fake news* estavam sendo utilizadas contra o candidato Fernando Haddad, desinformando eleitores em potencial. Em E13, a participante ainda afirma que "*fakenews* estão sendo utilizadas pelo candidato da barbárie", referindo-se a Bolsonaro como "candidato da barbárie".

Podemos considerar também que a partir destes enunciados fica perceptível uma situação de polarização, conforme discorrido nas inferências de Braga (2020) sobre o tema, no contexto político eleitoral do ano de 2018 e que segue em 2021. Comportamentos e atitudes que podem ser associados a fenômenos de polarização são, segundo Braga (2020, p. 20, grifo do autor), "[...] intolerância, incivilidade, antagonismo, má-fé argumentativa, *fake news*, hostilizações, discursos de ódio, proposições excludentes [...]" e "[...] são ao mesmo tempo sintomas e reiteração do processo.". Além do mais, as observações empíricas em circuitos de internet e que coincidem com a circulação informativa de atualidades, reforça "[...] a midiatização como arena em que podemos acompanhar grande parte dos embates.". (BRAGA, 2020, p. 21)

Anais de Artigos
IV Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais
ISSN 2675-4290 Vol. 1, N. 4 (2020)

3.8 Manuela/mulher

As teorizações de Braga (2012, 2017) sobre a circulação em fluxo adiante no processo comunicacional estão presentes também neste conjunto. Discursos sobre o papel da "mulher Manuela" durante a campanha eleitoral – concorrendo a vice-presidência do Brasil com Haddad para presidente – esteve presente em muitos enunciados, E14 é um deles, conforme pode ser visto a seguir.

> O que me incomoda horrores é que Fernando Haddad não respeita Manuela! **Vcs viram o pronunciamento? Ela estava ao lado dele e ele agradeceu a coligação e nem citou o nome... Foi o público que gritou o nome de Manuela,** assim como em outros momentos que ela fica de lado, **não fala nunca da sua vice nos debates, quase não aparece nas divulgações! Eu fui na página deles e já escrevi sobre isso**. Se eles não valorizarem ela e não deixarem ela falar Haddad não irá ganhar. [...] (E14)

É interessante notar que a participante traz para a interação no grupo do Facebook um produto (pronunciamento realizado em outra materialidade), a partir de apropriações de sentidos, que também segue adiante quando ela diz "fui na página deles e já escrevi sobre isso". Conforme Braga (2017), o produto que está circulando segue sempre adiante devido aos sentidos apropriados pelos participantes em cada interação, desse modo, não é o objeto inicial de um percurso, mas o momento de um circuito que já começou e não terminou.

3.9 Ajuda

O penúltimo conjunto de enunciados eleitos para análise está centrado em pedidos de ajuda com caronas para votar (E15), vestimenta para o dia da votação (E16) e pesquisas online relacionadas ao movimento #EleNão (E17), por exemplo.

> Alguma mulher saindo de SM -> POA no sábado **para votar #elenão?** estou buscando uma carona, ajudo nos custos (E15)

> **Ha alguns dias vi um post** de uma mulher perguntando se poderia ir **com a camiseta do #EleNão** ta aí, pode! (E16)

Anais de Artigos
IV Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais
ISSN 2675-4290 Vol. 1, N. 4 (2020)

> **Mulheres está rolando essa pesquisa aqui**, bora votar!!
> **#EleNão** (E17)

Percebemos que as mulheres ocupavam o grupo também de forma solidária umas com as outras, já que, conforme visto em E16, a participante responde uma postagem que viu "há alguns dias" de alguém perguntando se poderia ir voltar "com a camiseta do EleNão". Os sentidos são construídos e reorganizados para seguirem em outros fluxos, sempre adiante, como define Braga (2017).

3.10 Apelo

Neste agrupamento de sentidos no Mulheres unidas pela Democracia Santa Maria – RS estão enunciados que são apelos tanto para os homens (E18) como também para as mulheres de direita (E19) para que não votassem em Jair Messias Bolsonaro.

> **APELO AOS HOMENS**
> **Apelo de uma mãe, de uma avó, de uma filha**, de uma irmã, de uma sobrinha, de uma neta, de uma sobrinha, de uma prima, de uma namorada, de uma companheira, de uma mulher... (E18)

> **Mulheres de direita, meu apelo é pra vocês**, pois quando alguém de esquerda argumenta contra o 💩 a pessoa não escuta ou acha que nossa repulsa por ele é mais um motivo pra apoiar. **Vocês têm mais alcance pra argumentar e indicar outro candidato.** (E19)

De forma bastante explícita ("apelo de uma mãe, de uma avó"; "mulheres de direita, meu apelo é pra vocês"), as participantes evocam discursos apelativos para que as mulheres de direita, mesmo discordando sobre qual candidato votar, não votem especificamente em Bolsonaro. Ao mesmo tempo, há enunciados que fazem um apelo aos homens, no entanto, não há homens no grupo – pois é exclusivo para mulheres – o que nos faz inferir que é mais um produto advindo das complexas lógicas de produção, circulação e reconhecimento de discursos. Neste caso, pode ter sido um discurso copiado de uma outra plataforma (VAN DIJCK, 2018) e que foi colocado no grupo do Facebook.

Anais de Artigos
IV Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais
ISSN 2675-4290 Vol. 1, N. 4 (2020)

4 Considerações

Com o objetivo de analisar a circulação de sentidos no grupo do Facebook Mulheres unidas pela Democracia Santa Maria – RS, no contexto das eleições presidenciais de 2018, recolhemos materiais no grupo correspondente ao mês de outubro de 2018 (que compreende tanto o primeiro como o segundo turno eleitoral). Posteriormente, trabalhamos os dados e observamos indícios para o estudo por meio do *software* Iramuteq.

Consideramos o uso da ferramenta Iramuteq bastante pertinente, tendo em vista a demanda manual e humana por vezes inviável de ser realizada, no entanto, ressaltamos a importância de trabalhar com o *software* concomitantemente com abordagens qualitativas, além de ser necessário ter visão crítica em relação aos dados apresentados. Para isso, baseamo-nos na análise semiológica dos discursos, por compreender que metodologicamente auxiliaria na análise dos discursos postos em circulação tanto de modo micro quanto macro, permitindo a realização de inferências sobre as interações no grupo, o movimento #EleNão e o contexto eleitoral.

Assim sendo, com os indícios identificados a partir do levantamento realizado no Iramuteq e com observações a partir de nosso olhar de analistas, os enunciados foram divididos em dez agrupamentos: ordem, convocatória, relato, agradecimento, desabafo, Haddad, *fake news*, Manuela/mulher, pedido de ajuda e apelo. Cada grupo de marcas discursivas identificadas possui certa singularidade, assim como cada enunciação rastreada no estudo, portanto, destacamos algumas inferências gerais.

Em relação ao agrupamento de ordem, os discursos proferidos ressaltam que era obrigação das mulheres votar contra Bolsonaro, já que seriam uma das partes da sociedade mais prejudicada com o seu governo. Além disso, há uma relação direta feita com o movimento #EleNão quando é evocado que voto "nulo ou em branco é dar as costas ao movimento". No agrupamento de convocatória também é feito menção ao #EleNão quando as participantes da interação convocam as mulheres a irem vestidas de branco no dia da votação (forma simbólica de mostrar que não votariam em Bolsonaro).

Anais de Artigos
IV Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais
ISSN 2675-4290 Vol. 1, N. 4 (2020)

Por sua vez, no agrupamento de enunciados que envolvem relatos das participantes sobre familiares que iriam votar em Jair Messias Bolsonaro ou não, destacamos a disputa de sentidos em relação aos relatos bem como o fluxo adiante na circulação (BRAGA, 2012, 2017). Em seguida, no conjunto referente aos agradecimentos, as participantes demonstram gratidão às mulheres que aderiram ao movimento #EleNão durante as eleições.

No agrupamento sobre os desabafos em relação às possíveis retiradas de direitos das mulheres caso efetivada a eleição de Jair Bolsonaro, temos também fluxos adiante na circulação (BRAGA, 2012, 2017) quando as participantes respondem umas às outras. No grupo categorizado como "Haddad", além de ilustrar o fluxo adiante na circulação elaborado por Braga (2012, 2017) com discursos vindos de outras plataformas (VAN DIJCK, 2018), também traz disputas de sentidos presentes no grupo Mulheres unidas pela Democracia Santa Maria – RS em relação às nomenclaturas que as mulheres deveriam utilizar para manifestarem-se no segundo turno das eleições.

Já no agrupamento sobre *fake news*, destacamos a disputa de sentidos em relação ao foco no segundo turno estar centrado ou não no combate às *fake news*, a situação de polarização, conforme discorrido nas inferências de Braga (2020) sobre o tema, no contexto político eleitoral do ano de 2018 e que segue em 2021, além do compartilhamento de links de outra plataforma, como o Twitter, sendo que a participante sugere para as outras interagentes que leiam o material compartilhado, mantendo o fluxo adiante na circulação. (BRAGA, 2012, 2017)

As teorizações de Braga acerca da circulação (2012, 2017) também foram identificadas no agrupamento de discursos que se referem ao papel da "mulher Manuela" durante a campanha eleitoral, além do agrupamento de pedidos de ajuda. Já no agrupamento de apelo, há enunciados que fazem um apelo aos homens, mesmo não existindo homens no grupo, o que nos faz inferir que é mais um produto advindo das complexas lógicas de produção e circulação de sentidos. Neste caso, pode ser um discurso copiado de uma outra plataforma e que foi colocado no grupo do Facebook.

Anais de Artigos
IV Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais
ISSN 2675-4290 Vol. 1, N. 4 (2020)

Processos comunicacionais em curso, objetos da atualidade e a circulação em fluxos difusos na ambiência digital são características muito presentes nas pesquisas em midiatização. Assim sendo, com as interações sociais cada vez mais complexas, os estudos que nos propomos a realizar também não seriam diferentes quando observamos fenômenos comunicacionais muitas vezes instantaneamente. Ainda, observar, descrever e analisar processos sociais pela ótica da Comunicação permite-nos, em diferentes escalas, compreender as transformações da sociedade.

Além disso, observamos outros desafios nessas pesquisas, como a impossibilidade de analisar a totalidade dos discursos em uma situação comunicacional, contudo apenas fragmentos em suas materialidades. Dessa forma, sem almejar fórmulas ou manuais, mas com inquietações e observações de pesquisas específicas, compartilhamos a busca de caminhos para descrever e compreender as complexidades constitutivas das relações entre produção e reconhecimento.

Referências

BRAGA, J. L. Circuitos versus Campos Sociais. In: MATTOS, M. Â.; JANOTTI JR, J.; JACKS, N. (Org.). *Mediação e midiatização*. Salvador: EDUFBA, 2012.

_____. Circuitos de Comunicação. In: BRAGA, J. L.; CALAZANS, R. (org.). *Matrizes Interacionais*: A Comunicação Constrói a Sociedade, vol.2. Campina Grande: EDUEPB, 2017.

_____. Polarização como estrutura da intolerância: uma questão comunicacional. In *Midiatização (in)tolerância e reconhecimento*. EDUFBA: Brasília: Compós, 2020.

BRANDES, U. A faster algorithm for betweenness centrality. *The Journal Of Mathematical Sociology*, [S.L.], v. 25, n. 2, p. 163-177, jun. 2001. DOI: https://doi.org/10.1080/0022250X.2001.9990249.

DEGENNE, A. e VERGÈS, P. Introduction à l'analyse de similitude. *Revue Française de Sociologie*, v. 14, n. 4, p. 471, Out 1973. Disponível em: https://www.jstor.org/stable/3320247?origin=crossref. Acesso em: 24 mai. 2020.

ISSN 2675-4290 Vol. 1, N. 4 (2020)

FAUSTO NETO, A. Mediação, midiatização: conceitos entre trajetórias, biografias e geografias. In: FERREIRA et al. *Entre O Que Se Diz E O Que Se Pensa*: Onde Está A Midiatização? Santa Maria: FACOS-UFSM, 2018. p. 63-99.

LEBART, L; SALEM, A; BERRY, L. *Exploring Textual Data*. [S.L.], Springer Netherlands, 1998.

NEWMAN, M. E. J.; GIRVAN, M. Finding and evaluating community structure in networks. *Physical Review e*, [S.L.], v. 69, n. 2, p. 69-74, 26 fev. 2004. Mensal. American Physical Society (APS). DOI: http://dx.doi.org/10.1103/physreve.69.026113.

ROMERO, L. M. Série Vaza Jato: análise do circuito comunicacional formado em torno das três primeiras reportagens**.** 2021. Dissertação (Mestrado). *Programa de Pós-Graduação em Comunicação*, Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, 2021.

VERÓN, E. Esquema para el análisis de la mediatización. *Revista Diálogos de Comunicación*, n. 48, Lima: Felafacs, 1997.

_____. *Fragmentos de um tecido.* São Leopoldo: Editora Unisinos, 2004.

VAN DIJCK, J.; POELL, T.; DE WAAL, M. *Platform society:* public values ina connectiveworld. Nova York: Oxford UniversityPress, 2018.