

Tendências eleitorais: um estudo de caso utilizando a semiótica greimasiana para análise de dados do *Google Trends* e *Google Imagens*.¹

Antonio Roberto Rossi²
Prof^a Dr^a Bárbara Heller³
Universidade Paulista - UNIP

RESUMO

O objetivo deste artigo é avaliar o uso da ferramenta *Google Trends* dialogicamente com o *Google Imagens* para analisar tendências eleitorais. Como estudo de caso utilizamos o segundo turno das eleições à Presidência do Brasil. Para tanto, acionamos os termos de busca e os dados disponíveis na Plataforma, bem como os principais portais de notícias entre os dias 02 e 30 de outubro de 2022. Como referencial teórico utilizamos a semiótica estruturalista de Algirdas Julien Greimas e seus seguidores. As conclusões iniciais, confirmadas após o pleito, demonstraram a eficiência dessa ferramenta e a relevância deste estudo, uma vez que auxilia na produção acadêmica sobre pesquisas eleitorais.

PALAVRAS-CHAVE: comunicação; semiótica; política; pesquisas eleitorais; google trends

INTRODUÇÃO

Este estudo visa avaliar o *Google Trends* e o *Google Imagens* como ferramentas para identificar tendências eleitorais. Criadas para o mercado de mídia digital, suas características permitem a análise de comportamentos e tendências a partir de palavras-chave. Pressupomos que essas ferramentas podem ser usadas para identificar tendências eleitorais quando analisadas em conjunto com a interpretação semiótica dos termos de pesquisa e imagens, contextualizados pelos fatos noticiados pelos principais portais de notícias (como Estadão, G1/Globo, Poder 360° e UOL/Folha de São Paulo). Diferente das pesquisas tradicionais, que se baseiam em instantâneos de intenção de voto, essa abordagem concentra-se nos significados que levam os eleitores a apoiarem ou rejeitarem determinados candidatos em tempo real.

METODOLOGIA

¹ Trabalho apresentado do GP de Semiótica da Comunicação do 47º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Doutorando pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Paulista – UNIP – <https://orcid.org/0000-0001-9854-4185>. Plataforma Lattes: <http://lattes.cnpq.br/7308313832383127> Bolsista CAPES/PROSUP – Modalidade Bolsa - e-mail: rossigprs@gmail.com

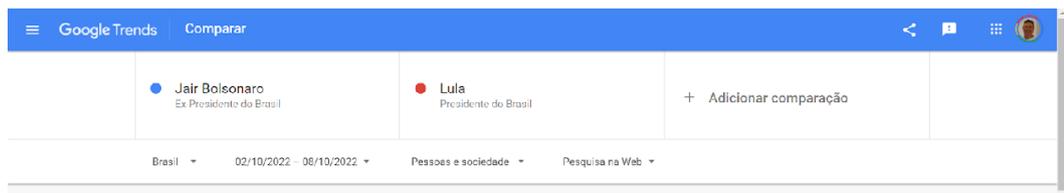
³ Prof^a Dr^a Bárbara Heller – Docente do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Paulista – UNIP – <https://orcid.org/0000-0002-8997-0155>. Plataforma Lattes: <http://lattes.cnpq.br/1609078470962175> e-mail: b.heller.sp@gmail.com

Como estudo de caso, analisamos dados e gráficos das plataformas relacionados aos dois candidatos que disputaram o segundo turno das eleições presidenciais brasileiras de 2022: Luís Inácio Lula da Silva (PT) e Jair Messias Bolsonaro (PL). A análise qualitativa dos termos e das imagens da pesquisa utilizou o referencial teórico do Percurso Gerativo de Sentido e do Esquema Narrativo Canônico de Algirdas Julien Greimas e seguidores, e a análise de discurso bakhtiniana com José Luiz Fiorin.

CORPUS

Foi constituído pelas informações geradas pelo *Google Trends* a partir dos termos de pesquisa das cinco primeiras buscas dos eleitores para as respectivas palavras-chave: a) Bolsonaro, tendo como tópico de pesquisa, Presidente do Brasil e b) Lula, tendo como tópico de pesquisa, Ex-Presidente do Brasil, sem aspas, na categoria “Pessoas e Sociedade” como na Figura 1.

Figura 1 – Apresentação da tela de busca no Google Trends



Fonte: Captura de tela feita pelo autor

A coleta de dados contempla o período de 2 a 30 de outubro de 2022, durante as campanhas para o segundo turno da última eleição à presidência no Brasil. Da mesma forma, selecionamos as 10 primeiras de imagens fornecidas pelo *Google Imagens* referentes ao mesmo período e para as mesmas palavras-chave. Contextualizamos os resultados de ambas as plataformas com os eventos noticiados naquele período, seja nos portais de notícias Estadão, G1/Globo, Poder 360° e UOL/Folha de São Paulo, seja acionando a memória de testemunhas próximas no tempo e espaço do período recortado. Entendemos que tanto fontes documentais, quanto respostas advindas do exercício de rememoração de testemunhos são igualmente confiáveis para justificar os resultados obtidos. Esse corpus nos permitiu identificar o percentual de pessoas que querem informações sobre um candidato, como elas perguntam, ou seja, o foco do seu interesse sobre ele e as consultas aos portais esclarecem o porquê de elas desejarem a informação.

INTENÇÃO DE VOTO E OS RESULTADOS ELEITORAIS

As campanhas eleitorais têm mudado com o uso das mídias digitais e a desinformação têm polarizado os eleitores como as torcidas esportivas (Barroso Jr. et al,

2018, p. 2) que conferem certa volatilidade à decisão de voto ao longo do tempo (Figueiredo, 2017, p. 10) dificultando sua detecção pelas pesquisas tradicionais.

Essa dificuldade ficou evidente nos prognósticos do primeiro turno quando empresas especializadas⁴ indicavam vitória de Luís Inacio Lula da Silva e as urnas determinaram um segundo turno. Parte dessa desconformidade pode ser explicada pela diferença de métodos, amostras e porque parte do eleitorado pode ocultar ou mudar suas preferências eleitorais, conduzindo a desvios inesperados (Gruszczynski, 2013, p. 68).

Considerando essas lacunas, procuramos uma alternativa que complementasse as pesquisas tradicionais e o *Google Trends* associado ao *Google Imagens* sugerem ter esse potencial. Eles são ferramentas da plataforma *Google* aos seus anunciantes, e geram dados e gráficos a partir da frequência com que determinados termos são pesquisados e filtrados. Esses resultados refletem, portanto, espontaneidade, comportamentos, intencionalidade, curiosidade e atenção de seus usuários. Segundo a plataforma, o *Google Trends* retorna os resultados mais relevantes para uma palavra-chave em milhões de buscas organizadas e classificadas por meio de algoritmos que, permitem identificar os interesses mais relevantes dos usuários.

O *Google Imagens*, por sua vez, retorna as imagens a partir de palavras-chave, colocando-as em ordem decrescente de importância e apresentando resultados de forma dinâmica, atualizados conforme novas pesquisas são efetuadas na plataforma.

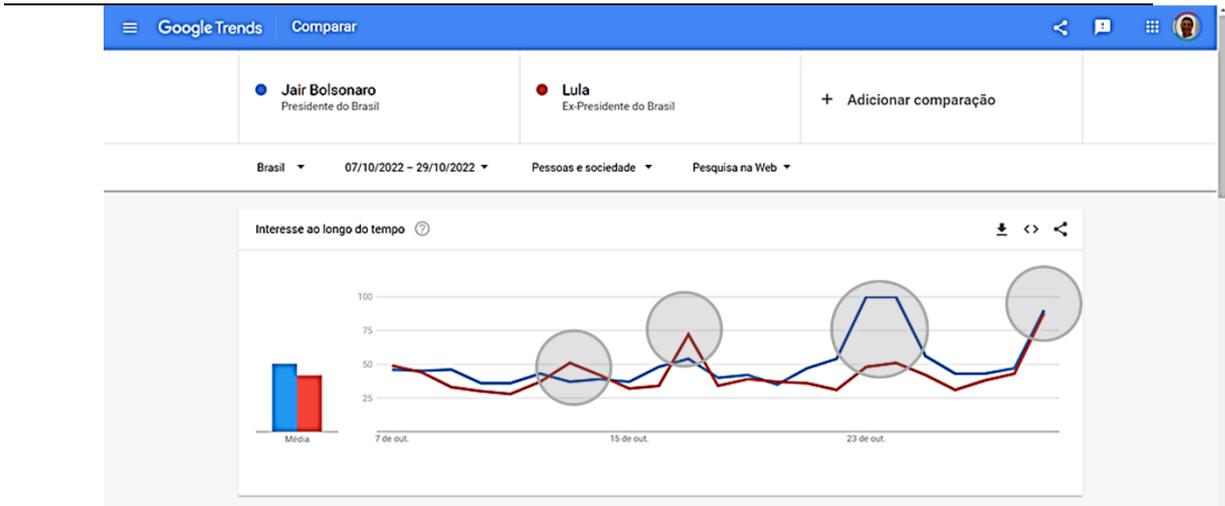
ANÁLISE

Para esta análise, optamos por segmentar as trajetórias em períodos semanais a utilizando a categoria “*Pessoas e Sociedade*”, de forma a identificar as isotopias temáticas⁵ que ocorreram no período. O gráfico da Figura 2 apresenta os índices de buscas no período entre 02 e 29 de outubro de 2022. Os círculos indicam os períodos em que ocorreram fatos significativos conforme veremos a seguir:

Figura 2 – Gráfico de buscas no Google Trends

⁴ Participaram as empresas de Pesquisas: Average, Veritá, Brasmart, Instituto França, Ipec, AtlasIntel, Paraná Pesquisas, Ipespe, PoderData, Quaest, Brasmart, GERP, Datafolha, AtlasIntel e Futura. Fonte: Portal GLOBEELECTIONSHISTORYSOCIETY.COM. Disponível em: <http://bit.ly/3VdaDQq>. Acesso em: 26 nov. 2022.

⁵ Isotopia – Recorrência de certos traços distintivos, que garantem a coerência de uma manifestação de sentido. Segundo o Dicionário de Semiótica, “resulta das leituras parciais dos enunciados que o constituem...que é orientada pela busca de uma leitura única” (Greimas e Courtés: p. 276)



Fonte: Captura de tela feita pelo autor

Semana de 02 a 08 de outubro de 2022): naquele período ocorreram disputas pelo apoio dos candidatos derrotados (UOL, 2022, on-line). Houve alternância nas buscas, decorrentes de insatisfações do eleitorado conservador com supostas tendências religiosas dos dois candidatos.

Nele, Jair Bolsonaro aparece em vídeo discursando em uma loja maçônica uma entidade vista disfóricamente por católicos e evangélicos (Soprana, 2022). O fato provoca uma quebra de veridicção (Greimas, 2014, p. 122) isto é, do frágil equilíbrio de confiança entre o fazer persuasivo de um actante-destinador que pretende fazer-parecer-verdadeiro o seu discurso de fiador de uma verdade metafísica (Rossi, 2018, p. 114) e um fazer interpretativo dos seus destinatários-eleitores que não aceitam esse contrato de veridicção. Assim, as buscas relacionadas ao fato podem ser consideradas negativas à sua candidatura.

Da mesma forma, a postagem *fake* sobre Lula enunciando que “nem Deus lhe tiraria essa eleição” (Aleixo, 2022) pode ser considerada negativa, procurando fazer-parecer-verdadeiro um suposto caráter herege do candidato, objetivado pela sua declarada abertura às religiões de todos os matizes, vista disfóricamente por eleitores católicos conservadores e evangélicos.

Semana de 09 a 15 de outubro de 2022: o período foi marcado pela alternância de buscas entre os dois candidatos: nele, Bolsonaro explorou explicitamente eventos religiosos importantes⁶ e foi criticado por autoridades eclesíásticas (Pereira; Borges,

⁶ Festas religiosas de outubro: Dia de Nossa Senhora Aparecida e Círio de Nazaré

2022). Da mesma forma, foi publicado um vídeo em que o candidato defendeu o deputado Talvane Albuquerque, condenado por chacina e feminicídio (Lackso, 2018).

São atitudes que caracterizam um modo de presença definido semióticamente como o do “bufão”, característico do político que quebra regras, protocolos, ultraja e ridiculariza adversários de forma a alimentar um discurso antissistema (Landowski, 2002, p. 204; Demuru; Fachine, 11).

Tais atitudes ampliaram as buscas pelo seu nome, mas de forma negativa. Para Lula, as principais buscas também se referiam de forma disfórica à visita do então candidato ao Complexo do Alemão, no Rio de Janeiro e ao uso de um boné com as letras “CPX”, associados por bolsonaristas a um pretense acordo com traficantes de drogas.

Semana de 16 a 22 de outubro de 2022: a semana foi marcada pela realização do primeiro debate televisivo do segundo turno pelo consórcio Band/Folha-UOL/TV Cultura (UOL, 2022, on-line). No período ocorreu uma alternância de interesses entre os candidatos: para Bolsonaro, pelo envolvimento com meninas venezuelanas em situação de vulnerabilidade (Guedes, 2022, on-line). Bolsonaro mantém o seu modo de presença marcado pelo bufonismo e, enquanto destinador, quebra o contrato de veridicção que assumiu com seus destinatários, eleitores conservadores, ao adotar um comportamento que, além de ilegal, vai contra os preceitos do matrimônio e da família. Por outro lado, teve a oportunidade de reforçar esses contratos através de uma “sabatina” ou “entrevista” em substituição a um debate na Rede Record (Oliveira, 2022) e por uma *super live*, com artistas e jogadores de futebol (Paz, 2022). Para Lula, as buscas disfóricas ocorreram por uma comparação sobre o desmatamento na Amazônia no início do seu primeiro mandato, uma suposta quebra de veridicção em relação às suas promessas de campanha, e eufóricas pela sua participação no podcast Flow, com mais de um milhão de visualizações (Marzullo, 2022). Ela permitiu ao candidato, enquanto sujeito de um fazer persuasivo, promover uma mudança de estado, elevando o interesse pela sua candidatura.

Semana de 23 a 30 de outubro de 2022: nos dias que precederam o pleito, ocorreu uma significativa queda nas buscas pelo termo Bolsonaro e crescimento por Lula. Para Bolsonaro, continuaram as buscas com termos positivos relacionados à *super live* e negativos sobre a proibição de um site para cadastramento de “fiscais de Bolsonaro” (UOL, 2022) que indicava uma intencionalidade suspeita, de pressionar eleitores no momento da votação. Entretanto, as maiores buscas, disfóricas, ocorreram por conta da ação de um apoiador importante, o deputado Roberto Jefferson, enfrentando a Polícia

Federal com tiros e granadas (Mattoso; Tomazelli; Rocha, 2022). Os sentidos gerados por Roberto Jefferson estavam estreitamente ligados à modalização proposta por Bolsonaro no sentido de armar a população. A constatação dos efeitos negativos do armamento foi associada, disfóricamente, ao candidato que o defendia.⁷

Para Lula, as buscas disfóricas se referiam a uma tentativa de associar Roberto Jefferson ao seu nome, iterando⁸ acontecimentos de 2005, que perderam relevância como forma de modalização. Houve ainda uma notícia falsa sobre o término das MEIs, criadas pelo próprio Lula em seu governo anterior (Ribeiro; Pacheco, 2022 on-line).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A ferramenta *Google Trends* demonstrou ter potencial para análise de tendências políticas por meio das buscas realizadas na plataforma. Em nosso estudo de caso, os resultados quantitativos, aliados à análise dos termos utilizados e sua contextualização, demonstraram acompanhar o andamento do processo eleitoral e sinalizar a tendência de vitória do candidato Luís Inácio Lula da Silva por pequena margem. Essa proximidade foi detectada pela ferramenta com a elevação acentuada de buscas pelo nome de Lula, mais associado a sentidos eufóricos do que Bolsonaro no final da campanha.

Alguns cuidados, entretanto, precisam ser tomados: o primeiro refere-se à seleção dos termos de busca, para que não levem a resultados dissonantes com o objetivo da pesquisa. O segundo, é reconhecer o alcance ou as limitações da plataforma e aprender a interpretar o conteúdo que eles disponibilizam estendendo a análise por todas as buscas. Como a ferramenta apresenta resultados dinâmicos, é preferível trabalhar com dados imediatos. A pesquisa identificou, ainda, a influência dos grandes meios de comunicação na medida em que eles fornecem informações que sofrem mudanças quando inseridas nos meios digitais que por sua vez, geram as buscas através da plataforma Google.

A pesquisa identificou, ainda, a influência dos grandes meios de comunicação na medida em que eles fornecem as informações que ecoam pelos portais e sofrem interpretações, críticas e deformações em sites, redes sociais, aplicativos de mensagens, que por sua vez, geram as buscas por informações através da plataforma Google.

⁷ No dia 29 de outubro de 2022, a Deputada Carla Zambelli, também apoiadora de Bolsonaro, perseguiu armada, um cidadão negro na região dos Jardins, em São Paulo. Não houve tempo para o evento surgir nas buscas e não foi considerado nesta análise.

⁸ A iteração é uma forma de repetição de acontecimentos do passado, uma forma de “duratividade descontínua” (Greimas; Courtés, 2018 p. 278) com sentido de presentificá-los.

REFERÊNCIAS

- ALEIXO, Isabela. **É montagem. Lula não disse “nem Deus tira essa eleição dele”**. Portal UOL Notícias. 05 out. 2022. Disponível em: <http://bit.ly/3YaXHvX> . Acesso em: 08 fev. 2023.
- BARROSO JR. et al. Comportamento eleitoral: quais fatores influenciam a decisão de voto em tempos de cibercultura? in XV Simpósio Nacional da ABCIBER 2018. 01 a 05 jan. 2019. Juiz de Fora. **Anais Eletrônicos [...]**. Disponível em: <https://bit.ly/3XJJx1A> . Acesso em: 01 dez. 2022.
- DE SOUZA, Genilda Alves. A influência das pesquisas eleitorais na decisão de voto. **Revista Comunicare**. Vol. 11. Ed.2. 2º Semestre 2012. Fundação Cásper Líbero. São Paulo/SP, 2012. P. 13. Disponível em: <https://bit.ly/4crZqE3>. Acesso em: 06 jun. 2024.
- Debate Lula e Bolsonaro completo: Lula e Bolsonaro participam do 1º debate presidencial do 2º turno**. YouTube. 16 out. 2022. 1 vídeo (2h 43min 48s). Disponível em: <https://bit.ly/3DU3Swm>. Acesso em 19 fev. 2023.
- DEMURU, Paolo; FECHINE, Ivana. **Um bufão no poder. Ensaios sociossemióticos**. Rio de Janeiro. Confraria do Vento, 2022
- FIGUEIREDO, Marcus. Intenção de voto e propaganda política: Efeitos da propaganda eleitoral. **Logos 27-Mídia e Democracia**. Ano 14, 2º semestre de 2007. Rio de Janeiro. Disponível em: <https://bit.ly/45kQq16>. Acesso em: 06 jun. 2024.
- GREIMAS, Algirdas Julien. **Sobre o sentido II. Ensaios Semióticos**. São Paulo: Edusp. 1ª Ed. 2014.
- GREIMAS, Algirdas Julien; COURTÉS, Joseph. **Dicionário de Semiótica**. São Paulo: Editora Contexto. 2ª Ed. 3ª Imp. 2018.
- GRUSZCZYNSKI, Michael W. **Emotion and Public Attention to Political Issues**. Faculty of The Graduate College at the University of Nebraska/EUA. Political Science Department. Tese de Doutorado. Lincoln. 2013. Disponível em: <https://bit.ly/4aUcjFz>. Acesso em: 06 jun. 2024
- GUEDES, Octavio. **“Pintou um clima”. Fala de Bolsonaro sobre meninas venezuelanas é asquerosa, abjeta, nojenta e até agora não foi explicada**. G1. Rio de Janeiro. 17 out. 2022. Disponível em: <https://bit.ly/3iQlvFw> . Acesso em: 12 dez. 2022.
- LACKSO, Madeleine. **O discurso em que Bolsonaro defende deputado condenado a 103 anos de prisão**. Blog A protagonista. Gazeta do Povo-Curitiba. 06 jun. 2018. Disponível em: <https://www.gazetadopovo.com.br/vozes/a-protagonista/o-discurso-em-que-bolsonaro-defende-deputado-condenado-a-103-anos-de-prisao/>. Acesso em: 06 jun. 2024.
- LANDOWSKI, Eric. **Presenças do Outro. Ensaios de sociossemiótica**. Perspectiva. São Paulo, 2002. 207 pg.
- MARZULLO, Luísa. **Lula no Flow: lembre os nove momentos de destaque na entrevista do ex-presidente**. O Globo. Rio de Janeiro, 19 out. 2022. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/politica/eleicoes-2022/noticia/2022/10/lula-no-flow-relembre-os-nove-momentos-de-destaque-na-entrevista-do-ex-presidente.ghtml> . Acesso em: 06 jun. 2024.
- MATTOSO, Camila; TOMAZELLI, Idiana; ROCHA, Marcelo. **Roberto Jefferson joga granada e atira contra PF após ordem de prisão de Moraes**. Folha de São Paulo. São Paulo.

23 out. 2022. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2022/10/pf-vai-a-casa-de-roberto-jefferson-por-ordem-do-stf-e-policial-fica-ferida.shtml>. Acesso em: 06 jun. 2024.

OLIVEIRA, Wesley. **Roberto Jefferson, ataques a Lula e redução da maioria penal: como foi a entrevista de Bolsonaro à Record TV. Gazeta do Povo** – Curitiba. 23 out. 2022. Disponível em: <https://www.gazetadopovo.com.br/eleicoes/2022/roberto-jefferson-ataques-a-lula-e-reducao-da-maioridade-penal-como-foi-a-entrevista-de-bolsonaro-a-record-tv/>. Acesso em: 06 jun. 2024.

PAZ, Mayara. **Com Neymar, “super live” de Bolsonaro supera 1 milhão de visualizações.** Metrôpoles. Brasília, DF. 22 out. 2022. Disponível em: <https://www.metropoles.com/brasil/eleicoes-2022/com-ney-mar-super-live-de-bolsonaro-supera-1-milhao-de-visualizacoes> . Acesso em: 06 jun. 2024.

PEDRA, Luana. **Bolsonaro sobre a visita de Lula ao Complexo do Alemão: “Candidato do crime!”** Estado de Minas|Política. Belo Horizonte, 18 out. 2022. Disponível em: https://www.em.com.br/app/noticia/politica/2022/10/18/interna_politica,1408635/bolsonaro-sobre-visita-de-lula-ao-complexo-do-alemao-candidato-do-crime.shtml. Acesso em: 06 jun. 2024.

PEREIRA, Felipe; BORGES, Stella. **Ida de Bolsonaro a Aparecida tem confusão e recado de arcebispo.** UOL. São Paulo. 12 out. 2022. Disponível em: <http://bit.ly/3Yvmtqc> Acesso em: 07 fev. 2023.

PEREIRA, Felipe. **'Live Teleton' de Bolsonaro rendeu 1 mi de seguidores e mentira sobre foto.** UOL. São Paulo. 25 out. 2022. Disponível em <https://bit.ly/3PrXqRA> Acesso em: 15 jan. 2023

Projeto Comprova [S.a.]. **Panfleto divulgado em redes sociais apresenta lista falsa de propostas de Lula para o governo.** Portal Estadão. São Paulo. 29 out 2022. Disponível em <https://bit.ly/3uPM9kH>. Acesso em: 10 dez. 2022

RIBEIRO, Amanda; PACHECO, Priscila. **Lula não disse em debate que MEI vai acabar; modalidade foi criada no governo petista.** Terra. São Paulo/SP. 29 out. 2022. Disponível em: <https://bit.ly/3Vvp84Q>. Acesso em 06 jun. 2024.

ROSSI, Antonio Roberto. Estratégias de construção da verdade na campanha de Bolsonaro à Presidência da República: um estudo sociosemiótico. 2018. 165 p. Dissertação (Mestrado em Comunicação)-Universidade Paulista-UNIP. São Paulo, 2018.

SANTOS, Romer M. e MORAES, Thiago P. **As buscas no google no Brasil sobre eleições e políticas públicas (2004 – 2020)** in Revista Inovação, Comunicação e Tecnologia: arranjos e mutações. 1.ed. – Curitiba. Ed. Bagai, 2020. Disponível em: <https://bit.ly/3KvmiXh>. Acesso em: 06 jun. 2024.

SOPRANA, Paula. **Bolsonaristas entram em parafuso com vídeo do presidente na maçonaria.** Folha de São Paulo. São Paulo. 04 out. 2022. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2022/10/bolsonaristas-entram-em-parafuso-com-video-do-presidente-com-maconaria.shtml>. Acesso em: 06 jun. 2024.

TREIN, Sérgio Roberto. O duplo papel das pesquisas eleitorais: eleitora de quem está na frente, adversária de quem está atrás. **V Encontro dos Núcleos de Pesquisa Intercom.** pg.10. Rio de Janeiro, 5 a 9 set. 2005. Disponível em: <https://bit.ly/3VfZEXO>. Acesso em: 06 jun. 2024.

UOL. [S.a]. **Resultado da Eleição para Presidente no 1º Turno.** Portal UOL. Disponível em <http://bit.ly/3JYbIci>. Acesso em 06 fev. 2023.

UOL [S.a.] **Site de Bolsonaro pede cadastro de apoiadores como “fiscais” do 2º turno.** Portal UOL, São Paulo, 23 out. 2022. Disponível em <https://bit.ly/3VWlrTy>. Acesso em 10 dez. 2022