



**O dispositivo interacional ‘perfil do candidato’ no Instagram:
análise das campanhas de Lula e Bolsonaro nas eleições 2022¹**

**The interactional *dispositif* ‘candidate's profile’ on Instagram:
analysis of Lula and Bolsonaro's campaigns in the 2022
elections**

Lídia Raquel Herculano Maia

Eloísa Klein

Bruna Spaniol

Palavras-chave: Dispositivo Interacional; Instagram; Eleições 2022; Campanha Presidencial.

A campanha presidencial de 2022 apresenta como principais candidatos Luí Inácio Lula da Silva (Partido dos Trabalhadores – PT), alinhado à esquerda do espectro político, e Jair Messias Bolsonaro (Partido Liberal – PL), presidenciável de extrema direita, que lideram as pesquisas de intenção de voto desde 2021. Ambos já ocuparam o posto de Presidente da República. Bolsonaro tenta a reeleição, após 4 anos de gestão que lhe renderam forte desgaste eleitoral. Assim, chega ao pleito com 60% de desaprovação ao seu governo, como mostram pesquisas recentes². Esse resultado se

¹ Trabalho apresentado ao V Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais. PPGCC-Unisinos. São Leopoldo, RS.

² CORREIA, Victor. Rejeição ao governo Bolsonaro se mantém estável em 60%, mostra XP/Ipespe. **Correio Braziliense**, 03 jun. 2022. Disponível em: <https://www.correiobrasiliense.com.br/politica/2022/06/5012696-rejeicao-ao-governo-bolsonaro-se-mantem-estavel-em-60-mostra-xp-ipespe.html>. Acesso em: 23 jun. 2022.



Anais de Resumos Expandidos

V Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais

ISSN 2675-4169

Vol. 1, N. 5 (2022)

deve, entre outros fatores, à postura negacionista na gestão da pandemia de coronavírus, que fez o Brasil amargar o décimo segundo lugar na lista de países com maior número de mortes por milhão de habitantes³. Some-se a isso, os números da inflação e da miséria que aumentaram durante seu governo⁴.

Nesse contexto, Lula desponta como favorito nas pesquisas de intenção de voto⁵. Após 2 mandatos presidenciais, o petista deixou a Presidência com mais de 80% de aprovação popular⁶ e em meio a denúncias de corrupção, que se arrastaram durante o governo de sua sucessora, Dilma Rousseff e culminaram na Operação Lava Jato. Essa operação resultou na sua prisão em 2018 e no impedimento de sua participação nas eleições presidenciais daquele ano. Levaria ainda um semestre após àquela eleição para que as medidas tomadas por essa operação também passassem a ser questionadas, após revelação do conteúdo das mensagens trocadas entre juízes e promotores pelo site The Intercept⁷. Em abril de 2021, as decisões do juiz, que esteve à frente da Lava Jato e depois assumiu cargo de Ministro da Justiça no governo de Jair Bolsonaro, foram

³ MÔES, Malu. Covid: Brasil encerra 2021 como 12º país em morte por milhão. **Poder 360**, 03 jan. 2022. Disponível em:

<https://www.poder360.com.br/coronavirus/covid-brasil-encerra-2021-como-12o-pais-em-morte-por-milhao/>. Acesso em: 23 jun. 2022.

⁴ OLIVEIRA, João José. Preços bem mais altos que inflação deixarão brasileiro mais pobre por anos. **UOL**, 17 abr. 2022. Disponível em: <https://economia.uol.com.br/noticias/redacao/2022/04/17/inflacao-vai-deixar-brasileiro-mais-pobre-por-anos-dizem-economistas.htm>. Acesso em: 23 jun. 2022.

⁵ DURÃES, Mariana. Genial/Quaest: Lula tem 52,87% dos votos válidos e venceria no 1º turno. **UOL**, 08 jun. 2022. Disponível em: <https://www.uol.com.br/eleicoes/2022/06/08/pesquisa-quaest-presidente-junho-lula-bolsonaro.htm>. Acesso em: 23 jun. 2022.

⁶ LULA encerra mandato com aprovação de 83%, afirma Ibope. Veja, 19 dez. 2010. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/politica/lula-encerra-mandato-com-aprovacao-de-83-afirma-ibope/>. Acesso em: 23 jun. 2022.

⁷ Mais informações sobre a coleção de materiais, relacionados à Lava Jato e divulgados pelo The Intercept, disponíveis em: <https://theintercept.com/series/mensagens-lava-jato/>. Acesso em: 20 ago. 2019.



Anais de Resumos Expandidos

V Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais

ISSN 2675-4169

Vol. 1, N. 5 (2022)

anuladas pelo Supremo Tribunal Federal (STF)⁸. Sendo assim, Lula passou a estar apto para disputar a eleição de 2022.

Bolsonaro, que durante 27 anos foi deputado de menor expressão, começou a ganhar notoriedade após participações em programas televisivos, os quais exploravam suas opiniões, muitas vezes preconceituosas, para criar uma espécie de espetáculo grotesco (PIAIA & NUNES, 2018). Assim, a partir de falas polêmicas, que encontraram aceitação em alguns públicos, este político iniciou a construção de sua base de apoiadores na internet. Nesse sentido, é válido ressaltar que as mídias digitais têm sido espaços profícuos para a ascensão da extrema direita em diversos países (DANIELS, 2018; WINTER, 2019; BEN-DAVID & FERNÁNDEZ, 2016). No Brasil, esse grupo costuma apresentar certa destreza no uso dessas ferramentas. Apropriando-se de linguagem memética e simulando práticas de usuários comuns, políticos como Bolsonaro têm alcançado êxito em suas estratégias eleitorais (CESARINO, 2020; DEMURU, 2020). Enquanto isso, os partidos de esquerda, especialmente o PT, enfrentam dificuldades para se adaptar às lógicas das redes e modernizar as estratégias de marketing para a ambiência digital (ROSSI & NADIR, 2021).

Nesse cenário, nos interessa, portanto, observar como Lula e Bolsonaro constroem, junto aos eleitores, um dispositivo interacional em seus perfis no Instagram. Baseando-se na percepção foucaultiana de dispositivo enquanto “sistema de relações”, Braga (2017) propõe o conceito de “dispositivos interacionais” para se referir às matrizes, culturalmente disponíveis e construídas no ambiente social, e aos modos práticos compartilhados para fazer avançar a interação – considerando-se ainda os meios utilizados e o âmbito no qual ela se desenvolve. Entendemos que nas eleições de

⁸ STF confirma anulação de condenações da Lava Jato contra Lula — entenda. BBC, 15 abr. 2021. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/brasil-56768338>. Acesso em: 23 jun. 2022.



Anais de Resumos Expandidos

V Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais

ISSN 2675-4169

Vol. 1, N. 5 (2022)

2022 tais dispositivos são tentativamente formados nos perfis do Instagram de Lula e Bolsonaro, a partir das interações desenvolvidas pelos eleitores e equipes de campanha.

Destarte, a problemática da pesquisa delinea-se na articulação do contexto mais amplo da campanha presidencial somado aos usos e apropriações do Instagram para reforço dos vínculos interacionais entre candidatos e eleitores. O objetivo principal do estudo é analisar os perfis do Instagram de cada candidato como um dispositivo interacional, no qual se organizam lógicas e se agenciam as funcionalidades dessa mídia social com o intuito de promover as campanhas presidenciais em questão.

Propõe-se, então, a estruturação da discussão do caso em três itens que contemplam: a) as lógicas do processo (campanha presidencial); b); as lógicas do meio sociotécnico (Instagram) e principalmente c) as lógicas produzidas na singularidade da própria interação (no dispositivo “perfil do candidato”).

Para alcançar o objetivo proposto, recorreremos a uma pesquisa exploratória aliada à perspectiva etnometodológica (WATSON E GASTALDO, 2015) – para que se possa entender o sistema de relações desenvolvido durante a campanha presidencial de 2022 no Instagram. Ao longo da campanha eleitoral, os perfis dos dois candidatos serão escrutinados, em busca de indícios que, articulados, possam auxiliar na formulação de inferências sobre os dispositivos mencionados.

Discutimos aqui o conceito de “dispositivos interacionais” (BRAGA, 2011; 2017) por entender os perfis dos candidatos enquanto espaços nos quais se organizam episódios interacionais, agenciados a partir das postagens e modelados no processo conversacional desenvolvido no âmbito dos comentários. Braga (2011, p.6) explica que em cada processo social, “a sociedade gera [...] determinados padrões para seu funcionamento. Tais práticas acabam se organizando em dispositivos variados, que de algum modo ‘modelam’ o funcionamento comunicacional que aí ocorre”. Assim, a partir de processos tentativos e do desenvolvimento de modos práticos compartilhados para fazer avançar a interação, em episódios comunicacionais de uma mesma ordem, a sociedade acaba organizando o que o autor chama de “dispositivos interacionais”.



Anais de Resumos Expandidos

V Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais

ISSN 2675-4169

Vol. 1, N. 5 (2022)

Em estudo similar (AUTOR, 2021) ao que é aqui apresentado, desenvolvido a partir da análise das páginas oficiais do Facebook dos três principais presidentes nas eleições de 2014 – Dilma Rousseff (PT), Aécio Neves (PSDB) e Marina Silva (que naquele momento integrava o PSB) –, observamos que esse conceito demonstra-se profícuo para o estudo de casos comunicacionais, porque nos auxilia a esquadriñar as especificidades do objeto a partir de perguntas que podem revelar as lógicas que o envolvem. Sendo assim, não se trata de simplesmente aplicar o conceito de forma categorizante para explicar o objeto segundo as premissas da teoria estudada. Mas de lançar ao objeto perguntas com potencial de destacar suas lógicas, de modo que seja possível propor uma modelização do caso.

Com essa proposta, Braga (2017) nos apresenta um conjunto de premissas e perguntas abrangentes a partir das quais podem se desenvolver questões mais diretamente voltadas ao objeto em observação. Um exemplo de premissa heurística esboçada pelo autor é: “se a comunicação é tentativa, o que – aqui, nesse caso em estudo – está sendo tentado?” (BRAGA, 2017, p.50). Orientados por essa questão, debruçamo-nos na observação, descrição e análise das ações político/interacionais tentativamente empreendidas pelos perfis do Instagram aqui estudados.

A proposta é observar como cada um deles se apropria das lógicas da mídia social em questão para fortalecer os vínculos com os eleitores e conquistar novos adeptos. A comparação busca examinar também como cada campanha se adapta a essas lógicas ou aciona outras, criativamente, empreendendo estratégias diversas para gerar identificação e engajamento dos eleitores. Para tanto, serão coletadas todas as postagens realizadas no feed dos presidentes no período de 16 de agosto a 30 de setembro – datas de início e encerramento do período permitido para propaganda eleitoral. As publicações serão analisadas e sistematizadas em eixos que possam expressar como se caracterizam os dispositivos interacionais estudados, tendo-se como base os procedimentos metodológicos adotados pela autora desse trabalho em tese de doutorado (AUTOR, 2019). Espera-se, assim, alcançar uma primeira caracterização dos perfis



desses candidatos, para que possamos, em estudos futuros, adentrar na análise de aspectos particulares de cada uma das duas campanhas analisadas.

Referências

AUTOR, 2019.

AUTOR, 2021.

BEN-DAVID, Anat; FERNÁNDEZ, Ariadna Matamoros. Hate speech and covert discrimination on social media: Monitoring the Facebook pages of extreme-right political parties in Spain. **International Journal of Communication**, v. 10, p. 27, 2016.

BRAGA, José Luiz. Dispositivos Interacionais. In **Anais do XX Encontro Anual da Compós, GT Epistemologias da Comunicação**, Porto Alegre: UFRGS, 14 a 17 de junho. Disponível em: http://www.compos.org.br/data/biblioteca_1657.doc , 2011. Acesso em: 05 nov. 2014.

_____. Dispositivos Interacionais. In: BRAGA, José Luiz & CALAZANS, Regina (org.) **Matrizes Interacionais - a comunicação constrói a sociedade**. 1. ed. Campina Grande: EDUEPB - Editora da Universidade Estadual da Paraíba, 2017.

CESARINO, Leticia. Como vencer uma eleição sem sair de casa: a ascensão do populismo digital no Brasil. **Internet & Sociedade**, v. 1, n. 1, p.91-120. 2020.

DANIELS, Jessie. The algorithmic rise of the “alt-right”. **Contexts**, v. 17, n. 1, p. 60-65, 2018.

DEMURU, Paolo. Imagens autênticas: corpo, contágio e fotografia política nos tempos do Instagram. **Discursos fotográficos**, v. 16, n. 28, p. 203-237, 2020.

PIAIA, Victor; NUNES, Raul (08 ago. 2018). Política, entretenimento e polêmica: Bolsonaro nos programas de auditório. IESP nas eleições: UERJ. Disponível em:



Anais de Resumos Expandidos
V Seminário Internacional de Pesquisas
em Midiatização e Processos Sociais

ISSN 2675-4169

Vol. 1, N. 5 (2022)

<http://18.218.105.245/politica-entretenimento-e-polemica-bolsonaro-nos-programas-de-auditorio/>. Acesso em: 20 fev. 2019.

ROSSI, Bruna; NADIR, Patrícia. Bolsonaro lidera com folga entre pré-candidatos nas redes sociais. **Poder 360**, 11 abr. 2022. Disponível em: <https://www.poder360.com.br/eleicoes/bolsonaro-lidera-com-folga-entre-pre-candidatos-nas-redes-sociais/>. Acesso em: 23 jun. 2022.

WATSON, Rod; GASTALDO, Édison. **Etnometodologia & Análise da Conversa**. Rio de Janeiro: Editora Vozes; Rio de Janeiro: Editora PUC-Rio, 2015.

WINTER, A. Online Hate: From the Far-Right to the ‘Alt-Right’ and from the Margins to the Mainstream. In: Lumsden, K., Harmer, E. (eds) **Online Othering**. Palgrave Studies in Cybercrime and Cybersecurity. Palgrave Macmillan, Cham. 2019. https://doi.org/10.1007/978-3-030-12633-9_2