

Perfis de liderança política nos Twitter Spaces: carisma e controle na campanha presidencial de 2022¹

Guilherme Fumeo Almeida²

Carla Elias Dias³

Universidade Federal Fluminense – UFF

Resumo

A pesquisa investiga os estilos de liderança em dois canais do Twitter Spaces durante o segundo turno das eleições presidenciais de 2022: o Space do Muka, apoiador de Lula, e o Space News, apoiador de Bolsonaro. Com base na escuta de quatro transmissões realizadas entre 11 e 14 de outubro, emprega-se a análise de conteúdo, combinada com a constelação de diálogos. O marco teórico articula os conceitos de liderança democrática (Pateman, 1992) e mediação digital em campanhas hipermidiáticas (Ituassu et al., 2023). A análise evidencia que ambos os Spaces funcionaram como ferramentas de articulação política, cumprindo funções semelhantes no contexto eleitoral, como estimular o engajamento político em favor de seus respectivos candidatos, apesar de adotarem estilos distintos de mediação e delimitação das interações.

Palavra-chave: twitter spaces; liderança política; comunicação digital; eleições 2022; esfera pública

Introdução

Esta pesquisa, recorte de dissertação defendida no PPGMC-UFF⁴, analisa os estilos de liderança exercidos em dois canais do Twitter Spaces durante o segundo turno das eleições presidenciais brasileiras de 2022, *Space do Muka*, apoiador de Lula, e *Space News*, apoiador de Bolsonaro. O objetivo é compreender como os anfitriões dos canais conduziram debates, organizaram interações e definiram diretrizes nos espaços que lideraram. Os Spaces, enquanto ambientes digitais de voz ao vivo, foram utilizados

¹ Trabalho apresentado no GP Tecnologias e Culturas Digitais, do 25º Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 48º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Doutor pelo PPGCOM-UFRGS. Realiza pós-doutorado no PPGMC/UFF, e-mail: almeidaguif@gmail.com.

³ Mestranda pelo Programa de Pós-Graduação em Mídia e Cotidiano (PPGMC-UFF), e-mail: carlaelias20@gmail.com

⁴ Pesquisa derivada da dissertação *Twitter Spaces e a política em tempo real: segmentação e participação nas eleições brasileiras de 2022*, defendida em 19 mar. 2025

como plataformas de mobilização e engajamento político, operando fora das estruturas formais de campanha, mas com forte articulação midiática e ideológica.

A análise teve como base a escuta dirigida de quatro transmissões realizadas entre os dias 11 e 14 de outubro de 2022, sendo duas do *Space do Muka* e duas do *Space News*. Os trechos selecionados foram analisados a partir da metodologia da análise de conteúdo de Bardin (2009) combinada com a abordagem da constelação de diálogos, uma adaptação da proposta de Souto (2020). O critério principal de seleção foi a relevância das falas para compreensão das estratégias de liderança adotadas nos respectivos espaços.

A reflexão sobre os estilos de liderança parte do conceito de liderança democrática formulado por Carole Pateman (1992), que defende a importância da inclusão, da pluralidade e da participação efetiva dos cidadãos na vida política. A pesquisa dialoga ainda com Ituassu et al. (2023), Gomes (2005) e Aguiar (2022), para compreender os mecanismos de engajamento e a centralidade dos mediadores digitais em campanhas hipermidiáticas.

Análise e Principais Resultados

Muka, comunicador com experiência no jornalismo e nas redes, conduz seu Space com um estilo que mescla informalidade, acolhimento e firmeza. Sua abordagem mescla entretenimento, jornalismo e militância política, atraindo seguidores que transitam entre debates sobre reality shows e pautas eleitorais. Assim, reforça-se o que Ituassu *et al.* (2023) descrevem como “campanhas hipermidiáticas”: o influenciador digital converte engajamento virtual em ações práticas, convidando a audiência a participar de manifestações ou a discutir abertamente o projeto político de Luiz Inácio Lula da Silva. Seu discurso é estruturado por saudações afetivas, linguagem inclusiva e convocação à participação política pró-Lula. A liderança de Muka valoriza o engajamento emocional, mas estabelece limites claros ao contraditório — especialmente ao rechaçar a presença de apoiadores de Bolsonaro.

Já o Space News, liderado por Marcos, é marcado por uma condução hierárquica e disciplinadora. Com falas incisivas e orientações estratégicas, Marcos assume o papel de coordenador de ações políticas e digitais, estimulando bloqueios de

opositores e padronização das imagens de perfil como forma de identificação do grupo. Sem a chancela de uma formação universitária em Comunicação ou Jornalismo, Marcos ancora sua autoridade na experiência pessoal e na participação intensa nas redes, fomentando um sentimento de comunidade que, como Pateman (1992) propõe, pode legitimar lideranças pela via do carisma e da proximidade com os seguidores.

Ambos os espaços apresentam práticas que reforçam a coesão ideológica de seus públicos, embora com estilos distintos: Muka adota uma condução mais carismática e empática, enquanto Marcos exerce um controle mais direto e disciplinador. Em comum, ambos delimitam o escopo dos debates, restringindo o contraditório e orientando as ações dos participantes em consonância com seus objetivos políticos. Mesmo fora das campanhas oficiais, esses Spaces funcionam como arenas de mobilização, construção de identidade política e mediação de estratégias eleitorais.

Dessa forma, a pesquisa revela que os Twitter Spaces foram ocupados por lideranças que moldaram os debates de forma estratégica, ora promovendo acolhimento e diversidade, ora reforçando disciplina e fidelidade ideológica. Comparando as duas abordagens, o Space do Muka se alinha mais diretamente à ideia de Pateman (1992) de uma liderança inclusiva e deliberativa, ao passo que o Space News reflete uma liderança orientada para resultados práticos e estratégicos, priorizando a coesão interna e a mobilização. Ambas as práticas, no entanto, ilustram diferentes maneiras pelas quais lideranças digitais estruturam interações e moldam o comportamento coletivo no ambiente online em um contexto eleitoral.

Referências

AGUIAR, Levi; LYCARIÃO, Diógenes. A figura do influencer: uma reflexão sobre o bolsonarismo e a campanha do deputado André Fernandes. In: **CONGRESSO DA ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE PESQUISADORES EM COMUNICAÇÃO E POLÍTICA**, 10., 2023, Fortaleza. Anais [...]. Fortaleza: Universidade Federal do Ceará, 2023. Disponível em: http://compolitica.org/novo/wp-content/uploads/2023/07/Anais-SIC_10Congresso_A-FIGURA-DO-INFLUENCER.pdf. Acesso em: 10 fev. 2024.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 2009.

ITUASSU, Arthur; PECORARO, Caroline; CAPONE, Letícia; LEO, Luiz; MANNHEIMER, Vivian. **Mídias digitais, eleições e democracia no Brasil**: uma abordagem qualitativa para o

estudo de percepções de profissionais de campanha. Relatório de pesquisa. Rio de Janeiro: Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, 2023.

GOMES, Wilson. Internet e participação política em sociedades democráticas. **Revista Famecos**, Porto Alegre, v. 12, n. 27, p. 58-78, 2005.

PATEMAN, Carole. **Participação e teoria democrática**. Tradução de Luiz Paulo Rouanet. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1992.

SOUTO, Mariana. Constelações fílmicas: um método comparatista no cinema. **Revista Galáxia**, São Paulo, n. 45, p. 153-165, set./dez. 2020.