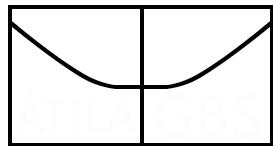


Universidade de Brasília
Instituto de Psicologia
Departamento de Processos Psicológicos Básicos
Programa de Pós-graduação em Ciências do Comportamento

**Campanha eleitoral presidencial 2022 do Brasil: Relações verbais e metacontingências
em práticas culturais de candidatos no Twitter, Plataforma X**

Átila Gonçalves Barcelos da Silva Duval

Brasília, dezembro de 2024.



Universidade de Brasília
Instituto de Psicologia
Departamento de Processos Psicológicos Básicos
Programa de Pós-graduação em Ciências do Comportamento

**Campanha eleitoral presidencial 2022 do Brasil: Relações verbais e metacontingências
em práticas culturais de candidatos no Twitter, Plataforma X**

Átila Gonçalves Barcelos da Silva Duval

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-graduação
em Ciência do Comportamento, Departamento de
Processos Psicológicos Básicos, Instituto de
Psicologia, Universidade de Brasília, como parte dos
requisitos à obtenção do título de Mestre em Ciência do
Comportamento.

Orientadora.: Profa. Dra. Laércia Abreu Vasconcelos

Brasília, dezembro de 2024.

Trabalho realizado com apoios da Fundação Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES) – Código de Financiamento 001 e da Fundação de Apoio a Pesquisa do Distrito Federal (FAPDF).

Comissão Examinadora

Dra. Laércia Abreu Vasconcelos
Universidade de Brasília
Presidente

Dr. Lucas Couto de Carvalho
Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita de Bauru
Membro Externo – Efetivo

Dr. Márcio Borges Moreira
Centro Universitário de Brasília
Membro Externo – Efetivo

I am trying to wake your sleeping mind to the subtle
language the world is whispering.

— *Patrick Rothfuss, The Wise Man's Fear*

Agradecimentos

A todos cujas contingências se entrelaçaram às minhas, este é o nosso produto agregado.

À minha avó, santíssima Irany, maior exemplo de perseverança, paz e união, que sempre está presente e animada mesmo quando eu não consigo estar, apoiando com quitutes que refletem as décadas de amor pelos netos, e mais do que preparada com mensagens de incentivo e um sorriso que tanto faz falta quando não consigo ter por perto. À minha tia Cássia, carinhosamente Gugu, artista e guerreira da família, que tenho saudades constantes e me inspira sempre a ir atrás daquilo que faz sentido para meus sonhos e coração, mais do que pronta para receber visitas e para uma cervejinha. Ao meu pai e irmãos que, mesmo com as rotinas da vida adulta, dão um jeito de estarem por perto nos momentos importantes. À minha falecida mãe, Cláudia, que me ensinou os caminhos da sabedoria em questionar e experimentar, da resiliência para aprender com as mil falhas antes do acerto, e do reconhecimento aos que contribuem para as minhas vitórias, práticas culturais tão luminescentes que transmitiu e que agregam até hoje ao caminho que venho desbravando desde 2010.

Aos amigos do “Coaching Desmotivacional”: Dervas e Layane, Sato e Bruna, Breno e Michelle, Walter e Mariana... e o João Guilherme. Minha família escolhida a dedo, que há décadas estão de braços abertos, piadas prontas e compartilhando cada vitória e perda na minha jornada. Sou muito grato por vocês e seus pimpolhos existirem, e privilegiado por compor um grupo tão duradouro e que molda o caráter. Obrigade!

À Família Reis, minha segunda família em Goiânia, em especial à exímia pesquisadora e futura veterinária Anna Karolina Vasconcelos Marin Zimerer, que desde 18 de agosto de 2019 é uma verdadeira amiga, companheira e testemunha das minhas aventuras; dia, noite e madrugada, com palavras de afirmação, tempo de qualidade e atos de serviço, já tendo feito minha rotina de 18h se expandir para 34h. Nesse mestrado você foi a base da minha lança, e espero contribuir à sua vida da mesma forma como sinto que você contribui para a minha. Te amo!

À minha antiga supervisora de estágio em Psicologia e atual parceira de vivências e negócios, Yvanna Aires Gadelha, inspiração de competência como profissional, mãe e de alguém que sabe e prefere muito mais se apreciar. Eu não teria sobrevivido inteiro à minha reta final sem as suas perspectivas experientes e nossas saídas criativas. Ainda que ninguém de fato tenha certeza do que faz nessa vida, eu tenho certeza da diferença que você faz para a minha! Quero ver seus olhos brilharem do jeito que você ajuda os meus, em análise do comportamento. Você me “repertoriza”!

À queridíssima professora e orientadora Laércia, realeza dos fenômenos culturais , que me escolheu para compor esse grupo de pesquisa histórico, continuando o legado do professor João Cláudio Todorov, que me inspirava antes mesmo de eu cursar a Psicologia. Foram 2 anos e meio de trocas agregadas nesse complexo culturante que é o programa de pós graduação em Ciências do Comportamento, conhecendo trabalhos brilhantes e ideias ímpares do nosso grupo e de outros grandes estudiosos behavioristas. Cada leitura, disciplina, reunião, evento, elogio e puxão de orelha contribuíram para legitimar gradativamente o meu percurso enquanto pesquisador. Suas orientações eram precisas e profícias, suas correções eram direcionadoras e aliviadoras. Superamos arduamente o volume de dados e os empecilhos de ordem superior para a continuidade dessa investigação, e hoje concluimos algo que é tão relevante para o estudo de comportamentos culturais complexos. Estou satisfeito com o nosso progresso! E tem sido uma honra aprender sobre tecnologias comportamentais com a senhora.

Às estudantes de PIBIC, Náthaly Gomes, Camille Mota e Lívia Chaves que, por todo o tempo que pudemos trabalhar juntos, contribuíram de maneira dedicada na coleta e análise de dados, ajudando a criar tempo útil num mestrado tão denso e recheado de informações. Desejo uma jornada longa e próspera, e que se tornem tão impecáveis profissionais de Psicologia quanto senti que foram enquanto colegas de pesquisa!

Aos funcionários do Programa, pela presteza, capacidade e empatia nos momentos calmos e agitados, em especial ao Daniel Oliveira (Tidani), pelo apoio em toda a caminhada.

À banca, pela oportunidade de crescer com os comentários, contribuições e aprendizados nesses meus momentos finais enquanto mestrando.

E às agências de fomento FAP/DF e CAPES, pelo apoio à realização desta pesquisa.

Sumário

Comissão Examinadora	4
Agradecimentos	5
Lista de Figuras.....	9
Lista de Tabelas	10
Resumo	11
Abstract	13
Introdução	15
Comportamento Verbal: Operantes Verbais e Molduras Relacionais.....	15
Fenômenos Culturais e Mídias Sociais	21
Método	26
Objeto de Estudo	26
Materiais	26
Procedimento.....	27
Categorias Temáticas	28
Análises Funcionais.....	34
Resultados	36
Análises Estatísticas Descritivas	36
Categorias Temáticas	51
Análises Funcionais de Relações Verbais	59
Discussão	69
Função das Mensagens na Comunidade Verbal Virtual	73
Referências.....	80
Apêndices.....	94

Lista de Figuras

Figura 1 Frequência de Postagens dos Candidatos e Respostas de suas Audiências na Campanha Eleitoral Presidencial Brasileira de 2022.....	38
Figura 2 Postagens dos Candidatos e Repostagens de suas Audiências na Campanha Eleitoral Presidencial Brasileira de 2022	40
Figura 3 Postagens dos Candidatos e Curtidas de suas Audiências na Campanha Eleitoral Presidencial Brasileira de 2022	42
Figura 4 Postagens dos Candidatos e Novos Seguidores na Campanha Eleitoral Presidencial Brasileira de 2022.....	44
Figura 5 Nuvem de Palavras do Candidato Bolsonaro em 103 dias de Campanha Eleitoral Presidencial Brasileira de 2022	47
Figura 6 Nuvem de Palavras do Candidato Ciro em 103 dias de Campanha Eleitoral Presidencial Brasileira de 2022	48
Figura 7 Nuvem de Palavras do Candidato Lula em 103 dias de Campanha Eleitoral Presidencial Brasileira de 2022	49
Figura 8 Nuvem de Palavras com Postagens de Todos os Candidatos em 103 dias de Campanha Eleitoral Presidencial Brasileira de 2022.....	50
Figura 9 Frequência de Propostas de Governo nas Postagens de Destaque dos Candidatos	55
Figura 10 Frequência de Ações de Campanha nas Postagens de Destaque dos Candidatos	57
Figura 11 Frequência de Recursos da Plataforma nas Postagens de Destaque do Candidatos	58
Figura 12 Frequência de Operantes Verbais e Molduras Relacionais nas Análises Funcionais das Postagens dos Candidatos.....	66
Figura 13 Frequência de Operantes Verbais e Molduras Relacionais nas Análises Funcionais das Respostas aos Candidatos	68

Lista de Tabelas

Tabela 1 <i>Categoria Propostas de Governo (A), e suas Unidades Temáticas, a partir das Mensagens Postadas pelos Candidatos Ciro Gomes, Lula e Bolsonaro em 2022</i>	30
Tabela 2 <i>Categoria Ações de Campanha Eleitoral (B) e suas Unidades Temáticas, a partir das Mensagens Postadas pelos Candidatos Ciro Gomes, Lula e Bolsonaro em 2022</i>	31
Tabela 3 <i>Categoria Recursos da Mídia Social, Twitter, Plataforma X: Linguagem e Comunicação (C), e suas Unidades Temáticas, a partir das Mensagens Postadas pelos Candidatos Ciro Gomes, Lula e Bolsonaro em 2022</i>	33
Tabela 4 <i>Estatísticas Descritivas das Postagens de Cada Candidato na Campanha Eleitoral</i>	45
Tabela 5 <i>Participação de Cada Candidato nas Quinze Palavras mais Emitidas Durante a Campanha Eleitoral Presidencial Brasileira de 2022.....</i>	51
Tabela 6 <i>Frequência de Postagens de Destaque com as Categorias Temáticas.....</i>	52
Tabela 7 <i>Analises Funcionais das Postagens do C. Bolsonaro e Respostas de Usuários.....</i>	59
Tabela 8 <i>Analises Funcionais das Postagens do C. Ciro Gomes e Respostas de Usuários ...</i>	61
Tabela 9 <i>Analises Funcionais das Postagens do C. Lula e Respostas de Usuários</i>	63

Resumo

Duval, A. G. B. S. (2024). Campanha eleitoral presidencial 2022 do Brasil: Relações verbais e metacontingências em práticas culturais de candidatos no Twitter, Plataforma X [Dissertação de mestrado, Universidade de Brasília].

A internet transformou as campanhas eleitorais com mensagens direcionadas, análise de dados e segmentação de público. As mídias sociais amplificam o impacto do comportamento verbal, criando comunidades verbais online e novas formas de contracontrole sobre instituições de poder em forma de práticas culturais, que podem ser estudadas pela Análise do Comportamento. O presente estudo investiga a eleição presidencial de 2022 no Brasil no Twitter, mídia social X, avançando a partir do trabalho pioneiro de Fonseca (2012), que analisou a eleição de 2010 sob a ótica da contingência tríplice e metacontingências na mesma plataforma. Foram realizadas investigações de categorias temáticas abordadas pelos candidatos em suas postagens, assim como operantes verbais, molduras relacionais, macrocontingências e metacontingências, nas interações verbais dos candidatos Bolsonaro, Ciro Gomes e Lula com suas audiências no transcorrer de 103 dias de campanha, 20 de julho a 30 de outubro de 2022. Foram coletadas 4.821 postagens – C. Lula ($n = 2.435$); C. Ciro Gomes ($n = 1.489$); C. Bolsonaro ($n = 897$). A postagem mais comentada de cada dia foi selecionada para análise temática ($n = 309$ mensagens), e a de desque a cada 10 dias, junto a três respostas, para a análise funcional ($n = 120$ mensagens). O estudo revelou que, embora o C. Lula tenha postado com mais alta frequência, o C. Bolsonaro obteve maior engajamento por postagem. Ações de Campanha geraram mais engajamento que Propostas de Governo para os três candidatos, mostrando que a audiência reforça a visibilidade imediata, quando comparado a debates sobre propostas de governo. O C. Bolsonaro usou mais recursos de mídias e de ironias em suas postagens mais respondidas, enquanto o C. Ciro apresentou maior frequência de mandos e mandos disfarçados. A audiência do C. Bolsonaro mostrou mais alta frequência do uso de ironia e de reforço social positivo, enquanto a audiência do C. Ciro usou em maior frequência o procedimento de punição. A audiência do C. Lula apresentou maior uso da moldura de distinção e de mandos. O estudo destacou o impacto da polarização nas interações enquanto prática cultural, não tendo sido registrado na mídia social X debates sobre propostas governamentais de candidatos em campanha eleitoral presidencial. Os dados obtidos sugerem novas abordagens que podem destacar o Brasil na forma como se utiliza mídias sociais em processos eleitorais, considerando estratégias que podem motivar e evocar interações verbais

que contribuam para o voto informado, enfraquecendo tendências nacionais e internacionais de polarização em campanhas políticas. Tudo isso tem impacto sobre a sociedade, garantindo que os novos governantes mostrem seu comprometimento com temas urgentes como as mudanças climáticas e eventos extremos em alta probabilidade de ocorrência, a saúde pública e campanhas de vacinação, a diminuição de inequidade social, em uma sociedade com extrema desigualdade social, valorizando a carreira de professores no país.

Palavras-chave: Campanha eleitoral presidencial, Relações Verbais, Metacontingência, Práticas culturais, Mídia social Twitter (Plataforma X)

Abstract

Duval, A. G. B. S. (2024). Brazil's 2022 presidential election campaign: verbal relations and metacontingencies in candidates' cultural practices on Twitter, Platform X [Master's thesis, University of Brasília].

The internet has transformed election campaigns through targeted messaging, data analysis, and audience segmentation. Social media amplifies the impact of verbal behavior, creating online verbal communities and new forms of countercontrol over power institutions in the form of cultural practices, which can be studied by Behavior Analysis. The present study investigates the 2022 Brazilian presidential election on Twitter, social media platform X, building on the pioneering work of Fonseca (2012), who analyzed the 2010 election through the lens of three-term contingencies and metacontingencies on the same platform. The study conducted an investigation into thematic categories addressed by the candidates in their posts, as well as verbal operants, relational frames, macrocontingencies, and metacontingencies in the verbal interactions of candidates Bolsonaro, Ciro Gomes, and Lula with their audiences over the course of 103 campaign days, from July 20 to October 30, 2022. A total of 4,821 posts were collected – C. Lula (n = 2,435); C. Ciro Gomes (n = 1,489); C. Bolsonaro (n = 897). The most commented post of each day was selected for thematic analysis (n = 309 messages), and the highlighted post every 10 days, along with three responses, was selected for functional analysis (n = 120 messages). The study revealed that, although C. Lula posted with the highest frequency, C. Bolsonaro achieved greater engagement per post. Campaign actions generated more engagement than government proposals for all three candidates, indicating that the audience reinforces immediate visibility when compared to debates on government proposals. C. Bolsonaro used more media resources and irony in his most responded-to posts, while C. Ciro demonstrated a higher frequency of mands and disguised mands. C. Bolsonaro's audience showed a higher frequency of irony and positive social reinforcement, while C. Ciro's audience more frequently used punishment procedures. C. Lula's audience demonstrated higher use of distinction framing and mands. The study highlighted the impact of polarization on interactions as a cultural practice, noting that debates on governmental proposals of presidential candidates in election campaigns were not observed on social media X. The data obtained suggest new approaches that could position Brazil as a leader in the use of social media in electoral processes, considering strategies that may motivate and evoke verbal interactions that contribute to an informed vote, potentially weakening national and international trends of

polarization in political campaigns. This has implications for society, ensuring that new leaders demonstrate their commitment to urgent issues, such as climate change and the increased probability of extreme events, public health and vaccination campaigns, and reducing social inequities in a society with high levels of inequality, as well as valuing the teaching profession in the country.

Keywords: Presidential election campaign, Verbal Relations, Metacontingency, Cultural practices, Social media Twitter (Platform X)

De forma análoga à visão selecionista de Charles Darwin, em 1859, com a *A Origem das Espécies*, que introduziu o conceito de seleção natural às ciências biológicas, B. F. Skinner (1953, 1974, 1981) apresentou o modelo de seleção pelas consequências, e revolucionou o estudo do comportamento humano com destaque para três níveis de seleção: filogenético, ontogenético e cultural. No nível filogenético, em milhares de anos, contingências de sobrevivência selecionam a fisiologia, anatomia e reflexos (comportamentos respondentes). No nível ontogenético, no transcorrer da vida do indivíduo, classes de respostas aprendidas (comportamentos operantes) são selecionadas em contingências de reforçamento. E no terceiro nível, práticas culturais são selecionadas em um grupo social, em uma linha do tempo marcada por décadas ou séculos, em direção às soluções de problemas que afetam o grupo, sendo ensinadas às gerações (Skinner, 1974, 1981).

Comportamento Verbal: Operantes Verbais e Molduras Relacionais

O comportamento verbal é prioritariamente analisado pela sua função, a partir de uma comunidade social, verbal, em interações com estímulos apresentados pelo falante ao ouvinte. O comportamento verbal pode ter a forma de gesto, som ou estímulo gráfico (Hayes et al., 2001b; Skinner, 1957). Nos últimos 100 anos, o significativo desenvolvimento da comunicação mostrou o impacto de práticas culturais (Glenn, 1991). Inovações tecnológicas aumentam o impacto de estímulos verbais em livros, rádio, TV, Internet, entre outros (Hayes et al., 2001b).

Skinner (1957) apresentou em uma obra seminal, a análise funcional do comportamento verbal, com um programa de pesquisa, envolvendo diferentes variáveis de controle em uma comunidade verbal, a partir de episódios verbais (Andery, 2010). “Em uma dada comunidade verbal, certas respostas são caracteristicamente seguidas por certas consequências” (Skinner, 1957, p. 35). E essas consequências são sociais, e podem ser verbais. Destacam-se os operantes verbais denominados de mando, tato, intraverbal e autoclítico (Skinner, 1957). O operante verbal mando envolve condições motivadoras específicas de privação ou estimulação aversiva,

e deve apontar qual o reforço esperado. Em um episódio verbal, a presença do ouvinte estabelece ocasião (S^D) para o mando do falante: “seu voto é determinante neste momento”. Em uma topografia que descreve o momento, a declaração verbal tem forma do operante verbal de tato, controlado por um S^D , a fase da campanha eleitoral, mas trata-se de um mando disfarçado ao especificar o reforço: o voto do eleitor. Portanto, o efeito sobre o falante é reforçar o mando com a apresentação do voto. “É característico de muitas culturas, entretanto, que o reforço bem-sucedido de um mando seja seguido por outra resposta verbal, destinada a assegurar um comportamento semelhante do ouvinte no futuro.” (Skinner, 1957, p. 37)¹. Assim, como parte desse episódio verbal, poderia ser observada a resposta verbal do falante em forma de agradecimento: “agradeço seu apoio” ou “você faz a diferença”, caracterizando o reforçamento. Entre os tipos de mandos estão pedidos, ordens, conselhos (e.g., “siga este partido”). Classes de mandos podem ser identificadas pelo comportamento do ouvinte ao mediar o reforçamento do falante, dispondo as consequências de reforçamento positivo, ou de fuga/esquiva diante de estimulação aversiva (e.g., em um mando de advertência “preste atenção”). Portanto, “Um mando assume uma determinada forma devido a contingências de reforço mantidas pelo ouvinte ou pela comunidade verbal como um todo.”(p.46)²

Eventos e objetos do mundo físico tornam-se S^D não verbal para o operante denominado tato, um termo que sugere contato com o mundo físico. No operante verbal tato, as respostas evocadas por um estímulo não verbal, aumentam a probabilidade de ocorrência (descrever, mencionar ou nomear) com um estímulo reforçador, em geral, generalizado (Skinner, 1957). “Pode ser enganoso, chamar um tato de declaração ou proposição ou dizer que ele afirma ou denota algo, ou que dá a conhecer ou comunica uma condição do estímulo (...) o tato tem maior

¹ “It is characteristic of many cultures, however, that the successful reinforcement of a mand is followed by another verbal response, designed to assure similar behavior of the listener in the future.” (Skinner, 1957, p. 37)

² “A mand assumes a given form because of contingencies of reinforcement maintained by the listener or by the verbal community.” (Skinner, 1957, p. 46)

probabilidade de ser “declarado” do que qualquer outro tipo de operante, mas, não é por essa razão uma afirmação” (pp. 82-83)³. Independente da situação em que ocorre, o tato é fortalecido pelo reforçamento consistente na presença de um estímulo, por diferentes reforços ou com reforço generalizado (Skinner, 1957). O reforço generalizado torna o tato relativamente independente da condição momentânea (p. 90). No tato: “o acesso à água intensifica discussões geopolíticas” (Fórum Mundial da Água, 2018). O falante tem acesso a um estado de coisas não conhecidas pelo ouvinte (p. 85)⁴, ampliando o contato do ouvinte ao ambiente. E, o engajamento efetivo de ações do ouvinte dependerá da precisão do controle de estímulos no comportamento do falante, assim como de fatores tais como o julgamento do ouvinte quanto à exatidão e honestidade do falante, assim como da plausibilidade da resposta na situação.

Diferente do tato e mando, o operante intraverbal é definido por respostas verbais evocadas por outras respostas verbais, e não por estímulos não verbais. Skinner (1957) descreveu o intraverbal como um comportamento no qual a fala de uma pessoa é controlada pela fala de outra, sem correspondência ponto a ponto entre os estímulos e as respostas verbais. Quando um falante pergunta: “qual é a capital do Brasil?” e o ouvinte responde “Brasília” o estímulo anterior nominal em forma de pergunta, atua como um S^D verbal específico para que esta resposta seja emitida com maior probabilidade de obter reforço do falante. Esse comportamento é mediado socialmente, portanto sua precisão e efetividade dependem da história de reforçamento do falante (p. 110)⁵, assim como de uma audiência correta (p. 211)⁶, isso é, da capacidade do ouvinte em discriminar e reforçar a resposta intraverbal. Esse operante

³ “It serves no useful purpose, and may be misleading, to call a tact an announcement, declaration, or proposition or to say that it states, asserts or denotes something, or that it makes known or communicates a condition of the stimulus. If these terms have any scientific meaning at all, beyond a paraphrase of the present relation, they refer to certain additional processes to be considered in part 1. We shall see, for example, that the tact is more likely to be “asserted” than any other type of operant but, taken by itself, is not for that reason an assertion.” (Skinner, 1957, pp. 82-83)

⁴ “It is assumed that the speaker is in contact with a state of affairs not known to the listener.” (Skinner, 1957, p. 85)

⁵ “The responses given to a list of stimulus words naturally depend on the verbal history of the speaker. Groups of speakers may show group differences. It is not surprising that male and female college students tend to give different responses to such a stimulus word as *ring*, while medical students differ from students of law in their responses to such a stimulus word as *administer*.” (Skinner, 1957, p. 110)

⁶ “An effective audience is hard to identify. The presence or absence of a person is not enough. Can he hear what you are saying, is he paying attention, does he understand your language, and is he an appropriate audience for a particular repertoire?” (Skinner, 1957, p. 211)

é especialmente relevante em mídias sociais online, nas quais a resposta intraverbal reforça a ocorrência de interações nessas comunidades verbais contemporâneas. Quando o usuário de uma plataforma social escreve/publica/posta um comentário sobre certa postagem de outro usuário, esse intraverbal pode servir como reforço à continuidade da interação, sob a forma de novos comentários.

O operante autoclítico refere-se a uma categoria de comportamento verbal que é funcionalmente dependente de outros comportamentos verbais do falante. Atua como modificador do tato ou mando, fornecendo nuance e clareza (Skinner, 1957)⁷. O autoclítico pode ajudar o ouvinte a se comportar de forma a aumentar a probabilidade de consequências reforçadoras (Skinner, 1987). Ao solicitar: vote em um partido da direita ou vote em um partido da esquerda, os autoclíticos, direita e esquerda, modificam o mando principal, vote em um partido, precisando o contexto e a direção. Adiciona eficácia na comunicação, ao ter o falante apresentando intenções, dúvidas e ênfases, em um episódio verbal. Os autoclíticos incluem qualificadores, quantificadores, relações de ordem e propriedades gramaticais que moldam a resposta do ouvinte de maneira específica (p. 459). Por exemplo, ao usar um autoclítico de intensidade, como em “Eu realmente estou sendo ameaçado, no transcorrer da campanha eleitoral”, o falante está tentando aumentar a probabilidade de uma resposta imediata e significativa do ouvinte, reforçando assim o mando disfarçado principal.

Hayes, Blackledge e Barnes-Holmes (2001a) apresentaram uma abordagem do comportamento verbal, tendo como núcleo central as relações derivadas de estímulos, como aquelas mostradas em classes de equivalência, embora haja uma grande variedade de respostas relacionais possíveis. O responder relacional derivado é central para a análise comportamental da linguagem. Três propriedades devem ser consideradas nas relações derivadas de estímulos,

⁷ “The autoclitics discussed in the preceding chapter describe, qualify, or otherwise comment upon verbal behavior and thus clarify or alter its effect upon the listener.” (Skinner, 1957, pp. 369-370)

na teoria das molduras relacionais. “As relações entre estímulos arbitrários são sempre mútuas: se A está relacionado a B, então B está relacionado a A” (p. 29). As relações podem variar, de forma que se a primeira relação for especificada, a segunda está implicada. A bidirecionalidade pode ser observada em: se A é mais competente do que B, então B é menos competente do que A (Hayes et al., 2001b). “Na relação derivada de estímulos de implicação combinatória, em um dado contexto, se A está relacionado a B, e B relacionado a C, então como resultado A e C são mutuamente relacionados naquele contexto” (p.30). E, na transformação de funções de estímulos, se um estímulo de uma rede relacional tiver função aversiva, as funções de outros estímulos da rede podem ser modificadas de acordo com a relação derivada subjacente. Assim, na rede relacional A<B<C (C maior que B, e B maior que A), se B passar a ter função aversiva, é possível que esse efeito seja observado também em C e com mais intensidade do que em A (Dougher et al, 2007).

Essas propriedades definem o operante generalizado, o responder relacional arbitrariamente aplicável e as molduras relacionais constituem tipos específicos. A nomeação é um exemplo da moldura de coordenação, em que o estímulo A é igual ao estímulo B: votar (A) é um direito do cidadão (B). Em uma moldura de oposição, em geral, o responder relacional tem como base uma dimensão: o partido A tem políticos envolvidos em processos judiciais e o partido B cumpre-se a ficha limpa. A dimensão relevante destacada é ter políticos envolvidos em processos judiciais ou ficha limpa. Em relações mutuamente combinatórias, a moldura de oposição inclui molduras de coordenação. Se o partido A é oposto ao B, e se o B é oposto ao C , então o A é semelhante ao C. Na moldura de distinção, o responder relacional ocorre a partir de diferenças entre os estímulos, mas difere da moldura de oposição ao não ter uma natureza especificada para a resposta: o plano de governo do candidato é mais detalhado. Na moldura de comparação, um evento é respondido em termos de uma relação qualitativa ou quantitativa de uma dimensão, em relação a outro evento: o candidato D é melhor ouvinte do

que o candidato E.” Na moldura hierárquica os membros compartilham padrões relacionais básicos como ser parte de, ou atributo de. Se a candidata G é do Partido Comunista do Brasil, deriva-se que a candidata mantém interações com o político F do PCdoB. Em outro exemplo de uma moldura hierárquica poderia ser dito: o Partido Liberal compõe os 29 partidos políticos registrados no Tribunal Superior Eleitoral. Na moldura dêitica, as relações são especificadas pelas propriedades relacionais aqui vs lá, agora vs depois, eu vs você e podem ser relações críticas para a tomada de perspectiva (a minha perspectiva e a perspectiva do outro). A candidata no passado e a candidata em 2024 mostra sua evolução. Em outro exemplo, a candidata M aborda com propriedade os direitos de minorias e o candidato L tem foco no desenvolvimento econômico.

Portanto, o comportamento verbal, ou eventos verbais na Teoria das Molduras Relacionais, é a ação de moldurar eventos de forma relacional (Hayes et al., 2001b). O responder relacional derivado é um operante verbal generalizado que pode atuar como facilitador ou como impeditivo para mudanças previstas em intervenções via políticas públicas ou campanhas governamentais. Ter acesso aos valores identificados em relações verbais é uma estratégia útil para ajustar campanhas efetivas (Newsome & Alavosius, 2011; Newsome et al., 2021).

Talvez o aspecto crítico a lembrar, contudo, seja que o valor final do comportamento verbal para a sobrevivência de uma espécie verbal é que ele torna possível um comportamento não-verbal eficaz que de outra forma não poderia ocorrer. Sem o comportamento verbal, os milagres da vida moderna certamente nunca teriam ocorrido; provavelmente ainda estariam vivendo em cavernas. Mas, todo o comportamento

verbal do mundo nada pode fazer na ausência do comportamento não-verbal para nos vestir, aquecer, curar ou proteger-nos. (Glenn, 1991, p. 55)⁸

Fenômenos Culturais e Mídias Sociais

A partir dos anos 1980, com a definição de *metacontingência* por Glenn (1986), estudos voltados para o terceiro nível de seleção tiveram sua produção aumentada, e significativamente a partir dos anos 2000 (Albuquerque et al., 2021). A utilidade do conceito de metacontingência tem sido discutida por alguns autores (e.g., Gusso & Kubo, 2007; Zilio, 2019). O campo de estudos da ciência culturo-comportamental teve os conceitos de metacontingências, macrocontingência, linhagem culturo-comportamental revisados (Glenn et al., 2016). Metacontingência é definida como a relação contingente entre contingências comportamentais entrelaçadas (CCE) de dois ou mais indivíduos que geram um mesmo produto agregado (Glenn et al., 2016; Hunter, 2012; Mallot & Glenn, 2006), selecionados por consequências culturais. Metacontingências auxiliam na descrição de processos recorrentes em sistemas comportamentais compostos por setores de funcionamento e uma hierarquia de gestão (Sandaker, 2009). É possível identificar a recorrência de CCEs→PAs, sendo selecionados entre os departamentos de uma organização, mostrando características de auto-organização em um sistema aberto que mantém contatos com ambiente externo econômico e político, por exemplo (Krispin, 2019; Malott, 2022). Na análise comportamental de leis, mostra-se pontos fortes e lacunas que podem ser atendidas em políticas públicas (Caminura, 2023; Fava, 2014; Fava & Vasconcelos, 2017; Oliveira et al., 2023; Kill, 2016; Todorov et al. 2004), e na análise de sistemas como a família e a educação (Lorenzo, 2022; Naves, 2013; Naves & Vasconcelos, 2012, 2013; Todorov, 2020).

⁸ “Perhaps the critical thing to remember, however, is that the ultimate value of verbal behavior to the survival of a verbal species is that it makes possible effective nonverbal behavior that could otherwise not occur. Without verbal behavior, the miracles of modern life would certainly never have occurred; we probably would still be living in caves. But all the verbal behavior in the world can do nothing in the absence of nonverbal behavior to clothe, warm, cure, or protect us.” (Glenn, 1991, p. 55)

Diferente da mídia tradicional, uma agência de controle em que determinados grupos detém o poder da geração de notícias (Martone, 2003), em mídias sociais qualquer indivíduo de uma comunidade verbal virtual pode compartilhar conteúdos, ou se manifestar sobre notícias veiculadas. Há crescimento exponencial do uso da internet, dos anos 1990 ao cenário contemporâneo, como meio de comunicação, o que amplia as oportunidades de contracontrole dos indivíduos perante as agências de controle (Wang, 2008; Wang et al. 2017), como o governo (Skinner, 1953) e a própria mídia tradicional (Martone, 2003). Entretanto, a regulação de plataformas sociais como Facebook e a Plataforma X (Twitter) tornaram possíveis a disseminação do comportamento verbal de seus usuários, de maneira sem precedentes na história da humanidade (Martone & Banaco, 2005). O comportamento do indivíduo pode ter efeito sobre o comportamento de outros em sua comunidade verbal pela governança verbal, tendo um antecedente verbal para comportamentos de outros ouvintes (Catania, 2006). O aumento expressivo do uso de mídias sociais, em cenários nacional e internacional, é relativamente recente, e os países buscam regulamentação de seu uso, de uma forma equivalente à mídias tradicionais como rádio e televisão (Fagan, 2018; Obia, 2023).

A internet tem desempenhado um papel cada vez mais central em contextos eleitorais no cenário global, transformando-se em uma ferramenta poderosa para campanhas políticas e mobilização de eleitores (Biffignandi, 2019; Bossetta, 2018; Caldarelli et al., 2014; Jungherr, 2016; Kruikemeier, 2014; Nguyen, 2018; Radicioni et al., 2021; Tumasjan et al., 2010; Vergeer, 2015). Plataformas de redes sociais como Facebook, X e Instagram permitem que candidatos e partidos políticos alcancem milhões de eleitores com mensagens direcionadas e personalizadas. A utilização de *big data* e algoritmos sofisticados possibilita análises de dados para previsões eleitorais, além da segmentação precisa do público-alvo, maximizando o impacto das campanhas (Caldarelli et al., 2014; Radicioni et al., 2021; Tumasjan et al., 2010). Exemplos notáveis incluem a eleição de Barack Obama em 2008, pioneira no uso das redes

sociais e engajamento político, e a campanha do Brexit em 2016, que usou intensivamente a publicidade segmentada no Facebook para influenciar o referendo (Bimber, 2014; Bossetta et al., 2017; Gorodnichenko et al., 2021; Hall, 2021). Desde então, tem-se percebido não apenas o aumento no uso de mídias sociais em campanhas eleitorais, mas, em paralelo, a problemática do uso de robôs virtuais, os *bots*, nessas plataformas, como uma maneira de aumentar o engajamento percebido pelo público e influenciar as decisões de voto-útil (Bessi & Ferrara, 2016; Ferrara, 2019; Fornasier, 2020; Hui & Carley, 2024; Pastor-Galindo et al., 2020; Santini et al., 2021), ainda que esse engajamento possa ocorrer por meio de coerção (punição e ameaça de punição, incluindo autoclíticos negativos), que espalham mais rapidamente em redes sociais como na atual Plataforma X (Schöne et al., 2021).

No contexto brasileiro, já se observou a crescente influência das mídias sociais em comportamentos políticos, como em eleições municipais (Marques & Mont'Alverne, 2016), estaduais (Araújo, 2022), parlamentares (Amaral & Pinho, 2018; Gilmore, 2011) e presidenciais (Fonseca & Vasconcelos, 2013; Rossini & Leal, 2013), e no exercício da cidadania, como em manifestações (Souza et al., 2023; Côrbo & Gonçalves, 2015) e discussões políticas online (Nunomura, 2013), apontando plataformas sociais digitais como modalidades de comunicação política em desenvolvimento, que ganham espaço proporcionalmente ao aumento do acesso da população à Internet. Em 2018, a eleição presidencial de Jair Bolsonaro se destacou como um caso paradigmático do uso da internet em campanhas eleitorais no Brasil. Com recursos limitados e um tempo de televisão reduzido, o candidato utilizou as redes sociais para mobilizar eleitores. Sua campanha foi marcada pela presença online, com a utilização de grupos de WhatsApp e a disseminação de conteúdo que teve como foco as emoções e preocupações de seus seguidores, sendo por vezes criticado por publicar informações falsas (França, 2022; Pacheco, 2019; Recuero, 2020; Simões & Silva, 2019).

As mídias sociais têm sido gradativamente alvo de interesse por analistas do comportamento. Ayres e Santos (2024) fizeram uma revisão de artigos que pudessem explicar pela perspectiva behaviorista o fenômeno contemporâneo do FOMO (*fear of missing out*), um medo de se estar perdendo algo por não estar conectado às mídias sociais. Wilhite e Houmanfar (2015) buscaram identificar o impacto de duas formas de se fazer notícia em mídias nos Estados Unidos, a ativista e a objetiva, usando conceitos de macrocontingência e metacontingência para possíveis intervenções. Want et al. (2017) apresentaram uma análise comportamental da mídia (tradicional e social) com base nos princípios da seleção comportamental/cultural pelas consequências. Souza et al. (2023) analisaram as interações verbais em uma notícia online sobre a invasão da Praça dos Três Poderes em 8 de janeiro de 2023, examinando pela ótica da Análise do Comportamento o posicionamento dos leitores e a forma como se comunica sobre o evento. Oliveira et al. (2023) examinaram as interações verbais em mídias sociais durante a pandemia de Covid-19, focando nas declarações do governador do Distrito Federal no Facebook e nas interações de estudantes universitários no Instagram, com foco em como a comunicação de risco e a saúde mental foram abordadas. E, Fonseca e Vasconcelos (2013) analisaram como os candidatos presidenciais brasileiros utilizaram o Twitter durante a campanha eleitoral de 2010, examinando as funções das mensagens postadas, as estratégias adotadas e as novas práticas culturais da campanha online, usando a contingência tríplice e conceitos da metacontingência da Análise do Comportamento como instrumento de análise.

O estudo pioneiro de Fonseca (2012) sobre mídias sociais e campanhas eleitorais contou com análises de contingências e metacontingências investigadas no transcorrer da campanha presidencial brasileira de 2010, com análises de interações entre candidatos e seus seguidores na mídia social *Twitter*. Postagens dos candidatos relacionadas a três temas foram também alvo de análise: propostas de governo, ações de campanha e recursos utilizados da plataforma. As propostas de governo se referiram a opiniões e promessas em diferentes áreas governáveis. As

ações de campanha, a assuntos sobre eventos e procedimentos da campanha. E os recursos da plataforma foram as ferramentas da mídia social usadas em cada postagem, tais como *links*, *hashtags* e compartilhamentos. Os seus resultados mostraram (i) a frequência de postagens dos candidatos, no período analisado, (ii) a quantidade de postagens em cada uma das três categorias e seus respectivos temas, e (iii) a descrição de CCEs identificadas nas interações entre usuários. A candidata (C) eleita, Dilma Rousseff mostrou a menor frequência de postagens na plataforma ($n=232$ mensagens), enquanto o C. José Serra, publicou cerca de 5 vezes mais ($n=1274$ mensagens), sugerindo que a utilização do Twitter pelos candidatos ainda não teve um fator decisivo para o resultado eleitoral em 2010. Os candidatos analisados publicaram Ações de Campanha Eleitoral com maior frequência do que Propostas de Governo, priorizando informações sobre a candidatura e seu itinerário, em detrimento de informações sobre suas pautas e planos para o país. E a observação sobre o comportamento da candidata Dilma Rousseff no Twitter, mostrou que não houve utilização do potencial integral da plataforma como meio de interação com seus usuários, mas como um diário e propaganda de sua campanha. Para os candidatos José Serra e Marina Silva, a plataforma teve função instrucional (mando) a eleitores para pedidos diretos por voto e promoção de suas campanhas. Fonseca (2012) mostrou novas práticas culturais com o uso de recursos da internet no transcorrer de eleições no Brasil, apresentando um modelo para a análise funcional de comportamentos políticos em campanhas eleitorais.

O objetivo geral deste estudo foi investigar as interações verbais de candidatos à presidência do Brasil, em replicação sistemática de Fonseca (2012), com análises das eleições presidenciais brasileiras de 2010 (Fonseca & Vasconcelos, 2013), aplicadas ao contexto eleitoral presidencial de 2022 no Twitter, mídia social denominada, posteriormente de X (Lucena, 2023; Mac & Hsu, 2023). Entre os objetivos específicos estavam: (1) investigar a presença de operantes verbais e molduras relacionais de destaque, nessas interações, no

transcorrer da campanha eleitoral (Hayes et al., 2001b; Perez et al., 2022); (2) identificar categorias temáticas voltadas para as propostas governamentais dos respectivos planos de governo; e (3) identificar macrocontingências e metacontingências, a partir das interações verbais entre candidatos e sua audiência no Twitter, posteriormente denominado de X.

Método

Objeto de Estudo

Foram analisadas as contas da Plataforma X de três candidatos com maiores intenções de voto, a partir das pesquisas⁹ DataFolha (2022) e IPESPE (2022): Luís Inácio Lula da Silva (@LulaOficial), Jair Messias Bolsonaro (@JairBolsonaro) e Ciro Gomes (@cirogomes). Ao final da campanha eleitoral, os resultados da candidata Simone Tebet (MDB) destacaram-se em terceiro lugar, no entanto, foi mantido o candidato Ciro Gomes, considerando o critério de análise de todo o período da campanha eleitoral, com registros das relações verbais no Twitter (Plataforma X).

Materiais

A principal base de dados foi a mídia social, a Plataforma X, com postagens dos candidatos selecionados e respostas de suas respectivas audiências, e recursos da plataforma. As mudanças do nome e logomarca da plataforma foram estabelecidas em 24 de julho de 2023 (Lucena, 2023; Mac & Hsu, 2023). Algumas notícias publicadas, com impacto sobre as mensagens dos candidatos e respostas de usuários, no transcorrer da campanha eleitoral, foram registradas (e.g., Agência Brasil, Correio Braziliense, e Valor Econômico).

⁹ Pesquisas registradas no TSE sob os números BR-09088/2022 e BR-02893/2022, respectivamente.

Foram criadas planilhas eletrônicas no Google para tabulação das postagens dos três candidatos e as respectivas respostas dos usuários. A primeira planilha, consistiu de uma linha para cada postagem e colunas com dados relevantes tais como: (i) data e horário de publicação; (ii) meio utilizado (smartphone, web, software, etc.); (iii) se a postagem era um *retweet* ou uma *thread*; (iv) número de curtidas; (v) respostas e repostagens, quando aplicável; (vi) número de seguidores e usuários seguidos no momento da postagem; (vii) quantidade de caracteres; (viii) quantidade e emojis, links e hashtags. Em uma segunda planilha para cada candidato, foram compiladas as postagens com maior número de respostas em cada dia, totalizando 103 postagens de destaque. E, em uma terceira planilha para cada candidato, foram registradas as postagens com maior número de respostas para cada bloco de 10 dias de campanha, sendo o último bloco composto por 13 dias, resultando em 10 postagens de destaque. As nove planilhas foram utilizadas para a realização das análises deste estudo, incluindo a transcrição das postagens e respostas de usuários.

Procedimento

A coleta iniciou em 20 de julho de 2022, calendário oficial eleitoral. O primeiro turno das eleições ocorreu em 2 de outubro de 2022, e o segundo em 30 de outubro de 2022, finalizando o período eleitoral de aproximadamente três meses de duração. As postagens dos candidatos com maiores intenções de voto foram coletadas em ordem cronológica, sendo organizadas em planilha eletrônica para cada presidenciável, considerando seus metadados (data, hora, número de caracteres, plataforma de postagem e recursos usados), bem como as respectivas interações dos usuários (curtidas, comentários e repostagens) para cada postagem de um candidato, conforme descrito acima. Os números de seguidores e usuários seguidos no dia também foram registrados. A coleta ocorreu diariamente entre 00:00 e 03:00, horários de baixa atividade na Plataforma X (Keutelian, 2023), e incluiu somente postagens feitas há pelo menos 24 horas, na conta oficial de cada um dos três candidatos incluídos neste estudo. Este

critério permitiu que houvesse tempo hábil para a audiência interagir com a postagem de um candidato em todos os horários de engajamento possíveis.

As diferentes formas de interação envolveram: curtidas, repostagens e respostas. Curtidas são interações simbólicas, representadas pela imagem de um coração, em geral, indicando aprovação (Newton, 2015), concordância ou interesse pela postagem. Repostagens são compartilhamentos que usuários realizam das postagens de outros, para a sua própria audiência na plataforma, promovendo novas interações. E, respostas são comportamentos verbais emitidos pelos usuários na postagem de um candidato. A postagem com o maior número de respostas de cada candidato, por dia de campanha, foi o critério de escolha das postagens para a análise funcional.

Categorias Temáticas

Após o final da coleta de dados, em 30 de outubro de 2022, foram analisadas as postagens dos candidatos, para definição das categorias dos temas abordados (Fonseca, 2012; Fonseca & Vasconcelos, 2013). Fonseca definiu três classes temáticas na análise das postagens na campanha eleitoral de 2010: (a) Propostas de Governo, (b) Ações de Campanha e (c) Recursos do Twitter.

Em Fonseca (2012), a classe Propostas de Governo abrangeu mensagens que continham opiniões do candidato e promessas para o seu mandato em áreas como Ciência e tecnologia, Cultura e esporte, Economia, Educação, Meio ambiente, Política externa, Políticas sociais/Movimentos sociais, Segurança pública, Saúde, Temas polêmicos e Outros. A classe Ações de Campanha compreendiam mensagens com temas diretamente relacionados aos eventos, processos, procedimentos de campanha, destacando-se as categorias: Agenda, Agradecimento pelo apoio à campanha, Arrecadação/doações, Candidato a vice-presidência, Comentários sobre a campanha, Caso da Casa Civil, Caso da quebra de sigilo, Críticas aos outros candidatos, Debates, Divulgação de outros recursos da campanha na internet,

Divulgação de mensagens de pessoas famosas/importantes, Documentos necessários para votar, Entrevistas, *Link* fotos em campanha, *Link* material de campanha para download, *Link* programa do horário eleitoral, *Link* reportagens sobre a campanha, *Link* vídeos de apoio à campanha, *Link* vídeos em campanha, Mobilização pela campanha, Resultados de pesquisas, Segundo turno, Uso do Twitter e Voto útil/como funcionam eleições em dois turnos. E, a classe Recursos do Twitter incluíram a utilização das ferramentas da Plataforma e táticas de comunicação de cada candidato categorizadas em: *Hashtags*, *Links*, *Retweets*, Comunicação direta, Comunicação bidirecional e Comunicação unidirecional.

As categorias de Fonseca (2012) foram adaptadas para o presente estudo. Avanços tecnológicos do Twitter em 2022 resultaram em diferenças expressivas, comparado ao Twitter em 2010, passando a permitir: (i) postagens com o dobro do tamanho (máximo de 280 caracteres), (ii) uso de mídias na postagem, (iii) enquetes (votações informais), (iv) emojis (pequenos símbolos ou ícones que representam ideias e emoções), (v) cronogramas, (vi) geolocalização, (vii) restrição de quem pode ou não responder, (viii) além de sequências de postagens (ou *threads*) para contornar a limitação dos 280 caracteres, possibilitando identificar a continuidade da abordagem de um tema. Assim, em Recursos da Plataforma, foi inserida as categorias Emoji e Mídia, que abrange uso de imagens e vídeos anexados às postagens. Os recursos enquete, cronogramas e geolocalização não se mostraram relevantes para as análises deste trabalho. O presente estudo adaptou assuntos relevantes das eleições de 2022, como a criação das categorias Situações Polêmicas, e Fortalecimento da Imagem Pública. Ajustes foram também implementados em algumas definições das categorias das classes temáticas (a) Propostas de Governo, (b) Ações de Campanha, e (c) Recursos da Plataforma, apresentados nas Tabelas 1, 2 e 3.

Tabela 1*Categoria Propostas de Governo (A), e suas Unidades Temáticas, a partir das Mensagens**Postadas pelos Candidatos Ciro Gomes, Lula e Bolsonaro em 2022*

Categoria	Conteúdo das postagens
Assuntos controversos	Direitos de indivíduos LGBTQIAPN+, corrupção, descriminalização das drogas, aborto, criacionismo, pesquisas com células tronco, transgênicos, Estado laico, voto obrigatório, liberdade de imprensa/defesa da democracia, <i>fake news</i> , sigilo de 100 anos. [Categoria adaptada para a campanha eleitoral de 2022]
Ciência e Tecnologia	Política nacional de pesquisa científica, tecnológica e inovação; planejamento, coordenação, supervisão e controle das atividades da ciência e tecnologia.
Cultura e Esporte	Políticas públicas para promoção/incentivo de práticas artísticas, culturais e desportivas no Brasil.
Economia	Utilização de recursos, produção, consumo e distribuição de bens, serviços, dinheiro/riqueza no país. Inclui impostos, trabalho, emprego, privatizações e concursos públicos. [Categoria adaptada para a campanha eleitoral de 2022]
Educação	Sistema de educação formal brasileiro, processos formativos de transmissão de conhecimento por meio de práticas pedagógicas em todos os níveis: ensino fundamental, ensino médio, ensino superior, ensino técnico.
Meio Ambiente	Propostas/opiniões/políticas públicas sobre o meio ambiente, preservação da fauna e da flora, poluição, impactos ambientais da ação humana, prevenção de desastres naturais.
Política Externa	Objetivos, políticas e ações do Estado brasileiro em suas relações com os outros países.
Políticas sociais e movimentos sociais	Políticas do Estado para a proteção social, o bem-estar da sociedade, minimização das desigualdades entre as classes sociais/setores da sociedade (e.g., mulheres, índios, pessoas com deficiência).
Saúde	Sistema de saúde brasileiro, ações/políticas/serviços públicos voltados para a atenção à saúde: promoção, proteção, prevenção, diagnóstico, tratamento, reabilitação e manutenção.
Segurança	Ações e políticas de prevenção e repressão da criminalidade e da violência.
Infraestrutura e Transporte	Temas relacionados à implementação da construção civil (pontes, estradas, barragens, etc), ou de logística de movimentações internas de bens, materiais, serviços e turismo. [Nova categoria para a campanha eleitoral de 2022]
Outros	Temas relacionados a propostas de governo que não se encaixam em nenhuma outra categoria (e.g., parceria com governadores dos estados, necessidade de atenção para todas as regiões do país, etc.). [Categoria adaptada para a campanha eleitoral de 2022]

Fonte: Fonseca (2012).

Tabela 2*Categoria Ações de Campanha Eleitoral (B) e suas Unidades Temáticas, a partir das**Mensagens Postadas pelos Candidatos Ciro Gomes, Lula e Bolsonaro em 2022*

Categoria	Conteúdo das postagens
Agenda	Informações ou comentários a respeito de compromissos da campanha (eventos, comícios, visitas, entrevistas, debates) dos quais o candidato participou ou irá participar.
Agradecimento pelo apoio à campanha	Agradecimentos aos que estão apoio a candidatura (dentro e fora da mídia social Twitter, Plataforma X) e postagens de mensagens de apoio enviadas por seguidores. [Categoria adaptada à mídia social, Plataforma X]
Arrecadação/ doações	Esclarecimentos sobre como fazer doações para a campanha/pedidos de doações/ importância das doações.
Candidato à vice-presidência	Comentários sobre a escolha/biografia/contribuições/ideias do candidato à vice-presidência.
Comentários sobre campanha	Outros comentários gerais sobre a campanha que não se encaixam em nenhuma outra categoria (e.g., rotina de um candidato à presidência, impressões/sentimentos sobre a campanha, falas gerais sobre o que a população quer). [Categoria adaptada para a campanha eleitoral de 2022]
Críticas aos outros candidatos	Críticas a comportamentos/opiniões de outros candidatos.
Debates	<i>Links</i> para visualização de trechos de debates/comentários a respeito da importância de debates/comentários a respeito do desempenho próprio e de outros candidatos no debate.
Divulgação de outros recursos da campanha na Internet	<i>Links</i> , comentários sobre outros canais de comunicação da campanha via internet. Inclui <i>link</i> para programa de governo/diretrizes de governo e <i>link</i> para o programa de governo participativo.
Divulgação do apoio de pessoas famosas / importantes	Repostagens, repetições de mensagens ou declarações de apoio ao candidato feitas por pessoas celebridades/influentes (e.g., artistas, intelectuais, políticos) no cenário brasileiro. [Categoria adaptada para a campanha eleitoral de 2022]
Documentos necessários para votar	Esclarecimentos sobre os documentos que os eleitores precisam levar no dia do pleito.
Fortalecimento da imagem pública	Mensagens a respeito de si, da própria trajetória ou do que defende, sem relação direta com propostas de governo. [Nova categoria para a campanha eleitoral de 2022]
Entrevistas	<i>Links</i> para visualização de entrevistas dos candidatos.
<i>Link</i> de fotos em	<i>Links</i> para fotos tiradas durante compromissos da campanha.

campanha

<i>Link de material de campanha para download</i>	<i>Links</i> para download de materiais diversos para a campanha (e.g., banners, adesivos, folhetos, jingle/trilha sonora da campanha).
<i>Link de programa do horário eleitoral</i>	<i>Links</i> para visualização dos vídeos/áudios dos programas do horário eleitoral gratuito da TV e rádio.
<i>Link de reportagens sobre campanha</i>	<i>Links</i> para reportagens (realizadas por veículos de comunicação diferentes da assessoria do candidato) sobre a campanha.
<i>Link de vídeos de apoio à campanha</i>	<i>Links</i> para visualização de vídeos de apoio ao candidato criados por militantes, assessoria ou simpatizantes.
<i>Link de vídeos em campanha</i>	<i>Links</i> para visualização de vídeos (de canais oficiais ou não) do candidato em eventos de campanha.
Mobilização pela campanha	Formas de organização para apoio ao candidato e à campanha/pedidos de mobilização por votos.
Resultados de pesquisas	Comentários sobre resultados de pesquisas de intenção de voto.
Segundo turno	Importância de levar as eleições para o segundo turno/ desejo de disputar o segundo turno, expectativas para o segundo turno. [Categoria adaptada para a campanha eleitoral de 2022]
Situações Polêmicas	Comentários a respeito de eventos ou questões políticas sensíveis, não a propostas de governo. [Nova categoria para a campanha eleitoral de 2022]
Uso da Plataforma X (Twitter)	Utilização dos recursos da Plataforma X antes das eleições. [Categoria adaptada à mídia social, Plataforma X]
Voto útil/como funcionam eleições em dois turnos	Comentários e esclarecimentos sobre o mito do “voto útil” (necessidade de votar em um dos dois principais candidatos, caso contrário a eleição seria decidida no primeiro turno), e funcionamento de eleições em dois turnos.

Fonte: Fonseca (2012).

Tabela 3

Categoria Recursos da Mídia Social, Twitter, Plataforma X: Linguagem e Comunicação (C), e suas Unidades Temáticas, a partir das Mensagens Postadas pelos Candidatos Ciro Gomes, Lula e Bolsonaro em 2022

Categoria	Conteúdo das postagens
Comunicação Direcionada	Mensagens direcionadas a pessoas, sem usar citação direta (@), ou a seguidores de maneira geral, em que o candidato busca estimular a comunicação com os seguidores ou estimular trocas de opiniões ou debate de ideias. [Categoria adaptada para a campanha eleitoral de 2022]
Comunicação Não Direcionada	Mensagens sobre fatos ou opiniões a respeito de um assunto específico e que não são dirigidas a uma determinada pessoa ou grupo. [Categoria adaptada para a campanha eleitoral de 2022]
Emojis	Mensagens que contenham pictogramas para representar uma emoção, símbolo ou objeto. [Nova categoria adaptada à mídia social, Plataforma X]
Hashtags	Mensagens que contenham rótulos usando cerquilha (#), identificando o seu assunto.
Links	Mensagens que contenham <i>links</i> (URL – endereço de um recurso/arquivo na internet), que direcionem os seguidores para outros sites.
Mídias	Mensagens que contenham anexos de imagem e/ou vídeo na própria postagem, sem direcionar o usuário para um endereço eletrônico vinculado. [Nova categoria para a campanha eleitoral de 2022]
Menções	Mensagens direcionadas especificamente a outros usuários do Twitter, Plataforma X. Devem conter o arroba (@). [Categoria adaptada à mídia social, Plataforma X]
Repostagens (Retweets)	Mensagens que consistam na repetição total ou parcial de mensagens de outros usuários, utilizando a sigla RT. [Nomeação da categoria adaptada à mídia social, Plataforma X]

Fonte: Fonseca (2012).

Vale ressaltar a expressiva diferença entre o volume de dados obtidos por Fonseca e Vasconcelos (2013) e o presente estudo. Observou-se um aumento 76% na quantidade de postagens. Adicionalmente, a quantidade máxima de caracteres permitidas para cada postagem duplicou de 144 para 288 caracteres. Esse aumento na produção de conteúdo na mídia social, Plataforma X, levou à necessidade de estabelecer critérios para seleção dos dados a serem analisados. Assim, foram selecionadas as postagens de maior interação, por dia, para cada

candidato, o que resultou em até 103 mensagens para cada um dos três candidatos com maior intenção de votos, para a análise das classes de categorias temáticas, conforme Fonseca (2012).

A partir das postagens feitas pelos candidatos, foi possível compilar uma nuvem de palavras mais usadas por cada um durante toda a campanha, em suas contas na mídia social, através da plataforma *Word Clouds*, para complementar as análises e discussão. Para a criação da nuvem, todas as postagens – C. Bolsonaro ($n = 897$), do C. Ciro Gomes ($n = 1.489$) e C. Lula ($n = 2.435$) foram copiadas e inseridas na plataforma, e as palavras de exclusão como artigos e preposições foram desconsideradas. Portanto, nuvem de palavras é uma expressão, em imagem, da frequência de respostas.

Análises Funcionais

Análises funcionais das interações entre os candidatos e sua audiência na mídia social, Plataforma X foram formuladas. Para essas análises, foi selecionada a postagem de maior destaque para cada conjunto de 10 dias do período eleitoral analisado (20/07 a 29/07, 30/07 a 08/08, 09/08 a 19/08, 19/08 a 28/08, 29/08 a 07/09, 08/09 a 17/09, 18/09 a 27/09, 28/09 a 07/10, 08/10 a 17/10, e 18/10 a 30/10), com um conjunto final de 13 dias. O critério de seleção foi a postagem do conjunto com o maior número de respostas de usuários. O conjunto total foi de 10 postagens de destaque para cada presidenciável.

Além das 30 postagens, incluindo os três candidatos (10 postagens por candidato), foram selecionadas três respostas da audiência, contíguas a cada postagem, para a realização de análises funcionais. As respostas foram selecionadas considerando a sequência em que apareceram na lista de respostas da interface na Plataforma. Vale ressaltar que a Plataforma X não concede acesso livre a todas as respostas das postagens, filtrando sua ordem de apresentação seguindo fatores tais como: (i) se o autor da postagem interagiu com uma resposta, (ii) se a resposta é de alguém que o usuário segue ou (iii) se a pessoa que respondeu assina o X Premium (Central de ajuda X, 2024). Ademais, os números inteiros mostrados para

os engajamentos (curtidas, respostas, repostagens) na interface da plataforma só vão até 9.999. Quando o engajamento em alguma dessas variáveis atinge a marca dos 10 mil, são mostrados apenas as casas de milhares, com a vírgula das centenas de maneira arredondada, seguidas pela letra k (e.g., 305.083 curtidas são apresentadas como 305,1k). Desta forma, foi solicitado o acesso à modalidade de sua API (Interface de Aplicação de Programa) voltada para pesquisas acadêmicas, no intuito de ter acesso aos dados de maneira facilitada, tanto do número integral dos engajamentos, quanto de todas as respostas das postagens, e não apenas a seleção feita pelo algoritmo da Plataforma. No entanto, após a solicitação pelo pesquisador, a equipe responsável pela Plataforma de Desenvolvedores da X não concedeu a chave, oferecendo versões pagas que variaram entre US\$ 100 e US\$ 5000 por mês, ficando fora do escopo viável para este trabalho. Portanto, para realização das coletas sem o acesso à API, criou-se uma nova conta sem histórico de uso, com o objetivo de evitar o viés dos algoritmos da Plataforma X, uma vez que as respostas são mostradas com base no comportamento histórico do usuário. Apesar disso, a coleta dos quantitativos dos engajamentos se limitou à maneira de apresentação tradicional da Plataforma.

A partir da lista de respostas da Plataforma X para cada postagem de cada candidato, a seleção seguiu os critérios: (i) a declaração verbal é constituída principalmente por um texto com palavras; (ii) não contém impropérios; e (iii) é contígua, ao ser publicada imediatamente após uma postagem do candidato. Não foram selecionadas para análise, respostas de usuários tais como: (a) !!!!!; (b) Apoiado!; (c) jamais será eleito; (d) visitem meu perfil; e (e) símbolos sem contexto. Os princípios e conceitos da Análise do Comportamento, a contingência tríplice (Skinner, 1953, 1981), análises de operantes verbais (Skinner, 1957) e molduras relacionais (Hayes et al., 2001a), e os conceitos de macrocontingência e metacontingência (Glenn et al., 2016; Todorov, 2006) foram base para as análises funcionais das relações verbais entre os

candidatos e seus respectivos seguidores, na campanha presidencial brasileira, a partir da mídia social X.

Resultados

Os dados obtidos serão inicialmente apresentados na forma de estatísticas descritivas, comparando a frequência de postagens com os tipos de engajamentos medidos (respostas, repostagens, curtidas e novos seguidores) no transcorrer da campanha eleitoral presidencial brasileira de 2022. Serão mostradas as nuvens de palavras, com os termos mais frequentes para cada candidato na campanha. As análises das categorias temáticas das postagens, as Propostas de Governo, Ações de Campanha e utilização dos Recursos da Mídia Social X, mostrarão o foco dos candidatos em suas campanhas na Plataforma. Análises funcionais de relações verbais das 10 postagens com maior frequência de respostas de usuários, no transcorrer da campanha, e três respostas contíguas da audiência, em cada postagem, terão destacados os operantes verbais e as molduras relacionais, mostrando a função do comportamento verbal em mensagens de destaque. Um recorte para algumas práticas culturais da campanha será apresentado com a identificação de macrocontingências e metacontingências críticas, a partir das relações observadas pelas interações verbais na mídia social X. Vale ressaltar que a coleta de dados ocorreu de 20 de julho de 2022 a 30 de outubro de 2022. As alterações na nomeação e logomarca da Plataforma ocorreram após toda a coleta de dados, em 24 de julho de 2023. Portanto, o banco de dados desta pesquisa foi tabulado via Twitter.

Análises Estatísticas Descritivas

A Figura 1 apresenta um painel com quatro gráficos, com a frequência de postagens dos candidatos Luiz Inácio Lula da Silva (C. Lula), Jair Messias Bolsonaro (C. Bolsonaro) e Ciro Ferreira Gomes (C. Ciro Gomes), e as respostas de suas respectivas audiências entre os dias 20/07/2022 e 30/10/2022. As respostas são interações de usuários com o candidato,

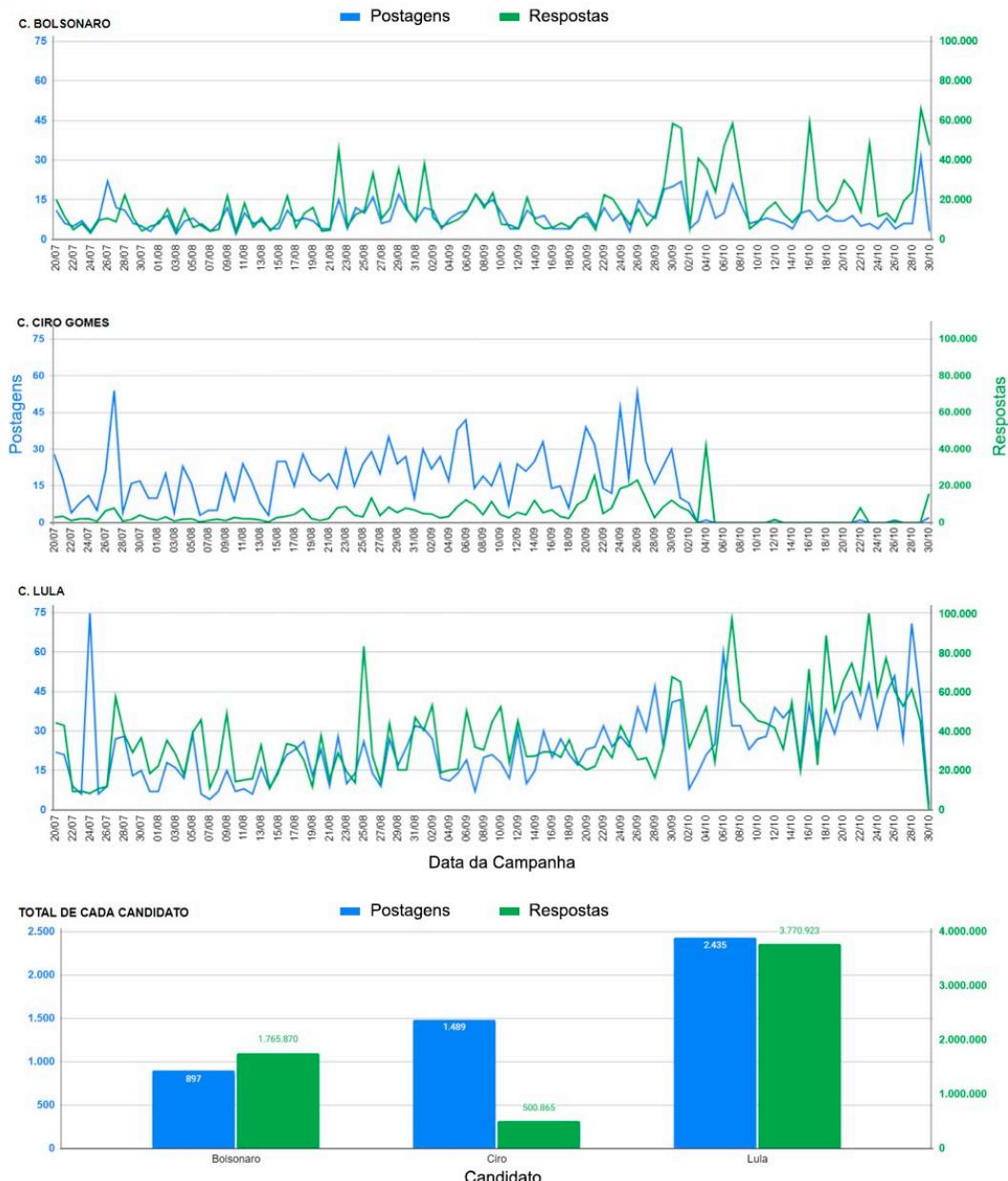
contíngua a uma postagem do candidato. A resposta pode ser um intraverbal evocado pela postagem do candidato ou pode ter como controle principal outra fonte adicional (e.g., estímulos verbais ou não verbais). Observou-se a mais alta frequência de postagem para o C. Lula, seguido pelo C. Ciro Gomes e o C. Bolsonaro. Os três dias de maior postagens na conta do C. Lula foram 24 de julho ($n = 75$), 06 de outubro ($n = 60$) e 28 de outubro ($n = 71$). Para o C. Ciro, 27 de julho ($n = 54$), 24 de setembro ($n = 47$) e 26 de setembro ($n = 53$), e para o C. Bolsonaro, 26 de julho (22), 01 de outubro ($n = 22$) e 29 de outubro ($n = 31$). As curvas de postagens e respostas tendem a serem próximas, com alguns picos. Para os dois candidatos que foram para o segundo turno das eleições de 2022, o C. Lula, mostrou aumento em ambas as curvas, no segundo turno da campanha, no mês de outubro. O C. Bolsonaro, mostrou picos nas curvas de respostas de usuários, nos períodos de 30/09/2022 a 06/10/2022 e de 16/10/2022 a 30/10/2022. Para o C. Ciro Gomes, a curva de respostas se manteve, em geral, mais baixa em todo o período de análise dos dados selecionados da campanha. O gráfico inferior do painel mostra a frequência total de postagens dos candidatos e das respostas de suas audiências, no transcorrer da campanha eleitoral. Os mais altos índices foram obtidos pelo C. Lula com 2.435 postagens, com 3.770.923 respostas dos usuários, resultando em uma média de 1.549 respostas por postagem.

Ao considerar dados médios da frequência de respostas, a partir da frequência total utilizada na Figura 1, observou-se para o C. Lula ($M = 36.610$, $DP = 20.338$), com variação de 0 (30 de outubro) a 100.679 (23 de outubro). Para o C. Bolsonaro ($M = 17.144$, $DP = 14.269$), com variação de 3.055 (24 de julho) a 65.971 (29 de outubro). E, para o C. Ciro Gomes ($M = 4.863$, $DP = 12.002$), com variação de 0 (em múltiplos dias) a 41.800 (4 de outubro). Relações invertidas entre as frequências totais de postagens e de respostas de usuários foram observadas entre os candidatos Bolsonaro e Ciro Gomes. O C. Bolsonaro com 897 postagens, obteve 1.765.870 respostas, com uma média mais alta de 1.968 respostas por cada postagem

(DP = 2.875). E, em seguida, o C. Ciro Gomes com o total de 1.489 postagens, com 500.865 respostas, tendo uma média de 336 respostas por cada postagem (DP = 3.082).

Figura 1

Frequência de Postagens dos Candidatos e Respostas de suas Audiências na Campanha Eleitoral Presidencial Brasileira de 2022



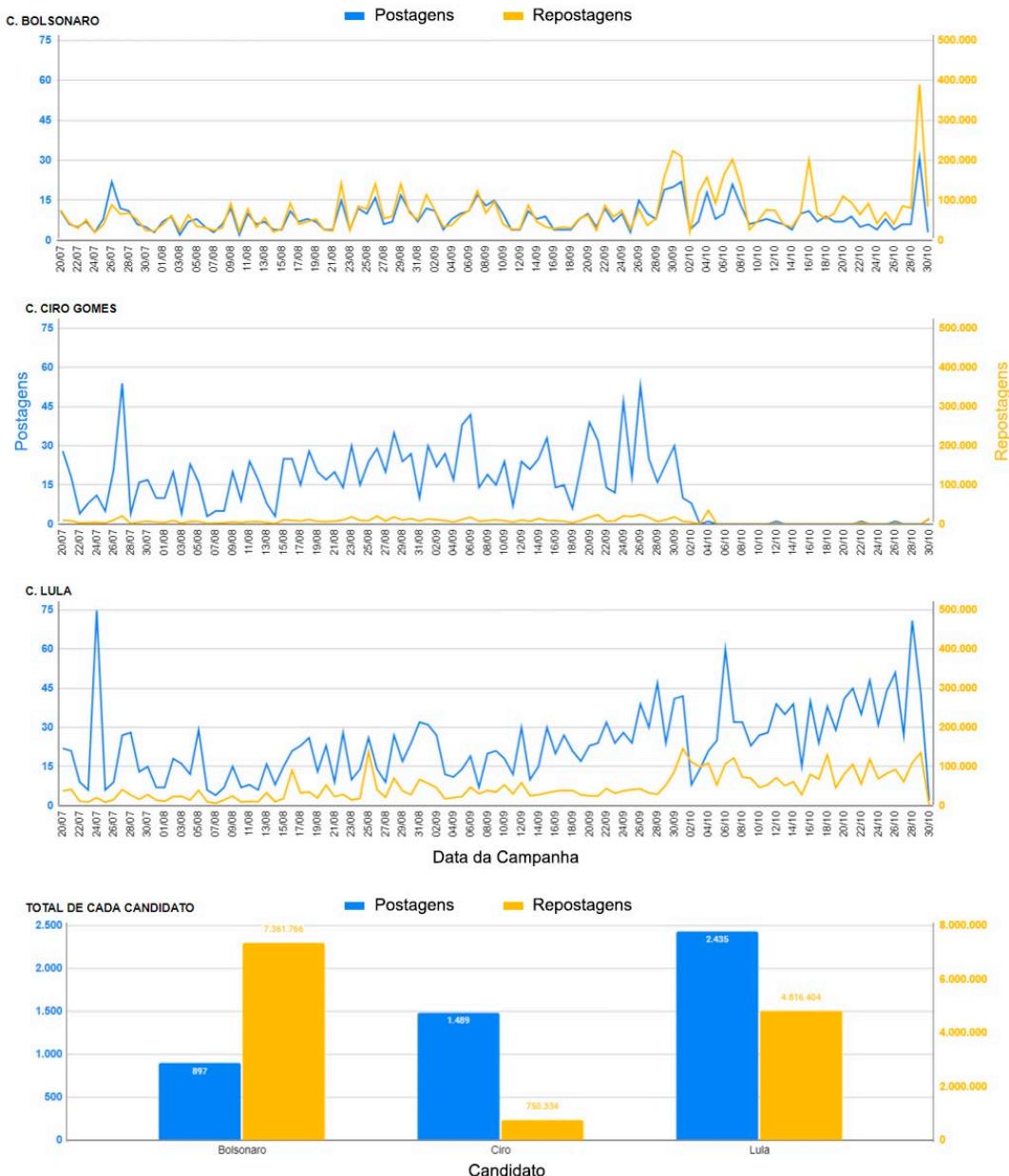
A Figura 2 apresenta a frequência de postagens dos três candidatos Bolsonaro, Ciro Gomes e Lula e repostagens das audiências no transcorrer da campanha. Repostagens são

propagações de conteúdos feitas pelos usuários à sua audiência pessoal da mídia social, promovendo novas interações. Com este recurso da Plataforma X, a visibilidade do candidato é aumentada na Plataforma. Os mais baixos índices de repostagens foram observados para o C. Ciro Gomes, com a curva da frequência de repostagens mais baixa e mantida constante em todo o período analisado. As mais altas frequências de repostagens foram registradas para o C. Bolsonaro, em geral, no transcorrer da campanha, com picos expressivos em 30 de outubro de 2022. Entretanto, as curvas de postagens seguiram um padrão diferente, tendo sido altas no primeiro turno para os candidatos Lula e Ciro Gomes, seguido por aumento expressivo, no segundo turno, para o C. Lula que permaneceu na disputa eleitoral. A audiência do C. Ciro Gomes mostrou baixo número de repostagens por dia, no transcorrer do primeiro turno da campanha, nos meses de julho, agosto e setembro, variou de 973 a 24.201, com leve aumento ao final de setembro de 2022. O gráfico inferior do painel mostra o número total de postagens dos candidatos e de repostagens de audiências, no transcorrer do período observado. Dois candidatos se destacaram: o C. Bolsonaro obteve os mais altos índices de repostagens ($n = 7.440,766$), seguido pelo C. Lula ($n = 4.816,404$).

A média da frequência de repostagens mais alta foi do C. Bolsonaro ($M = 71.474$, $DP = 54.541$), com variação de 19.446 (24 de julho) a 389.989 repostagens (29 de outubro); para o C. Lula ($M = 46.761$, $DP = 33.738$), com variação de 0 (30 de outubro) a 145.570 repostagens (1 de outubro). E, para o C. Ciro Gomes ($M = 7.214$, $DP = 6.738$), com variação de 0 (em múltiplos dias) a 34.900 repostagens (4 de outubro). Entre os dados totais de repostagens, o C. Bolsonaro mostrou 8.207 repostagens por postagem ($DP = 6.304$), o C. Lula, uma média de 1.978 repostagens por postagem ($DP = 2.929$). E, o C. Ciro Gomes uma média de 504 repostagens por postagem ($DP = 1.069$).

Figura 2

Postagens dos Candidatos e Repostagens de suas Audiências na Campanha Eleitoral Presidencial Brasileira de 2022

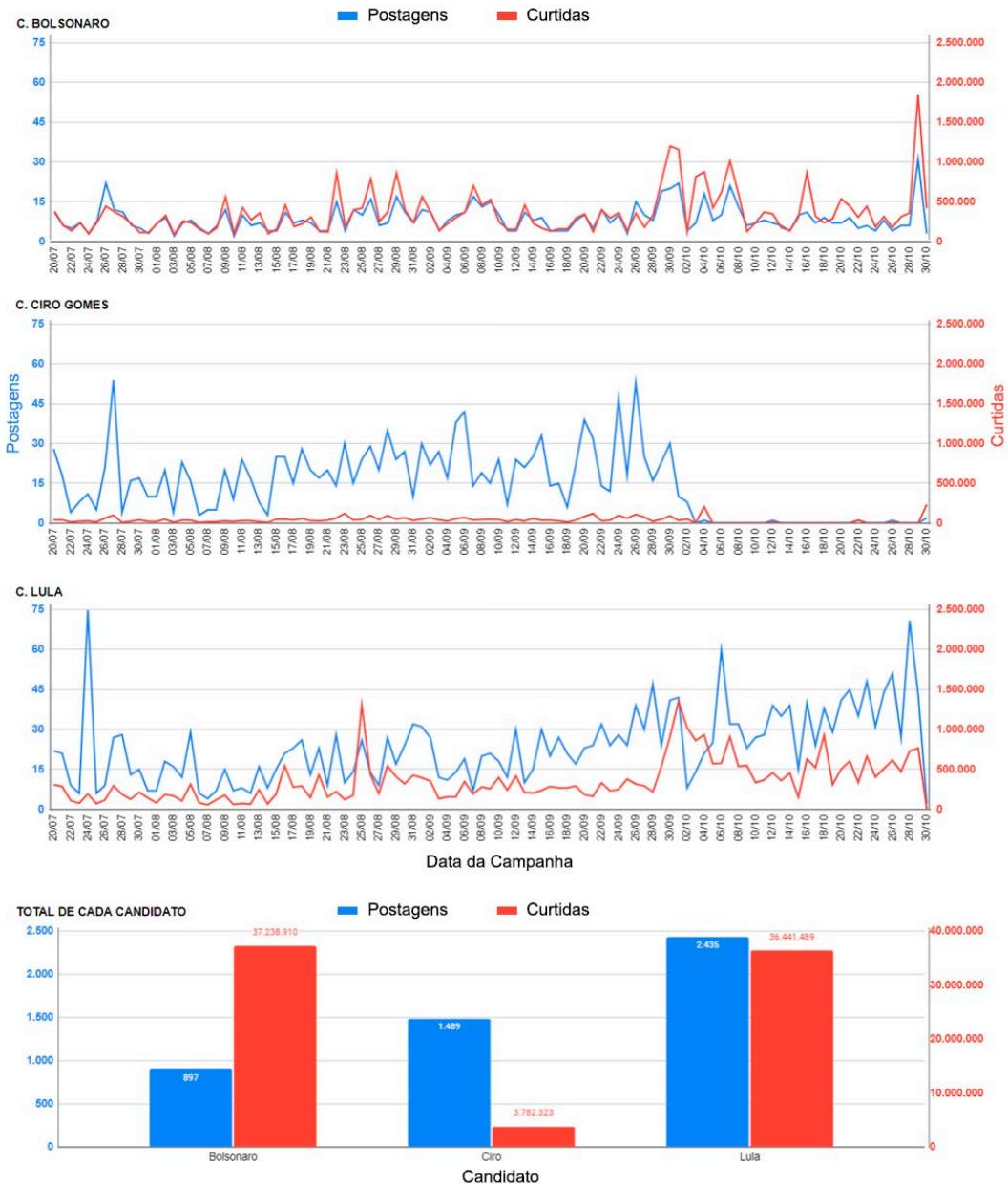


A Figura 3 apresenta as postagens dos três candidatos com as curtidas de seus respectivos usuários no transcorrer da campanha eleitoral. As curtidas refletem o nível de aprovação ou apoio às postagens, pelas respectivas audiências dos três candidatos. As curvas mostraram mudanças de nível para todos os candidatos, no primeiro e no segundo turno das eleições. Os três maiores picos de curtidas para o C. Lula, em 1 de outubro ($n = 1.351.677$), 25 de agosto ($n = 1.307.579$) e 2 de outubro ($n = 1.024.600$). Para o C. Bolsonaro, em 29 de

outubro (1.853.500), 30 de setembro ($n = 1.201.700$) e 1 de outubro ($n = 1.155.700$), e para o C. Ciro Gomes, em 30 de outubro (234.800), 4 de outubro ($n = 206.100$) e 23 de agosto ($n = 121.200$). O gráfico inferior do painel, com os dados totais de postagens dos candidatos e curtidas de seus respectivos usuários mostra resultados semelhantes quanto ao expressivo número de curtidas para os candidatos Bolsonaro e Lula, com 37.238.910 e 36.441.489, respectivamente. Ao comparar as médias diárias de curtidas, do primeiro turno, segundo turno, em geral, para os candidatos que seguiram na disputa eleitoral, observou-se aumentos expressivos. O C. Lula apresentou média diária de 285.081 no primeiro turno, em seguida apresentou aumento significativo para 537.873, com média geral diária de 353.8001 (DP = 261.484), e o C. Bolsonaro obteve média de 321.994 no primeiro turno e, no segundo turno, teve um aumento para 467.479, com média geral diária de 361.543 (DP = 277.230). A média de curtidas por postagem do C. Bolsonaro foi a mais alta ($M = 41.515$, DP = 31.718), seguida pelos candidatos Lula ($M = 14.966$, DP = 24.474) e Ciro Gomes ($M = 2.540$, DP = 8.002).

Figura 3

Postagens dos Candidatos e Curtidas de suas Audiências na Campanha Eleitoral Presidencial Brasileira de 2022



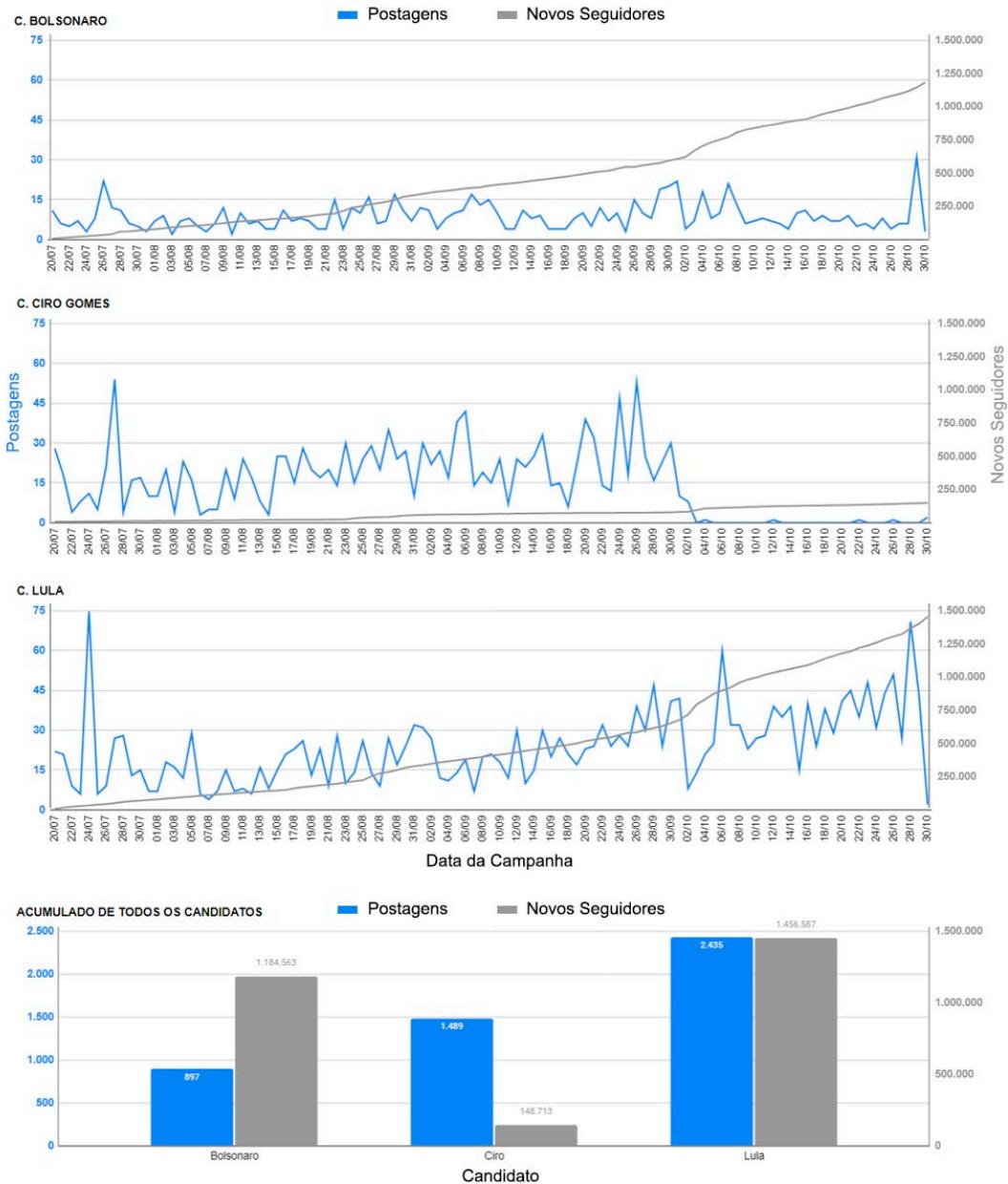
A Figura 4 mostra, para os três candidatos, o registro cumulativo de novos seguidores em 103 dias do período de campanha eleitoral. O acúmulo de novos seguidores por dia indica o crescimento da base de cada candidato ao longo da campanha, e como suas estratégias de comunicação impactaram na atração de potenciais apoiadores. As curvas de novos seguidores para os três candidatos foram ascendentes, com expressivo aumento no segundo turno, para os dois candidatos que seguiram na campanha. Os três maiores aumentos de novos seguidores

para o C. Lula ocorreram durante o segundo turno, em 3 de outubro ($n = 75.743$), 30 de outubro ($n = 53.540$) e 28 de outubro ($n = 44.438$). Para o C. Bolsonaro, em 3 de outubro ($n = 46.929$), 30 de outubro ($n = 38.692$) e 4 de outubro ($n = 38.893$). E, para o C. Ciro Gomes, em 3 de outubro ($n = 13.300$), 4 de outubro ($n = 12.622$) e 24 de agosto ($n = 7.543$). O C. Lula foi a único candidato que não apresentou número negativo no somatório diário de seguidores, com mínimo de 3.125 novos usuários inscritos em seu perfil, no dia 15 de agosto. No entanto, o C. Bolsonaro teve um único dia de somatório diário negativo de seguidores, com a perda de 2.031 usuários inscritos em seu perfil em 26 de setembro. E, o C. Ciro Gomes apresentou somatório diário negativo na quantidade de seguidores nos dias 22 de setembro ($n = -775$) e 25 de setembro ($n = -343$). O gráfico inferior do painel, com dados totais de postagens dos candidatos e novos seguidores, mostra aumentos expressivos de novos seguidores para os candidatos Lula e Bolsonaro, de 1.456.587 e 1.184.563, respectivamente.

O C. Lula apresentou a média diária de 9.587 novos seguidores no primeiro turno, em seguida apresentou aumento significativo para 26.343, com média geral diária de 14.142 ($DP = 11.763$). O C. Bolsonaro obteve a média de 8.299 no primeiro turno e, no segundo turno, mostrou aumento significativo para 20.077, com média geral diária de 11.501 ($DP = 8.206$). A curva de novos seguidores do C. Ciro Gomes apresentou a média de 1.096 novos usuários inscritos em seu perfil no primeiro turno, com aumento que alcançou 2.377 no período equivalente ao segundo turno, embora não tenha seguido na disputa eleitoral. A média geral diária foi de 1.441 ($DP = 2.090$).

Figura 4

Postagens dos Candidatos e Novos Seguidores na Campanha Eleitoral Presidencial Brasileira de 2022



Os dados das Figuras 1 a 3 são apresentados na Tabela 4, com as estatísticas descritivas de todo o período observado, mostrando também todo o conjunto de dados sobre hashtags (#), menções (@) e emojis (😊👍) utilizados. O C. Lula apresentou a frequência mais alta de citações diretas, menções ($n = 1.040$), hashtags ($n = 1.147$) e emojis ($n = 446$), em sua campanha, com as maiores médias do período ($M = 10,1$; $M = 11,1$ e $M = 4,3$, respectivamente). O C. Ciro Gomes ($n = 434$) apresentou um total de uso de emojis semelhante

ao C. Lula, com 504 *hashtags* e 278 citações diretas em suas interações. No entanto, o C. Bolsonaro mostrou as mais baixas frequências de uso dos emojis, com o total de 150, sendo 21 o número máximo por dia. Padrão semelhante também foi observado para as citações diretas ($n = 80$), sendo o único candidato que não utilizou *hashtags* na campanha.

Tabela 4

Estatísticas Descritivas das Postagens de Cada Candidato na Campanha Eleitoral

Variável	Quantidade na campanha			
	Média diária	Mínima em um dia	Máxima em um dia	Total
Candidato Bolsonaro				
Postagens	8,7	2	31	897
Respostas	17.144,4	3.055	65.971	1.765.870
Repostagens	71.473,5	19.446	389.989	7.361.766
Curtidas	361.542,8	86.800	1.853.500	37.238.910
Novos Seguidores	11.500,6	-2.031	46.929	1.184.563
Menções ⁽¹⁾	0,8	0	9	80
<i>Hashtags</i>	0,0	0	0	0
Emojis	1,5	0	21	150
Candidato Ciro Gomes				
Postagens	14,5	0	54	1.489
Respostas	4.862,8	0	41.800	500.865
Repostagens	7.284,8	0	34.900	750.334
Curtidas	36.721,6	0	234.800	3.782.323
Novos Seguidores	1.443,8	-775	13.300	148.713
Menções	2,7	0	10	278
<i>Hashtags</i>	4,9	0	33	504
Emojis	4,2	0	28	434
Candidato Lula				
Postagens	23,6	2	75	2.435
Respostas	36.610,9	0	100.679	3.770.923
Repostagens	46.761,2	0	145.570	4.816.404
Curtidas	353.800,9	0	1.351.677	36.441.489
Novos Seguidores	14.141,6	3.125	75.743	1.456.587
Menções	10,1	0	86	1.040
<i>Hashtags</i>	11,1	0	100	1.147
Emojis	4,3	0	14	446

⁽¹⁾ Mensagens direcionadas especificamente a outros usuários do Twitter, Plataforma X. Devem conter o arroba (@).

Nuvens de palavras (*Word Clouds*) foram criadas, a partir das postagens de cada candidato, no transcorrer da campanha. Nesta plataforma a palavra mais frequente apareceu ao centro, e

palavras com frequências próximas não apresentaram diferenças de tamanho, ainda que houvesse diferenças de fonte e disposição dos termos. Os dados referem-se às 103 postagens de cada candidato, com o maior número de respostas, no transcorrer da campanha eleitoral. A Figura 5 apresenta a nuvem de palavras da campanha do C. Bolsonaro na Plataforma X. As 10 palavras com destaque visual foram Brasil ($n = 148$), nossa ($n = 73$), governo ($n = 70$), Bolsonaro ($n = 65$), maior ($n = 64$), país ($n = 64$), anos ($n = 61$), hoje (59), milhões (55) e liberdade ($n = 54$). O candidato fez uso de emoji ($n = 4$) para propagar o seu número representativo (22). Também emitiu seu número representativo numericamente outras quatro vezes. Ambas as formas foram tratadas sob a apresentação numérica. O recurso analítico em forma de nuvem de palavras tem sido amplamente aplicado. Entretanto, a apresentação visual de palavras mais frequentes em uma nuvem de palavras, não informa sobre as relações funcionais em interações verbais, um recurso prioritário para compreensão da linguagem e cognição na perspectiva do modelo de seleção por consequências, da Análise do Comportamento, que será apresentado a seguir. O destaque para “Bolsonaro” na nuvem de palavras, é consistente com as análises funcionais ao mostrarem operantes verbais e molduras relacionais com foco em seu governo e defesas de opiniões.

Figura 5

Nuvem de Palavras do C. Bolsonaro em 103 dias de Campanha Eleitoral Presidencial

Brasileira de 2022



Na Figura 6, a nuvem de palavras representa a campanha do C. Ciro Gomes na Plataforma X. As 10 palavras que mais aparecem foram Brasil ($n = 399$), Ciro ($n = 330$), vai ($n = 192$), Bolsonaro ($n = 189$), hoje ($n = 170$), Lula ($n = 147$), nossa ($n = 139$), vamos ($n = 128$), gente ($n = 123$) e programa ($n = 123$). O candidato fez uso de emoji ($n = 22$) para propagar o seu número representativo (12). Também o emitiu numericamente 43 vezes, de diferentes formas ao longo da campanha (e.g., #CasaCiro12, time 12, vamos de 12, 12 é o número da torcida, etc). Ambas

as formas foram tratadas sob a apresentação numérica. Novamente, consistente com as análises funcionais, o C. Ciro Gomes apresentou críticas a outros candidatos, tendo destacado na nuvem de palavras os nomes de todos os candidatos.

Figura 6

Nuvem de Palavras do C. Ciro Gomes em 103 dias de Campanha Eleitoral Presidencial Brasileira de 2022



Na Figura 7, a nuvem de palavras representa a campanha do C. Lula na Plataforma X. As 10 palavras em maior destaque foram Brasil ($n = 676$), vamos ($n = 584$), equipelula ($n = 518$), Lula ($n = 506$), país ($n = 390$), ricardostuckert (301), hoje ($n = 254$), gente ($n = 249$),

brasíldaesperança ($n = 242$) e governo ($n = 220$). O candidato não emitiu o seu número representativo ($n = 13$) em forma de emoji, mas fez uso deste de diversas formas diferentes durante a sua campanha na Plataforma X (e.g., vote 13, às 20h13, mais de 13 mil propostas, programa Casa 13, etc), sendo emitida com a frequência igual a 93.

Figura 7

Nuvem de Palavras do C. Lula em 103 dias de Campanha Eleitoral Presidencial Brasileira de 2022



A partir das postagens de todos os candidatos juntos, foi construída uma nuvem de palavras combinada, fornecendo o panorama da campanha, conforme mostra a Figura 8. As 15 palavras

que mais foram emitidas foram Brasil ($n = 1223$), vamos ($n = 721$), Lula ($n = 694$), país ($n = 566$), equipelula ($n = 518$), hoje ($n = 483$), Bolsonaro ($n = 464$), governo ($n = 379$), gente ($n = 377$), nossa ($n = 347$), Ciro ($n = 335$), ricardostuckert ($n = 301$), anos ($n = 284$), presidente ($n = 272$), minha ($n = 271$).

Figura 8

Nuvem de Palavras com Postagens de Todos os Candidatos em 103 dias de Campanha Eleitoral Presidencial Brasileira de 2022



A Tabela 5 mostra a participação de cada candidato na frequência das 15 palavras mais emitidas durante a campanha na Plataforma X, combinando as postagens dos três candidatos.

Nota-se que os termos equipelula e ricardostuckert aparecem exclusivamente nas postagens do C. Lula. “Ciro” foi observado de forma quase exclusiva nas postagens do C. Ciro, com o C. Lula utilizando-a em apenas 1,5% do total de emissões, enquanto o C. Bolsonaro não a empregou. “Brasil”, que apareceu em primeiro lugar para todos os candidatos, foi emitida em maior parte pelo C. Lula (55,3%), seguido pelos candidatos Ciro (32,6%) e Bolsonaro (12,1%).

Tabela 5

Participação de Cada Candidato nas Quinze Palavras mais Emitidas Durante a Campanha Eleitoral Presidencial Brasileira de 2022

Palavra	Candidatos						
	Todos		Bolsonaro		Ciro		
	n	n	(%)	n	(%)	n	(%)
Brasil	1223	148	12,1	399	32,6	676	55,3
vamos	721	9	0,7	128	10,5	584	47,8
Lula	694	41	3,4	147	12,0	506	41,4
país	566	64	5,2	112	9,2	390	31,9
equipelula	518	0	0,0	0	0,0	518	42,4
hoje	483	59	4,8	170	13,9	254	20,8
Bolsonaro	464	65	5,3	189	15,5	210	17,2
governo	379	70	5,7	89	7,3	220	18,0
gente	377	5	0,4	123	10,1	249	20,4
nossa	347	73	6,0	139	11,4	135	11,0
Ciro	335	0	0,0	330	27,0	5	0,4
ricardostuckert	301	0	0,0	0	0,0	301	24,6
anos	284	61	5,0	83	6,8	140	11,4
presidente	272	7	0,6	69	5,6	196	16,0
minha	271	10	0,8	105	8,6	156	12,8

Categorias Temáticas

Nas análises temáticas de cada candidato, realizadas ao longo dos 103 dias de coleta de dados, foi selecionada a postagem diária com maior destaque em número de respostas, resultando em no máximo uma postagem por candidato por dia. Essas postagens foram então categorizadas conforme as tipologias propostas por Fonseca (2012), adaptadas ao contexto das eleições presidenciais de 2022 e às mudanças na plataforma, conforme critérios descritos nas

Tabelas 1, 2 e 3. A análise foi conduzida pelo pesquisador e por uma aluna de graduação¹⁰ treinada para a tarefa, tendo ocorrido de forma individual e sem interações verbais entre eles durante o processo. A concordância entre os observadores foi de 98,1% para o candidato Bolsonaro, 99,6% para o candidato Ciro, e 98,5% para o candidato Lula, resultando em uma concordância geral de 98,8%.

A Tabela 6 apresenta uma visão geral da campanha com base nas análises temáticas. O C. Lula teve o maior número de postagens de destaque relacionadas a Propostas de Governo ($n = 19$), seguido pelo C. Ciro Gomes ($n = 5$) e C. Bolsonaro ($n = 2$). Além disso, o C. Lula também liderou em postagens de destaque sobre Ações de Campanha ($n = 102$), seguido por C. Bolsonaro ($n = 98$) e C. Ciro Gomes ($n = 76$). E, em Recursos da Plataforma, tanto C. Bolsonaro quanto C. Lula alcançaram o máximo de 103 postagens de destaque com esse tema, enquanto o C. Ciro Gomes registrou 79.

Tabela 6

Frequência de Postagens de Destaque com as Categorias Temáticas

Candidato	Propostas de Governo	Ações de Campanha	Recursos da Plataforma
Bolsonaro	2	98	103
Ciro Gomes	5	76	79
Lula	19	102	103
Total	26	276	285

A Figura 9 apresenta a frequência das unidades temáticas da categoria Propostas de Governo contempladas em postagens de destaque dos três candidatos em cada um dos 103 dias de campanha. Para o C. Bolsonaro, apenas três categorias foram unidades temáticas abordadas: Economia, Meio Ambiente e Política Externa. Uma das postagens, publicada em

¹⁰ Náthaly Morais Gomes, Bolsista de Iniciação Científica, Edital ProIC/DPG/UnB – PIBIC 2023-2024.

20 de setembro de 2022, abordou a proposta de Política Externa e envolveu o acolhimento de cristãos em situação de perseguição na Nicarágua:

O Brasil não assistirá de braços cruzados a mais um episódio dessa perseguição diabólica contra cristãos promovida pela ditadura socialista da Nicarágua. Estamos prontos para acolher padres e freiras perseguidos, facilitando ainda mais seu ingresso e instalação em nosso país.

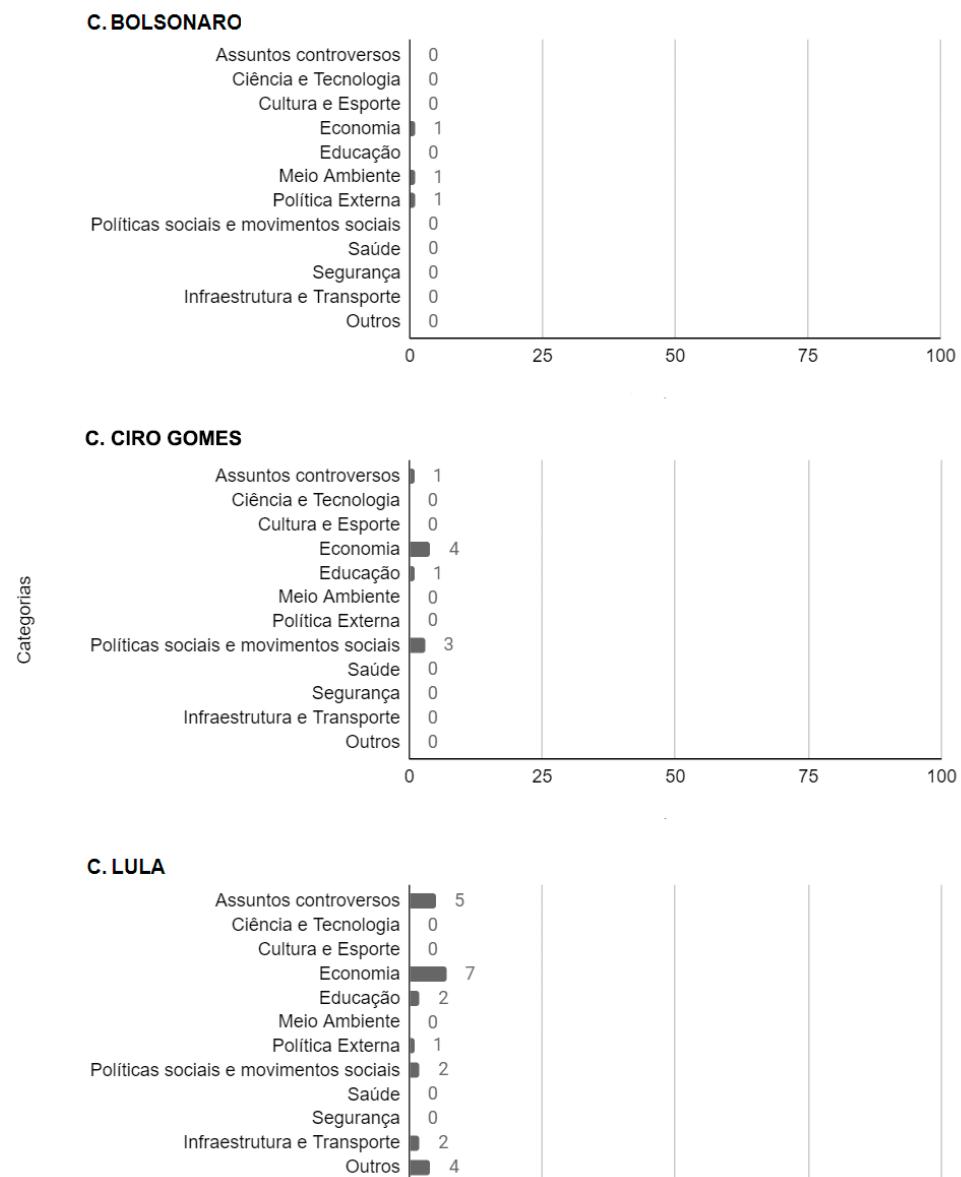
A postagem de destaque sobre Proposta de Governo foi publicada em 14 de outubro, abordando Meio Ambiente e de Economia, com a continuidade da transposição do Rio São Francisco:

Transposição do São Francisco, mais de 2.237 cisternas perfuradas oferecendo água ao semiárido Nordestino e Mineiro (AL, BA, CE, MG, PB, PE, PI, RN e SE) e máquinas que transformam a humidade do ar em água. Libertação do Nordeste dos carros pipa!

O serviço não pode parar!

O C. Ciro Gomes mostrou frequência mais alta de postagens em Propostas de Governo com o tema Economia, seguida por Políticas/Movimentos Sociais, com ações estatais voltadas à proteção social, bem-estar da sociedade e redução de desigualdades entre classes e setores sociais. Houve apenas uma ocorrência nas unidades temáticas Educação e Assuntos Controversos. A postagem de destaque ocorreu em 19 de agosto: “Uma escolha não tão difícil assim parte 2 🌟”. O C. Ciro Gomes repondeu e comentou em seu perfil sobre a mensagem de um usuário, que havia anexado uma imagem comparando os candidatos Bolsonaro e Lula em relação às propostas do C. Ciro Gomes. A imagem postada incluiu Temas Polêmicos, abordando o fim do foro privilegiado e das reeleições; Políticas/Movimentos Sociais, abordando a distribuição de poder para o povo; Economia, com a geração de emprego e reindustrialização; e a Educação, com foco na educação pública.

O C. Lula mostrou frequência mais alta de postagens na categoria Propostas de Governo, nos temas Economia, e Assuntos Controversos, tendo este um foco exclusivo sobre o sigilo de 100 anos imposto pelo C. Bolsonaro relativo a processos internos do governo, como visitas ao Palácio do Planalto e gastos presidenciais. Como uma terceira unidade temática, Outros, incluiu três postagens sobre estabelecer parcerias com governadores dos 27 estados, considerando a Economia, Infraestrutura e Transporte, publicadas em 9 de agosto, 12 de agosto e 9 de setembro, além de uma resposta voltada para a promessa de ser presidente por apenas um mandato, em 25 de outubro.

Figura 9*Frequência de Propostas de Governo nas Postagens de Destaque dos Candidatos*

A Figura 10 mostra a frequência de postagens dos candidatos da categoria Ações de Campanha. As unidades temáticas Comentários sobre a Campanha, Críticas aos outros Candidatos e Fortalecimento da Imagem Pública tiveram as mais altas frequências emitidas pelos três candidados. O C. Bolsonaro, em Comentários sobre Campanha ($n = 47$), apresentou abordagens gerais sobre as eleições que não se encaixam em outra unidade temática (e.g., a rotina de um candidato, impressões sobre a campanha e afirmações sobre a vontade do povo). Em seguida, Fortalecimento da Imagem Pública ($n = 38$), contou com postagens sobre si

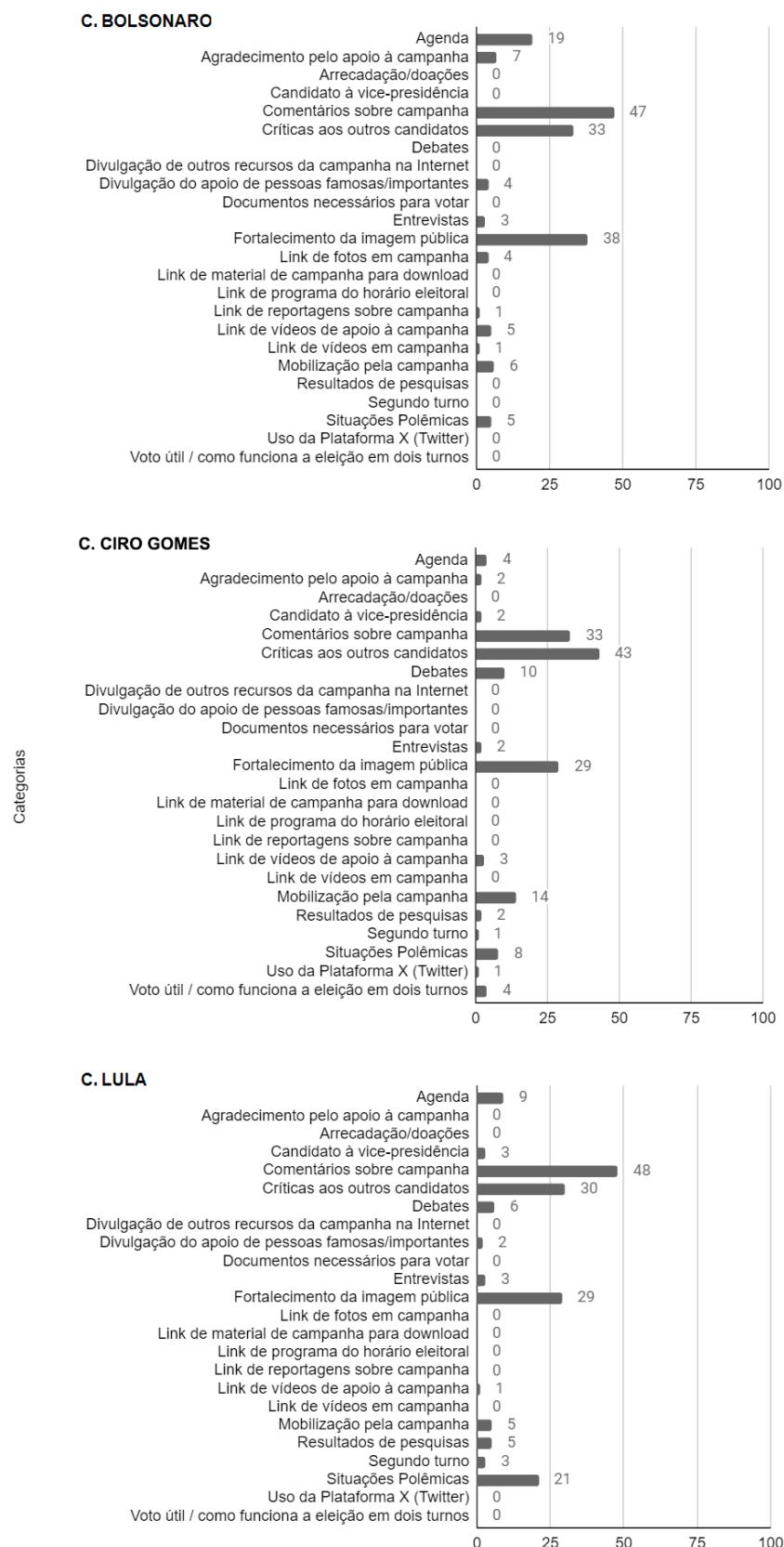
mesmo, sua trajetória ou o que defende, sem relação direta com Propostas de Governo. Críticas aos Outros Candidatos foi a terceira temática mais frequente ($n = 33$), e contou com a desaprovação de comportamentos ou opiniões de outros candidatos. A frequência total da categoria Ações de Campanha para o C. Bolsonaro foi de 177 postagens, contemplando também outros dez temas em mais baixa frequência (e.g., agradecimento pelo apoio à campanha, link de vídeos de apoio à campanha, e mobilização pela campanha).

A frequência das principais unidades temáticas abordadas pelo C. Ciro Gomes foi para Críticas a Outros Candidatos ($n = 43$), Comentários Sobre a Campanha ($n = 33$) e Fortalecimento da Imagem Pública ($n = 29$). Doze outras unidades temáticas tiveram mais baixas frequências tais como Debates, Mobilização pela Campanha e Situações Polêmicas. Esta última envolveu críticas: (i) a pessoas que agrediram apoiadores de sua campanha, (ii) ao C. Bolsonaro por ter usado seu papel presidencial para promover sua candidatura no evento da Independência do Brasil, e (iii) às recorrentes críticas recebidas por ter estado em Paris no segundo turno da eleição de 2018, não apoiando o candidato do PT, em disputa com o C. Bolsonaro. A frequência total de Ações de Campanha do C. Ciro Gomes foi de 158 postagens.

As frequências mais altas do C. Lula foram atribuídas aos Comentários Sobre a Campanha ($n = 48$), Críticas a Outros Candidatos ($n = 30$), Fortalecimento da Imagem Pública ($n = 29$) e Situações Polêmicas ($n = 21$). Oito unidades temáticas tiveram frequências mais baixas, e a frequência total de Ações de Campanha para o C. Lula foi de 165 postagens.

Figura 10

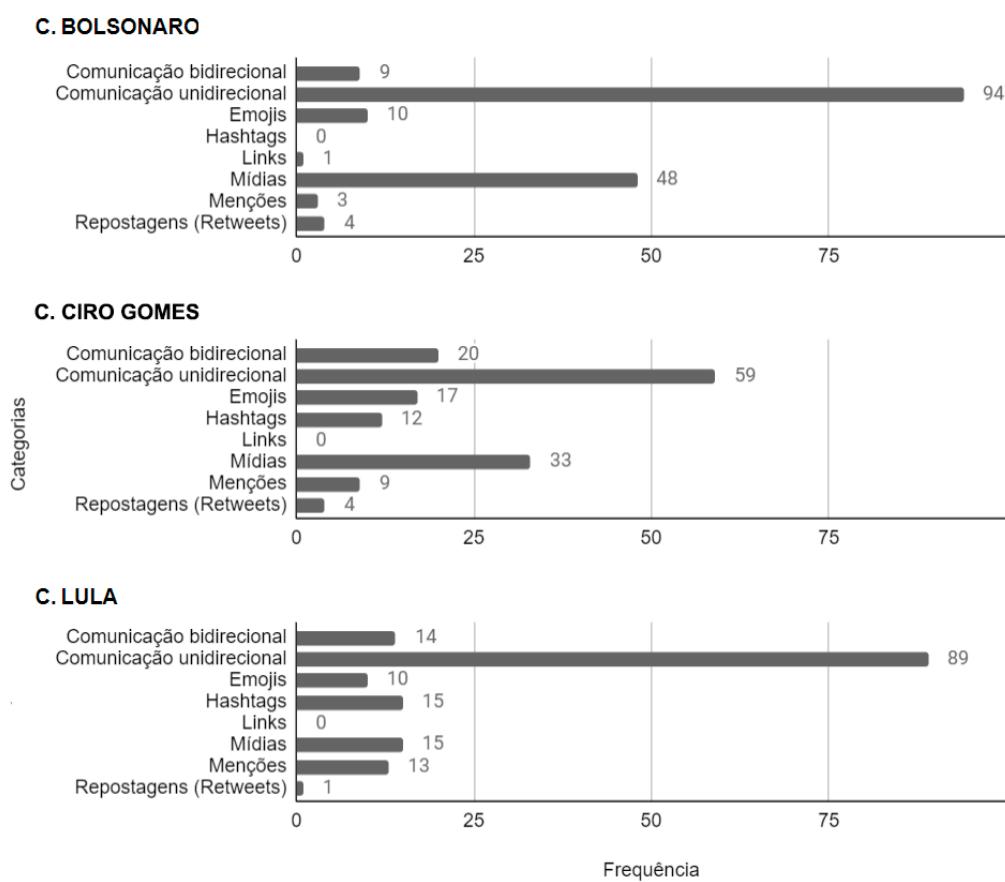
Frequência de Ações de Campanha nas Postagens de Destaque dos Candidatos



A Figura 11 apresenta a frequência da categoria Recursos da Plataforma, com suas 8 unidades temáticas. Para o C. Bolsonaro, os temas com postagens mais frequentes foram Comunicação Não Direcionada ($n = 94$), que envolveu informações sem um interlocutor específico e Mídias ($n = 48$). Em seguida, postagens com o uso de Emojis ($n = 10$) e Comunicação Direcionada ($n = 9$). C. Ciro Gomes apresentou também maiores frequências para Comunicação Não Direcionada ($n = 59$), Mídias ($n = 33$), e uso de emojis ($n = 17$). A Comunicação Direcionada foi observada em 20 mensagens, enquanto *Hashtags* apareceram 12 postagens. Assim como para os demais candidatos, o C. Lula utilizou em alta frequência a Comunicação Não Direcionada ($n = 89$), e outras cinco unidades temáticas tiveram frequências semelhantes como *Hashtags* e Mídias ($n = 15$), Comunicação Direcionada ($n = 14$), e Menções ($n = 13$) e uso de Emojis ($n = 10$).

Figura 11

Frequência de Recursos da Plataforma nas Postagens de Destaque do Candidatos



Análises Funcionais de Relações Verbais

Foram selecionadas a postagem de maior destaque em cada bloco de 10 dias da campanha eleitoral (20/07 a 29/07, 30/07 a 08/08, 09/08 a 19/08, 19/08 a 28/08, 29/08 a 07/09, 08/09 a 17/09, 18/09 a 27/09, 28/09 a 07/10, 08/10 a 17/10, e 18/10 a 30/10), tendo o conjunto final 13 dias finais da campanha. Para cada postagem de maior destaque dos candidatos, foram selecionadas 3 respostas de usuários, seguindo os critérios de ordem de apresentação (a primeira, a segunda, a terceira, desde que cumpram os critérios para as respostas a serem selecionadas, conforme apresentados anteriormente). O total de 40 mensagens para cada candidato é apresentado nos Apêndices A, B e C, acompanhadas das respectivas análises funcionais. As Tabelas 7, 8 e 9 mostram análises funcionais das postagens do C. Bolsonaro, Ciro Gomes e Lula, seguidas por análises de três respostas das audiência, contíguas às postagens.

Tabela 7

Análises Funcionais das Postagens do C. Bolsonaro e Respostas de Usuários

Relatos	Análises Funcionais	Totais
<p>Postagem 3 (BolsonaroP3)</p> <p>@airbolsonaro 15/08/2022, 13:54 7.091 respostas</p> <p>- A partir de amanhã, 16/08, a Petrobras reduzirá em R\$ 0,18 o preço médio de venda de gasolina para as distribuidoras, passando de R\$ 3,71 para R\$ 3, 53 o litro.^(1,a) - É a terceira redução anunciada nas últimas semanas.⁽²⁾ Brevemente teremos uma das “gasolinas” mais baratas do mundo.^(3,b)</p>	<p>Tatos^(a) com alta magnitude de reforço.^(b) O Autoclítico “mais baratas do mundo” sintetiza o alto valor da mensagem, em uma <u>Moldura de Comparação</u> com previsão favorável ao governo Bolsonaro “uma das gasolinas mais baratas do mundo”. Da postagem, deriva-se uma <u>Moldura de Coordenação</u> entre o governo Bolsonaro e o autoclítico “terceira” redução de preço.</p>	<p>Tato (3) Autoclítico (2) Moldura de Coordenação (1) Moldura de Comparação (1)</p>
<p>Resposta BolsonaroP3 (R1BolsonaroP3) 15/08/2022, 17:41</p> <p>Mesmo com a esquerda “trabalhando” contra,⁽¹⁾ nós vamos vencer.⁽²⁾ Obs: “trabalhando” entre aspas</p>	<p>O usuário responde com <u>Tatos</u> para criticar a esquerda, tendo função punitiva para o candidatar-se do C. Lula. Em um tato supersticioso “nós vamos vencer”, envolveu um evento futuro e incerto. Há uma função reforçadora social positiva para o apoio dos eleitores do C. Bolsonaro com essa previsão. Os <u>Autoclíticos com ironia</u> foram apresentados em “trabalhando”, “entre aspas mesmo” e “contra”. A</p>	<p>Tato (4) Autoclítico (3) Reforço Social Positivo (1) Punição (1) Ironia (1) Moldura de Coordenação (1)</p>

mesmo,⁽³⁾ porque essa palavra a esquerda desconhece.⁽⁴⁾

Moldura de Coordenação relacionou para a audiência a relação entre a esquerda e trabalhar. E, em uma Moldura de Oposição, a esquerda como uma força contrária ao C. Bolsonaro.

Moldura de Oposição (1)

R2BolsonaroP3

15/08/2022, 13:59

Foi só o Lula crescer nas pesquisas⁽¹⁾ que o Bolsonaro reduziu o preço da gasolina.⁽²⁾ Desse jeito em outubro a gasolina vai estar de graça.⁽³⁾



Obrigado LULA!

O usuário emitiu Tatos, derivando a Moldura de Causalidade “Foi só o Lula crescer nas pesquisas”, “que o Bolsonaro reduziu o preço da gasolina”, “desse jeito em outubro a gasolina vai estar de graça”. Neste caso, a hipérbole intensifica a ironia. Os Autoclíticos intensificam os tatos “crescer”, “reduziu”, “de graça”, assim como os emojis que sugerem o engracado, provocando lágrimas de alegria, e os emojis de aprovação para o crescimento do C. Lula.

Tato (3)
Autoclítico (5)
Ironia (2)
Moldura de Causalidade (1)

R3BolsonaroP3

16/08/2022, 23:47

Se na semana que vem as pesquisas continuarem dando Lula com muita vantagem,⁽¹⁾ qual vai ser o próximo benefício pra povo?⁽²⁾ Precisava ter tido pesquisa eleitoral nesses quatro anos, viu?!?⁽³⁾ Todos os meses, sem falta!⁽⁴⁾

A resposta à postagem do C. Bolsonaro, Intraverbal, é formada por descrições de relações, por Tatos que incluem tatos disfarçados em mandos (em perguntas que foram formuladas). Os Autoclíticos “muita vantagem”, “benefício”, “quatro anos”, “todos os meses”, e “sem falta” intensificam relações derivadas em Moldura Relacional de Causalidade. Nesta, o desempenho nas pesquisas de intenção de votos com vantagens para o C. Lula, explicam o desempenho reativo do C. Bolsonaro (com os preços da gasolina).

Intraverbal (1)
Autoclítico (5)
Ironia (1)
Tato Disfarçado de Mando (4)
Moldura de Causalidade (1)

Postagem 10 (BolsonaroP10)

@jairbolsonaro
30/10/2022, 23:58
37k respostas

Vistam toda a armadura de Deus, para poderem ficar firmes contra as ciladas do Diabo,^(Mando) pois a nossa luta não é contra humanos, mas contra os poderes e autoridades, contra os dominadores deste mundo de trevas...”⁽¹⁾ Efésios 6:11-12⁽²⁾
- QUE DEUS ABENCOE O NOSSO AMADO BRASIL!

(Mando) BR

Com Transcrição bíblica, o C. Bolsonaro emitiu Mando com caráter religioso, alerta seus seguidores que se protejam contra um inimigo não humano, uma figura de autoridade com influência maligna. E, o tato disfarçado em Mando, a bênção ao Brasil. O Mando inicial pode estar se referindo ao C. Lula, a partir de uma Moldura de Coordenação, uma vez que é visto como seu maior opositor nas eleições. E, utilizando a Moldura Dêidica “nosso” com os Autoclíticos “de Deus”, “Diabo”, “dominadores” e “trevas” de “Amado” e o emoji com a bandeira do Brasil, deriva-se uma Moldura de Coordenação, recorrente apresentada na campanha, entre o C. Bolsonaro – patriotismo cristão.

Tato (2)
Mando (1)
Autoclítico (6)
Tato Disfarçado de Mando (1)
Transcrição (1)
Moldura de Coordenação (2)
Moldura Dêitica (1)

R1BolsonaroP10

30/10/2022, 10:01

Para os mortos do covid, nem um versículo bíblico. Deus está vendo⁽¹⁾ e o dia chegou.⁽²⁾

Intraverbal para a mensagem com conteúdo religioso do C. Bolsonaro. A usuária emitiu um Tato distorcido, descrevendo a ausência de menções às vítimas da pandemia de Covid-19, durante o governo Bolsonaro. Há uma função punitiva na mensagem para os comportamentos do gestor Bolsonaro. O que se observa também com os Tatos “Deus está vendo” (com sugestão de acusação), e “o dia chegou” em Moldura Temporal, com a expectativa de vitória do C. Lula nas eleições.

Tato (2)
Intraverbal (1)
Punição (1)
Tato Distorcido (1)
Moldura Temporal (1)

R2BolsonaroP10

30/10/2022, 21:12

Presidente ... Eu sou

Mensagem com Autoclíticos “Presidente”, “eternamente” grato, “Obrigoooo” têm função reforçadora social positiva para os comportamentos

Tato (2)
Autoclítico (3)
Reforço Social

eternamente grato, a tudo que o senhor fez por nosso País. ⁽¹⁾ DEUS sempre está no controle. ⁽²⁾ Obrigadooo	do Presidente e C. Bolsonaro. ^(c) A mensagem com caráter religioso está no Tato distorcido, deixando implícito que o resultado eleitoral desfavorável ao candidato deve ter uma razão divina.	Positivo (1) Tato Distorcido (1)
R3BolsonaroP10 31/10/2022, 07:37 Deixa de ódio, ⁽¹⁾ levanta, ⁽²⁾ pega o telefone e liga ao @LulaOficial parabenizando e reconhecendo a decisão da maioria dos eleitores. ⁽³⁾ Não passe tanta vergonha assim. ⁽⁴⁾	O usuário emitiu <u>Mandos</u> , sugerindo que o C. Bolsonaro pare com “ódio” e “não passe tanta vergonha assim”, um Mando disfarçado de tato, destacando a inexistência de cumprimentos por parte do C. Bolsonaro para a vitória do C. Lula. Em <u>Moldura de Oposição</u> relaciona-se o não cumprimento do C. Bolsonaro em oposição a resultados de uma eleição democrática, tendo os resultados da “maioria dos eleitores”. A mensagem tem intensificação com os <u>Autoclíticos</u> “ódio”, “maioria”, “tanta” vergonha, com função de <u>punição</u> para os comportamentos do C. Bolsonaro.	Mando (4) Autoclítico (3) Punição (1) Moldura de Oposição (1)

^(a) Os números inseridos nos textos das postagens e respostas sinalizam a frequência de operantes verbais identificados na análise funcional.

^(b) Contexto de queda dos preços dos combustíveis no mercado internacional e a redução de impostos pelo governo (Agência Brasil, 2022c, 27 de dezembro; G1, 2022, 01 de setembro; UOL, 2022c).

^(c) O resultado das eleições de 2022, no segundo turno, apresentou o C. Bolsonaro em segundo lugar.

Tabela 8

Análises Funcionais das Postagens do C. Ciro Gomes e Respostas de Usuários

Relatos	Análises Funcionais	Totais
Postagem 1 (CiroP1)		
@cirogomes 26/07/2022, 16:43 2.705 respostas Eu quero debater. ^(1,a) Bolsonaro e Lula, não. ⁽²⁾ É o silêncio dos inocentes? Não. ⁽³⁾ É o silencio dos culpados. ⁽⁴⁾	Os <u>tatos</u> ^(a) também envolvem <u>moldura relacional de oposição</u> quanto ao debate de propostas na campanha eleitoral, dois lados são classificados: (i) C. Ciro e (ii) C. Lula e C. Bolsonaro. Entre os <u>autoclíticos</u> “inocentes” e “culpados”, este é aplicado aos opositores. Candidato faz <u>tato disfarçado de mando</u> na pergunta retórica “É o silêncio dos inocentes?”, que é confirmado no <u>intraverbal</u> da sequência “Não.”, descrevendo o que sua fala sugere.	Tato (4) Intraverbal (1) Autoclítico (2) Moldura de Oposição (1) Tato Disfarçado de Mando (1)
Resposta CiroP1 (R1CiroP1) 27/07/2022, 08:54 Que horas sai o voo para Paris? ⁽¹⁾ Triste papel de ser força auxiliar do Fascismo, ⁽²⁾ levando a eleição para o segundo turno e rompendo o apoio ao Lula. ⁽³⁾	No <u>tato disfarçado em mando</u> “Que horas sai o voo para Paris?” há <u>ironia</u> ao referir-se à eleição passada em que o C. Ciro não apoiou seus oponentes desta eleição e viajou para a França. Aos <u>Autoclíticos relacionais</u> qualificadores “triste papel” e “força auxiliar do Facismo” segue o <u>tato</u> que sugere fortalecimento do C. Bolsonaro “levando a eleição para o segundo turno e rompendo o apoio ao Lula.”	Tato (2) Tato Disfarçado de Mando (1) Ironia (1) Autoclítico (2)
R2CiroP1 26/07/2022, 16:45 Silêncio não, ⁽¹⁾ Medo de enfrentar um candidato com Plano de Governo, ⁽²⁾ sem rabo preso ⁽³⁾ e com total	<u>Intraverbal</u> sob controle da mensagem do C. Ciro, com <u>Moldura de Oposição</u> : C. Lula e C. Bolsonaro <i>versus</i> C. Ciro com Plano de Governo ^(b) ; total condição de reconstruir o país; e não tem agravantes “rabo preso” (tato metafórico com função de qualificação). Observa-se os <u>autoclíticos relacionais</u> com a função de qualificadores: “silêncio não,	Intraverbal (1) Tato (4) Autoclítico (5) Moldura de Oposição (1)

condição de reconstruir esse País!⁽⁴⁾

R3CiroP1

Faz um debate nos canais de Podcasts com os candidatos que quiserem ir e assim a mídia dos bancos perdem a moral!

“medo de enfrentar”, “com Plano de Governo”, “sem rabo preso”, “com total condição”.

Intraverbal (1)

Mando (1)

Autoclítico (2)

Postagem 6 (CiroP6)

CiroP6

@cirogomes

14/09/2022, 08:32

4.627 respostas

Terei orgulho de dizer aos meus filhos e netos⁽¹⁾ “Eu não me vendi.⁽²⁾ Eu não me rendi”.⁽³⁾ E aqueles que me apoiam terão orgulho de revisar meu passado limpo e de muita luta pelo povo brasileiro.⁽⁴⁾

Tatos com qualificadores (autoclíticos) “terei orgulho de dizer”, “Eu não me vendi”, “Eu não me rendi”, “meu passado limpo”, “meu passado... de muita luta pelo povo brasileiro”. Moldura de Coordenação com qualificadores positivos e o C. Ciro.

Tato (4)
Autoclíticos (5)
Moldura de Coordenação (1)

R1CiroP6

14/09/2022, 08:39

Se seu ego fosse menor que seu amor ao País vc seria O CARA...⁽¹⁾ vc teve a chance de unir a terceira via⁽²⁾ mas nunca abdicou de ser o cabeça de chapa,⁽³⁾ vou votar no terceiro colocado, que possivelmente será vc,⁽⁴⁾ mas é um voto triste,⁽⁵⁾ a terceira via não criou o momentum necessário.⁽⁶⁾

Intraverbal com tatos e autoclíticos para o desempenho do C. Ciro em campanhas eleitorais: “se seu ego fosse menor que o amor ao país vc seria o cara”; “você nunca abdicou de ser o cabeça de chapa”; “mas é um voto triste, a terceira via não criou o momentum necessário.” A resposta do usuário tem função punidora (desaprovação). E, função reforçadora (o voto) “vou votar no terceiro colocado, que possivelmente será vc”.

Intraverbal (1)
Tato (6)
Punição (1)
Reforço (1)

R2CiroP6

14/09/2022, 14:33

e seus netos vão falar:
“pardon, je ne comprends pas”

Intraverbal com tato com referência recorrente a 2018, sugerindo a partir da viagem para a França, que os netos se manifestarão em francês, não compreendendo sua escolha de 2018. Resposta com função punidora.

Intraverbal (1)
Tato (1)
Punição (1)

R3CiroP6

15/09/2022, 18:50

E a retroescavadeira?^(c)

Tato disfarçado em mando, o que resultaria em respostas do C. Ciro sobre o evento ocorrido com seu irmão, o senador Cid Gomes em 2020.

Mando (1)

^(a)os números inseridos nos textos das postagens e respostas sinalizam a frequência de operantes verbais identificados na análise funcional.

^(b)Projeto nacional: o dever da esperança (Gomes, 2020).

^(c)Referência ao irmão, o senador Cid Gomes que em 2020 dirigiu uma retroescavadeira contra PMs no Ceará (Agência Brasil, 2020).

Tabela 9*Análises Funcionais das Postagens do C. Lula e Respostas de Usuários*

Relatos	Análises Funcionais	Totais
Postagem 3 (LulaP3) @lulaoficial 09/08/2022, 12:12 15k respostas Se eu for eleito, a primeira coisa que vou fazer é reunir os 27 governadores para reconstituir o pacto federativo e pensar um pacote de infraestrutura com as principais obras que precisam ser feitas em cada estado. E vou ajudar os governadores a buscarem investimentos.	O C. Lula apresenta propostas de campanha, em momentos iniciais de seu futuro governo. Tatos ^(a) : “Se eu for eleito, a primeira coisa que eu vou fazer é reunir os 27 governadores para reconstituir o pacto federativo”; “e pensar um pacote de infraestrutura com as principais obras que precisam ser feitas em cada estado”; e “Vou ajudar os governantes a buscarem investimentos”.	Tato (3)
R1LulaP3 10/08/2022, 09:52 Cei...certamente pra reestabelecer o esquema que vc tinha antes...	O usuário inicia com <u>tato distorcido</u> “Cei” que envolve ironia. No tato seguinte, descreve-se a autorregra do usuário para o comportamento do candidato, que serve como estímulo condicional na contingência de não apoio.	Tato distorcido (1) Tato (1) Ironia (1)
R2LulaP3 10/08/2022, 17:37 Não consegui nem terminar as obras que começou, agora vem com esse papo furado? Nos poupe	Em um <u>tato</u> , o usuário afirma que Lula “não conseguiu nem terminar as obras que começou”, utilizando uma expressão com <u>função punitiva</u> “papo furado (...) Nos poupe”. Essa resposta reflete uma história de reforço negativo para o usuário, quanto às promessas de Lula, utilizando descrédito como uma forma de <u>mando</u> para rejeitar a proposta “nos poupe”.	Tato (1) Punição (1) Mando (1)
R3LulaP3 09/08/2022, 14:45 hahaha...copiando o Projeto Nacional na cara dura, quem olha assim nem parece que vc teve 14 anos para fazer e não fez...dá licença né! Agora é Ciro!	O usuário utiliza <u>autoclítico</u> para denotar ironia “hahaha”. Segue com o tato, acusando Lula de copiar o livro de campanha “Projeto Nacional”, do C. Ciro Gomes; apontando uma suposta inconsistência “teve 14 anos para fazer e não fez”, com uma expressão com <u>função punitiva</u> “dá licença né!”. A atenção é voltada para o C. Ciro Gomes com o mando “Agora é Ciro！”, direcionando a atenção para uma alternativa política, enquanto descreve o C. Lula (moldura de comparação). <u>Função reforçadora</u> para o candidatar-se do C. Ciro Gomes.	Autoclítico (1) Ironia (1) Punição (1) Reforço (1)
LulaP10 @lulaoficial 22/10/2022, 17:37 22,4k respostas Quanto está custando 2kg de frango no mercado perto da sua casa?	Mando disfarçado de <u>tato</u> (tato: o frango está caro) que pode evocar respostas da audiência descrevendo que o frango está caro, durante o mandato do C. Bolsonaro.	Mando disfarçado em tato (1)
R1LulaP10 22/10/2022, 19:31 48 talkeys	<u>Intraverbal</u> com tato formado pelo termo “talkeys”, metonimicamente relacionado ao jargão “tá ok” usado pelo C. Bolsonaro. Tem <u>função reforçadora</u>	Intraverbal (1) Tato (1) Reforço social positivo (1)

	<u>social positiva</u> para o comportamento verbal textual do C. Lula na postagem.	
R2LulaP10 22/10/2022, 17:48 Em Maceió - 44 reais Aqui no México: 110 pesos = 28 reais Na Espanha onde estava mês passado: 9 euros = 45 reais (e eles ganham em euro!!)	<u>Intraverbal com tato</u> com a descrição de preços do frango em diferentes países. Em uma <u>moldura de coordenação</u> .	Intraverbal (1) Tato (1) Moldura de Coordenação (1)
R3LulaP10 22/10/2022, 17:53 lu aqui no centro de são paulo o kg de sobrecoxa tá R\$32 isso não pode continuar assim	O vocativo “lu” sugere afetividade dirigida ao C. Lula. <u>Intraverbal com tato</u> que finaliza com <u>mando</u> disfarçado em tato “isso não pode continuar assim”	Intraverbal (1) Tato (1) Mando disfarçado em tato (1)

^(a)os números inseridos nos textos das postagens e respostas sinalizam a frequência de operantes verbais identificados na análise funcional.

A Figura 12 apresenta a frequência de operantes verbais e molduras relacionais nas 10 postagens de cada candidato. Para o C. Bolsonaro foi observada alta frequência de autoclíticos ($n = 34$), um operante verbal que qualifica, quantifica e ordena. Ele pode ter a função de evocar maior participação nos seguidores, sem que se utilize de pedidos (operante Mando). O autoclítico pode ter a função reforçadora para o comportamento verbal da audiência, e pode incluir ironia (e.g., “Foi uma **enorme** satisfação participar do pronunciamento de William Boner **Kkkkk.**” [destaques acrescentados]. Autoclíticos relacionais “**Foi uma** enorme satisfação” são observados nos operantes de Tato. A moldura relacional de Coordenação ($n = 7$), com relações de similaridade entre elementos ocorreu com a relação redução da gasolina – C. Bolsonaro (e.g., “É a terceira redução anunciada nas últimas semanas”, informação coordenada que derivou relação com o C. Bolsonaro). Foi o único candidato em que teve ocorrência de ironia ($n = 5$) nas 10 postagens mais respondidas, conforme os critérios descritos anteriormente.

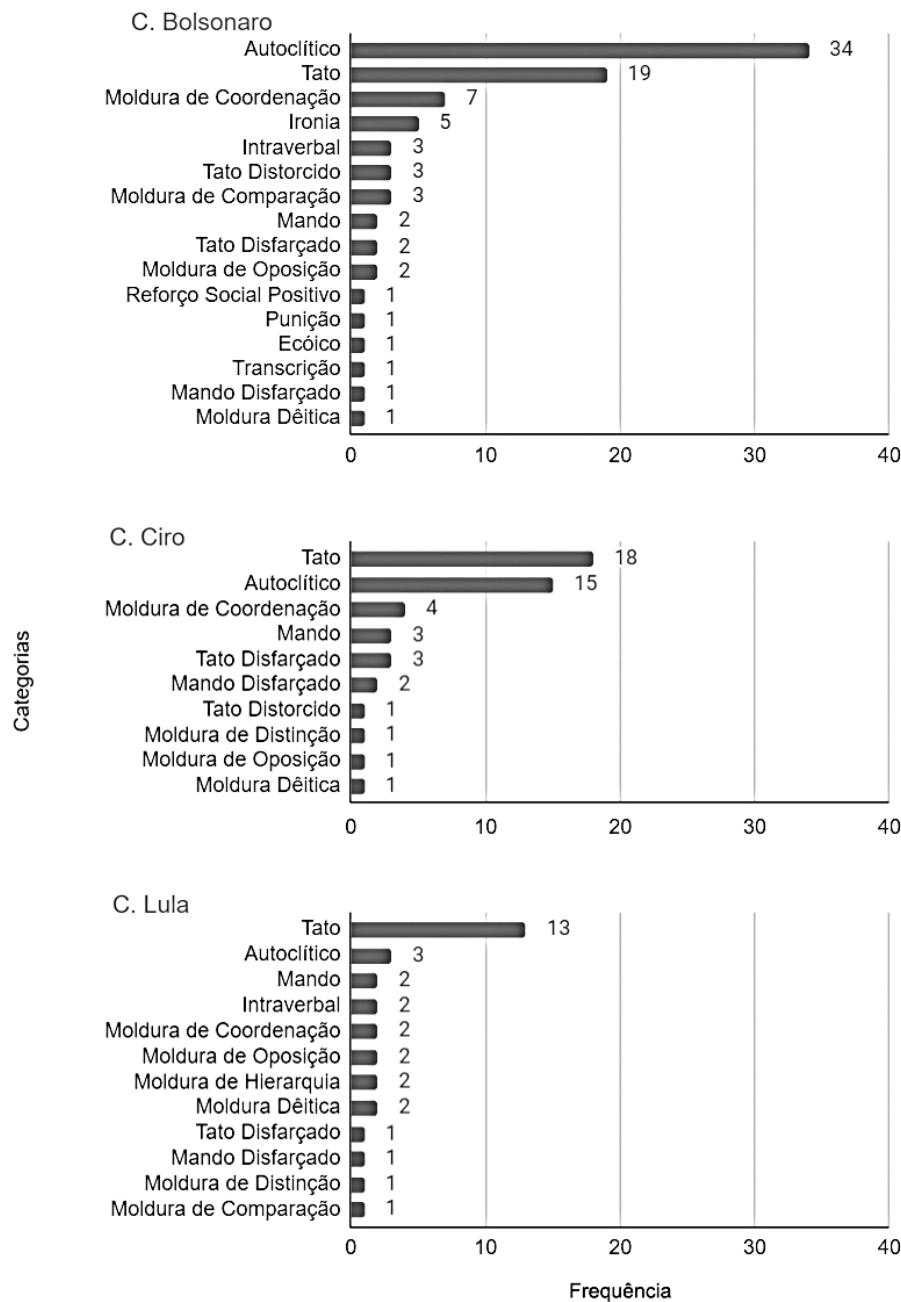
Para a frequência dos operantes verbais e molduras relacionais nas análises funcionais das 10 postagens de maior destaque do C. Ciro Gomes observou-se Tatos (e.g., “Eu quero debater. Bolsonaro e Lula, não.”), com 18 observações, seguidas por 15 Autoclíticos (e.g., “(...)”)

E aqueles que me apoiam terão **orgulho** de revisar meu passado **limpo** e de **muita** luta pelo povo **brasileiro.**” [destaques acrescentados]). A Moldura de Coordenação foi identificada ($n = 4$) (e.g., “(...) Que a gente nunca perca a esperança!”). Foi o candidato que teve a maior frequência de Mandos ($n = 3$) e Mandos Disfarçados ($n = 2$), conforme os critérios descritos anteriormente.

Para a frequência dos operantes verbais e molduras relacionais nas análises funcionais das 10 postagens de maior destaque do C. Lula. Observou-se Tatos ($n = 13$) (e.g., “Eu não precisava ser presidente de novo.”), seguidas por Autoclíticos ($n = 3$) (e.g., “Eu podia guardar meu título de **melhor** presidente da história” [destaque acrescentado]), sendo ambos em menores frequências, comparado ao C. Bolsonaro e C. Ciro Gomes. A moldura de destaque em suas mensagens também foi a Moldura de Coordenação ($n = 2$), embora em menor frequência, quando comparado aos demais candidatos (e.g., “#VamosJuntosPeloBrasil”). O C. Lula apresentou também a menor frequência ($n = 1$) de Tatos disfarçados (e.g., “Quanto está custando 2kg de frango no mercado perto da sua casa?”).

Figura 12

Frequência de Operantes Verbais e Molduras Relacionais nas Análises Funcionais das Postagens dos Candidatos



A Figura 13 sintetiza a frequência de operantes verbais e molduras relacionais nas 30 respostas da audiência coletadas que foram feitas a cada candidato. Para o C. Bolsonaro, as análises funcionais mostraram a frequência dos operantes verbais Autoclíticos ($n = 76$) e Tatos ($n = 67$), seguidos pelos Intraverbais ($n = 20$). A Moldura de Coordenação foi a mais proeminente, com 20 ocorrências (e.g., “(...) Ele usou o mesmo truque qnd comparou a

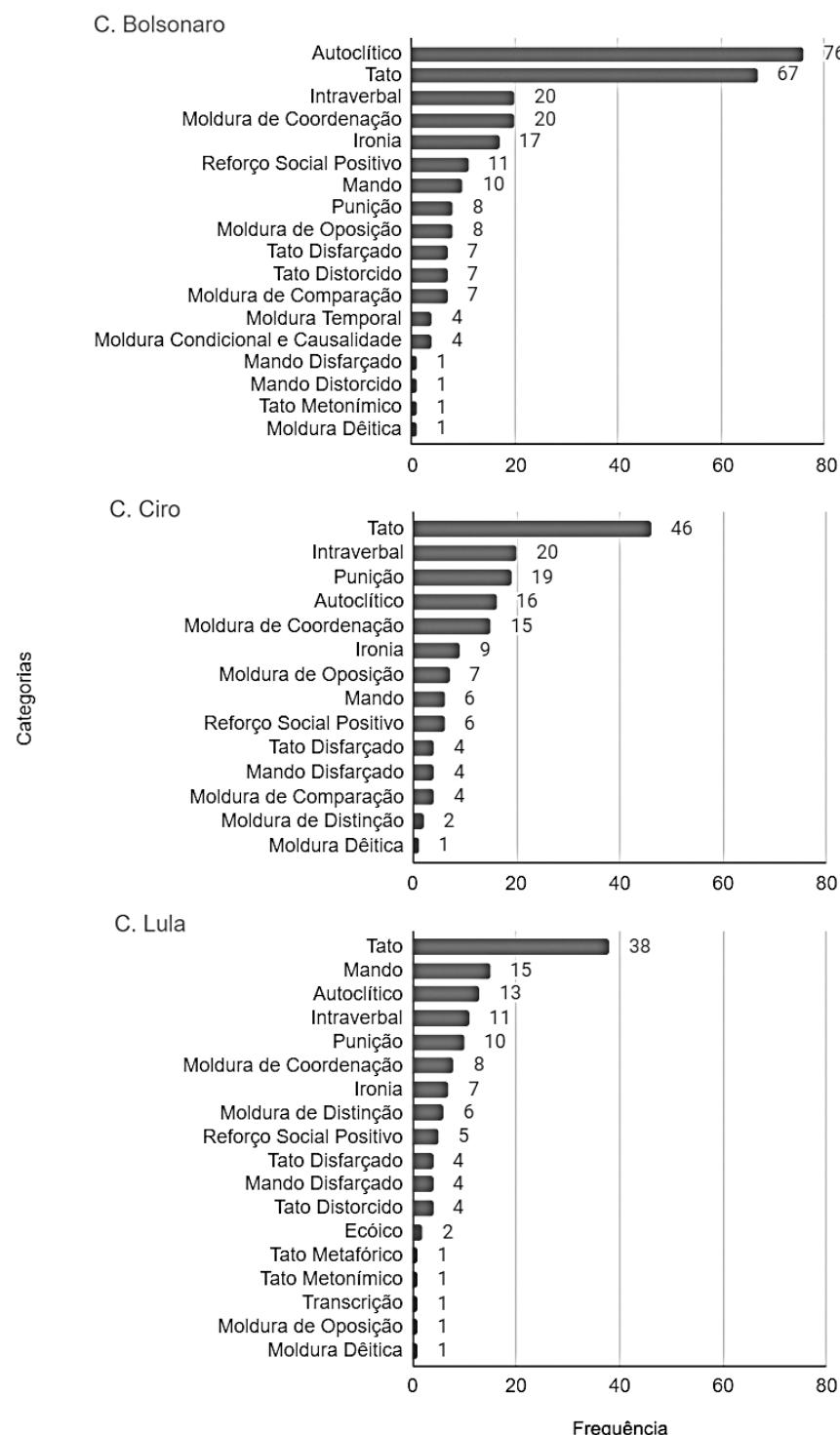
“pedalada fiscal” da Dilma com a “motociata” do Bolsonaro.”). Para o C. Bolsonaro, houve a maior incidência de ironia ($n = 17$) e da Moldura de Oposição ($n = 8$) nas respostas às suas postagens de destaque, quando comparando aos demais candidatos, assim como a maior incidência de Reforço Social Positivo ($n = 11$) e a menor incidência de Punição ($n = 8$) por parte da audiência.

Para o conjunto de respostas ao C. Ciro Gomes, foram identificados os operantes verbais Tatos ($n = 46$), seguidos pelos Intraverbais ($n = 20$). A moldura mais proeminente foi a de Moldura de Coordenação, com 15 ocorrências (e.g., “Difícil saber, ambos se vendem fácil, por votos, apoio e medo de serem acusados”). Para o C. Ciro, houve a maior incidência de Punição ($n = 19$) nas respostas às suas postagens de destaque, quando comparado aos candidatos Bolsonaro ($n = 8$) e Lula ($n = 10$).

Para o conjunto de respostas ao C. Lula, foram observados os operantes verbais Tatos ($n = 38$), sendo o menor dentre os candidatos, seguidos pelos Mandos ($n = 15$), sendo o maior dentre os candidatos, e pelos Autoclíticos ($n = 13$), o menor dentre os candidatos. A moldura mais proeminente foi a Moldura de Coordenação, com 8 ocorrências, (e.g., “Porque o seu partido é o comunismo”), também sendo a menor dentre os candidatos. Para o C. Lula, houve as menores incidências de ironia ($n = 7$) e Moldura de Oposição ($n = 1$) nas respostas às suas postagens de destaque, quando comparando ao C. Bolsonaro e C. Ciro Gomes, e a maior frequência da Moldura de Distinção ($n = 6$), que busca se evidenciar a diferença entre elementos (e.g., “Seu título seria de **presidente com mais recursos** da história!” [destaque acrescentado]).

Figura 13

Frequência de Operantes Verbais e Molduras Relacionais nas Análises Funcionais das Respostas aos Candidatos



Metacontingências na Transmissão de Práticas Culturais

A seleção de práticas culturais, com o fortalecimento do comportamento de cooperação, é favorecida em metacontingências (Sandaker, 2009). Metacontingências foram identificadas com recorrentes culturantes emitidos [(CCEs→PAs)], tendo sido selecionados por consequências culturais (CC): Os C. Bolsonaro, C. Ciro Gomes e C. Lula, com seus respectivos seguidores em rede social, apoiadores e críticos, produziram produtos agregados, tais como PAs de difusão de esclarecimentos para informações imprecisas; PAs com propostas de governo; e PAs de organização/agenda de campanha. Os Culturantes (CCEs→PAs) foram selecionados por CCs como a declaração de apoio da população, em diferentes regiões do país, com registro em pesquisas de intenção de voto [(CCEs→PAs)→CSQ Cultural]. Vale ressaltar que os PAs Ações de Campanha e Propostas de Governo não inovaram na mídia social. Não foi observado recorrentes culturantes com discussões/interações com a audiência voltadas para programas de governo. Os dados obtidos refletiram uma tendência da mídia social com conteúdo com foco em visibilidade imediata em detrimento de discussões sobre propostas de governo.

Macrocontingências

Milhares de usuários emitiram padrões semelhantes de comportamento com efeitos cumulativos sociais adversos. Destaca-se a agressão verbal (e.g., graves acusações não fundamentadas) contra candidatos, e agressão física entre apoiadores com efeitos cumulativos no país, contribuindo para riscos de segurança no transcorrer da campanha. A intensificação da polarização na campanha eleitoral pode ser interpretada, a partir de macrocontingências, como um macrocomportamento. Neste caso, a seleção é operante, via contingências de reforçamento que fortalecem esses padrões de comportamentos individuais. No entanto, metacontingências podem também ter ocorrido e, neste caso, com seleção de práticas culturais: culturantes

recorrentes podem ter resultado em PAs com estratégias de campanha prioritariamente coercitivas, selecionadas por CCs em forma de aprovação, por parte de alguns partidos.

Discussão

Este estudo teve como objetivo analisar as interações verbais, entre candidatos e suas audiências em uma mídia social que tem sido utilizada em campanhas eleitorais. A campanha eleitoral presidencial brasileira de 2022 teve toda a coleta de dados no Twitter, de julho a outubro de 2022, plataforma que teve seu nome e logomarca alterados em julho de 2023, para Plataforma X. A pesquisa se concentrou na análise do comportamento verbal de três candidatos com maiores intenções de voto, segundo as primeiras pesquisas de intenção de voto da campanha eleitoral: Luís Inácio Lula da Silva (@LulaOficial), Jair Messias Bolsonaro (@JairBolsonaro) e Ciro Gomes (@cirogomes). Com a perspectiva da Análise do Comportamento em Psicologia, a partir de postagens dos candidatos e respostas de seguidores, análises funcionais foram formuladas, evidenciando operantes verbais, molduras relacionais, e práticas culturais em arranjos de macrocontingências e metacontingências. A tecnologia comportamental aplicada a campanhas eleitorais oferece métricas e resultados como insumos para avaliação e planejamento de futuras campanhas eleitorais baseadas nas melhores evidências, com a necessidade de equipes multidisciplinares.

Os objetivos específicos foram (i) identificar nas interações verbais, categorias temáticas Propostas Governamentais, Ações de Campanha e Recursos da Plataforma apresentadas pelos candidatos; (ii) analisar eventos ou ações psicológicos, neste estudo, o comportamento verbal de candidatos e seguidores em uma mídia social, tendo como ponto focal a relação funcional entre estímulos, as pistas contextuais, identificando operantes verbais e molduras relacionais; e (iii) identificar práticas culturais e seus produtos sociais, a partir de macrocontingências e metacontingências. A pesquisa foi desenvolvida no período eleitoral presidencial brasileiro, de 20 de julho a 30 de outubro de 2022.

Os dados da C. Simone Tebet, que se destacou em terceiro lugar na campanha eleitoral, não foram analisados seguindo o critério de escolha de candidatos que mantiveram interações verbais, desde o início da campanha eleitoral. Inicialmente, as pesquisas de intenção de voto não apresentavam os mais altos índices alcançados pela C. Simone Tebet, registrados em setembro (Valor Econômico, 2022). Este critério representa uma limitação do estudo, com a ausência de análises das interações verbais da candidata Simone Tebet, cuja campanha mostrou expressivo crescimento em 2022. Análises estatísticas inferenciais também poderiam ilustrar o engajamento nas redes sociais com os resultados eleitorais e a análise do comportamento verbal, aprofundando a compreensão sobre como as diferentes estratégias de comunicação afetam o eleitor de cada frente. Pesquisas futuras podem se beneficiar também com análises de variáveis como o número de curtidas, considerando que neste estudo, as análises foram voltadas para o número de respostas.

A análise das interações verbais, ainda que funcional, é feita primeiro a partir de sua topografia nas mensagens, e se baseia nos conceitos de operantes verbais e molduras relacionais, possibilitando identificar as possíveis funções nas postagens dos candidatos e como estas podem influenciar o comportamento potenciais eleitores, os seguidores, na Plataforma X. Foram analisados os operantes Intraverbais, Tatos, Mandos e Autoclíticos, funções encobertas como Tatos e Mandos Disfarçados (um operante apresentado com a topografia, forma ou estrutura do outro), e Tatos e Mandos Distorcidos (a partir das relações apresentadas, sugere-se considerar as relações contrárias), e, a partir da Teoria das Molduras Relacionais, foram analisadas a M. de Coordenação, M. de Oposição, M. de Causalidade, M. de Distinção e M. Dêitica. Nestas, se mostrou o impacto de pistas contextuais sobre o responder relacional que envolve uma longa história de aprendizagem de responder relacional, i.e., com exposição à múltiplos exemplares (Hayes et al, 2001a). Uma falsa acusação de um crime atribuída a um candidato, em uma campanha eleitoral, envolve processos simbólicos, a abstração, por

exemplo a partir de um responder relacional derivado em uma M. de Coordenação A-B: (A) redes criminosas – (B) Candidato, centenas de milhares de eleitores, em processos simbólicos podem abstrair, a partir de uma história de responder relacional, evidenciar valores que acompanham muitos elementos que entram nessa relação A-B, o que pode controlar mudanças expressivas no apoio ou intenção de voto para aquele candidato.

Há pluralidade de análises funcionais para um fenômeno comportamental a ser estudado. E, o ponto central é que a análise funcional parte de unidades da contingência comportamental (A:B→C), evento antecedente, comportamento e consequência. Identifica dinâmicas relações entre eventos (ou estímulos ambientais) e, por exemplo, uma resposta verbal (e.g., a classe de respostas de postagens de um candidato para seus usuários, utilizando diferentes recursos da Plataforma X), que produzem efeitos (ou mudanças) neste ambiente social, neste caso, uma mídia social. Diferentes funções serão identificadas em diferentes processos comportamentais que podem mostrar aumento da frequência de respostas (ou da probabilidade futura da resposta reforçada), mostrando sua força ou diminuição da frequência de respostas produzido por tais consequências. Portanto, processos podem envolver, por exemplo, reforçamento automático (e.g., benefícios sociais imediatos), reforçamento social (e.g., em uma comunidade verbal com membros de alguns partidos e seus eleitores), e punição (e.g., críticas, retirada de apoio financeiro; suspensão de apoio do partido, diminuição de seguidores, apoio popular ou votos).

Os processos comportamentais, como aqueles analisados em mídia social, envolvem relações não lineares (e.g., com variabilidade na transmissão de operantes críticos) e complexas. Neste caso, (i) com a multideterminação do comportamento ou a influência de diferentes sistemas identificados naquele fenômeno comportamental (e.g., político, educacional, econômico, de saúde, artes, comunicação, segurança, religiosos e familiares), (ii) histórias nos três níveis de seleção (filogenética, ontogenética e cultural), e (iii) total de atores

(agentes envolvidos em uma análise). Há complexidade em comportamentos encobertos (de acesso apenas ao indivíduo) ou manifestos (com acesso público). Entre os encobertos, os pensamentos, cognição, sentimentos, sonhos, e os manifestos como postagens em mídia social, o falar em comícios políticos). Envolve comportamentos não verbais (e.g., práticas de limpeza e saneamento urbano; alimentação; preservação de rios e florestas; práticas educativas) e comportamentos verbais que participam, em geral, de todos os comportamentos humanos, mostrando a complexidade da governança verbal. Vale ressaltar que a análise funcional tem um caráter pedagógico, e aumenta as alternativas de escolha informada, por exemplo, para uma(um) cidadã(ão) (e.g., Neno, 2003; Sturmey, 1996; Törneke, 2021).

Função das Mensagens na Comunidade Verbal Virtual

A análise das interações na Plataforma X, no transcorrer da campanha eleitoral de 2022 revelou diferenças nas estratégias de comunicação e engajamento dos candidatos. O C. Lula se destacou na produção de postagens ($n = 2.435$), seguido pelo C. Ciro Gomes ($n = 1.489$) e o C. Bolsonaro ($n = 897$). Embora o C. Bolsonaro tenha postado em menor frequência, assim como o seu uso de emojis, hashtags e menções, os dados obtidos mostraram maior engajamento por postagem: em média, 1.969 respostas, 8.207 repostagens e 41.515 curtidas. Esses índices superaram o C. Ciro Gomes (408 respostas, 504 repostagens, 2.540 curtidas) e o C. Lula (1.549 respostas, 1.978 repostagens, 14.966 curtidas). O engajamento depende da quantidade de postagens, uso de recursos visuais, temas e estratégias verbais. Um elevado número de respostas ou repostagens pode refletir tanto apoio quanto críticas dos seguidores na mídia social. A análise funcional enfatiza prioritariamente a função, a partir de topografias (formas), ou palavras específicas empregadas, e as relações entre as palavras (postagens, respostas dos usuários), eventos antecedentes e consequentes, os quais determinam a probabilidade futura de emissões das postagens e respostas.

A categoria Ações de Campanha foi seguida por maior engajamento do que Propostas de Governo para todos os candidatos. As temáticas de destaque foram Fortalecimento da Imagem Pública, Comentários Sobre a Campanha e Críticas aos Outros Candidatos. O C. Lula e C. Bolsonaro, apresentaram as mais altas frequências na unidade temática Comentários sobre a Campanha ($n = 48$ e 47 , respectivamente), e o C. Ciro Gomes em Críticas aos Outros Candidatos ($n = 43$). Os três candidatos usaram Comunicação Não Direcionada (tatos como a descrição de fatos ou opiniões gerais) e Direcionada (mandos como pedidos e orientações). A Comunicação Não Direcionada evocou expressivamente mais respostas de usuários na Plataforma.

O operante verbal Tato, em geral, evocou mais alta frequência de respostas por parte de usuários, quando comparado ao operante verbal Mando. Na postagem do C. Ciro Gomes em 05/08/2022: “Muito honrado e emocionado de ter essa mulher forte, inteligente e guerreira como nossa vice! Seja bem vinda, @AnaPaulaMatosBA – vamos juntos, com muita fé e esperança, mudar o Brasil!”. O C. Ciro Gomes utilizou tatos para apresentar a candidata à vice-presidente, destacando suas qualidades e planos futuros, o que gerou o maior número de respostas de usuários, entre todas as postagens dos três candidatos, em 103 dias de campanha eleitoral. Entre respostas de aprovação da audiência, houve também ironia como “opa, saiu de 6% para meia dúzia por cento”. Em redes sociais, padrões aversivos de interação (e.g., punição ou ameaça de punição, com o emprego de críticas, com palavras negativas de alto impacto social), são mais rapidamente difundidos (Schöne et al., 2021). Tatos com esses Autoclíticos podem evocar contracontrole com punição e padrões agressivos verbais. Em mídias sociais, o uso de procedimento de punição, pode ser, em geral, acompanhado pelo emprego de autoclíticos que depreciam, desqualificam e/ou humilham. No entanto, vale ressaltar que a função da punição é diminuir a probabilidade futura do comportamento que a produziu, não implicando necessariamente em estimulação agressiva ou sofrimento, por parte daqueles que

tiveram suas respostas punidas (Cammimura, 2023; Hunziker, 2018, 2020). Fonseca (2012) mostrou, por parte da audiência de José Serra, críticas dirigidas a uma usuária que havia criticado o candidato. Em outro exemplo, com maior complexidade, envolvendo a defesa de diversidade de gênero, a C. Marina Silva foi amplamente criticada, após suas postagens sobre o casamento entre homossexuais.

Respostas punitivas por parte de usuários foram comuns: C. Ciro Gomes recebeu o maior número ($n = 19$), C. Lula ($n = 10$) e C. Bolsonaro ($n = 8$). Em 07/09/2022, o C. Ciro acusou o C. Bolsonaro de transformar o 7 de Setembro em um comício eleitoral. Um usuário o criticou: “Nós já sabíamos. Votamos contra ele. O senhor foi para Paris.”, uma referência recorrente à viagem do C. Ciro Gomes à França, no segundo turno das eleições de 2018. Em 09/08/2022, o C. Lula propôs reunir os 27 governadores, ao que uma usuária respondeu: “hahaha... copiando o Projeto Nacional na cara dura, quem olha assim nem parece que vc teve 14 anos para fazer e não fez...dá licença né! Agora é Ciro!”, acusando o histórico do C. Lula e apoiando o C. Ciro Gomes, em referência ao livro *Projeto Nacional: o Dever da Esperança* (Gomes, 2020). O C. Bolsonaro, em uma postagem sobre o 7 de setembro, ao se referir a declarações do C. Lula classificando as manifestações de 7 de setembro como “grupo terrorista, racista e antissemita, como a Ku Klux Klan”, um usuário reagiu: “Pior ofensa que você [C. Bolsonaro] VIU, né? Porque você FEZ centenas de agressões... A história vai se encarregar de contar tudo sobre essa perversidade que foi o seu governo.”

Nas eleições de 2022, temas polêmicos nas postagens do C. Bolsonaro ($n = 5$), C. Ciro Gomes ($n = 8$) e C. Lula ($n = 21$) ocorreram em um contexto com tendências de polarização em campanhas eleitorais em diferentes países, observadas na coordenação da pandemia de Covid-19. Entre as 30 respostas de usuários, a ironia foi frequente: C. Bolsonaro ($n = 17$), C. Ciro Gomes ($n = 9$) e C. Lula ($n = 7$). A ironia distorce o operante verbal com humor: postagem do C. Bolsonaro, em 23/09/2022, que criticava o C. Lula que havia se referido ao Programa

Casa Verde e Amarela: “Mu[*]a acha que o programa... obriga as pessoas a pintarem suas casas de verde e amarelo...”. Um usuário ironizou: “De que cores são os seus 51 imóveis?”, referindo-se a bens do C. Bolsonaro divulgados por diferentes mídias. Em 09/08/2022, o C. Lula descreveu uma proposta: “Se eleito, reunirei os 27 governadores...”. Um usuário respondeu ironicamente: “Cei... certamente pra reestabelecer o esquema que vc tinha antes...”, referindo-se à investigações de corrupção, ocorridas no Brasil (e.g., Almeida et al., 2024; Agbota et al., 2017).

Quanto ao reforço social positivo, o C. Bolsonaro recebeu mais apoio ($n = 11$), seguido pelo C. Ciro ($n = 6$) e o C. Lula ($n = 5$). Em 22/08/2022, o C. Bolsonaro comentou ironicamente sua entrevista na TV: “Foi uma enorme satisfação participar do pronunciamento de William Bonner Kkkkk...”. Um usuário respondeu: “Parabéns pela paciência e coragem, capitão! [...] Abriu mão da paz para dar um futuro melhor para o povo brasileiro... É uma batalha espiritual. Continuem orando sempre por ele! Obrigado!”, relacionando a imagem do C. Bolsonaro com o militarismo e religião. O C. Ciro Gomes, em 30/10/2022, após as eleições, publicou: “Cumprindo o saudável dever democrático, quero cumprimentar o presidente Luiz Inácio Lula da Silva por sua vitória...”. Um usuário o apoiou: “Ciro precisamos de ti ❤️ Descansa e volta. Precisamos do Projeto Nacional de Desenvolvimento vivo 🌺”, destacando o histórico de sua trajetória de candidaturas e o esforço nessa campanha. Na Plataforma X, práticas culturais punitivas, intensificadas por qualificadores e quantificadores negativos, têm maior permeabilidade (Schöne et al., 2021).

Considerando as nuvens de palavras, a partir das 4.821 postagens da campanha, o termo "Brasil" se destacou em primeiro lugar para os três candidatos, derivando uma moldura de coordenação entre eles e o país. O C. Lula apresentou o maior uso do termo ($n = 676$), seguido pelos C. Ciro Gomes ($n = 399$) e C. Bolsonaro ($n = 148$). Outro destaque relevante é o uso da primeira pessoa do plural. O termo "vamos", ocorreu 721 vezes, tendo sido predominante em

postagens do C. Lula ($n = 584$), seguido pelos C. Ciro Gomes ($n = 128$) e C. Bolsonaro ($n = 9$). O termo "nossa" ($n = 347$) foi mais empregado por C. Ciro Gomes ($n = 139$), seguido dos C. Lula ($n = 130$) e C. Bolsonaro ($n = 73$). O uso da primeira pessoa do plural indica coordenação dos candidatos com suas audiências, uma estratégia de aproximação com os eleitores. O nome "Lula", com 694 ocorrências, aparece em terceira posição, com maior destaque para as postagens do C. Lula ($n = 506$). O volume de postagens do candidato, aliada à frequência do nome "Lula" em suas mensagens, mostra a presença do candidato na Plataforma, com M. Coordenação com a eleição presidencial de 2022. As análises demonstram como os candidatos utilizaram o comportamento verbal em suas postagens, no transcorrer da campanha com a duração de 103 dias, interagindo tanto com potenciais eleitores, como respondendo a críticas de outros presidenciáveis na disputa e seus respectivos eleitores, via uma mídia social. Relações derivadas são observadas em molduras M. Coordenação, M. Oposição, M. Dêidicas, M. Distinção, com o fortalecimento da imagem pública.

Análises funcionais de interações verbais mostram o altíssimo impacto sobre escolhas humanas. O foco é funcional, enriquecendo análises desenvolvidas por outras áreas voltadas para aspectos topográficos e estruturais, como o uso de determinadas palavras em um discurso. No estudo de campanhas eleitorais, uma área interdisciplinar, a Análise do Comportamento pode contribuir em equipes multidisciplinares envolvendo membros da academia, dos poderes executivo, legislativo e judiciário, representantes da sociedade civil, em busca de avanços na formulação, implementação e sobretudo na avaliação de políticas públicas. Soluções para problemas sociais complexos exigem o respeito pelo ambiente natural e social com a diversidade brasileira. A ciência e tecnologia comportamental, foco desta pesquisa, são centrais para agentes públicos, que devem considerar as diferentes formas de conhecimento das artes à ciência, de mulheres e homens dos campos e florestas às metrópoles.

Agentes públicos ao discriminarem os diferentes arranjos (macrocontingências e metacontingências), com efeitos culturais, implementarão diferentes abordagens/intervenções na busca de solução de problemas. No caso de macrocontingências, a modelação representa uma das formas de abordar o problema, oferecendo à população novos modelos de ação com aprovação social (e.g., em campanhas eleitorais brasileiras de 2024, candidatos que apresentaram alta frequência de comportamentos coercitivos também tiveram como resposta dos eleitores, aumento nos índices de rejeição, ao final de suas campanhas) (CNN Brasil, 2024). PAs como campanhas educativas criam um contexto para a difusão de conceitos, valores e novos padrões de ação em campanhas eleitorais de um país. No caso de metacontingências, a seleção ocorre por meio do planejamento de consequências únicas (CCs) que impactam a recorrência dos PAs produzidos pelos entrelaçamentos. É necessário buscar pela alteração de PRÁTICAS CULTURAIS INEFICIENTES em campanhas eleitorais, as quais são caracterizadas por (i) alta frequência do uso de coerção (punição e ameaça de punição verbal e física); (ii) não discussão e difusão de propostas de governo; (iii) aumento expressivo de difusão de dados que não representam os fenômenos abordados, ou marcados por vieses e acuações pessoais sem fundamentação; e (iv) perdas do patrimônio público e perdas humanas.

O fortalecimento da classe política e a estimulação da formação de novas gerações de lideranças demandam também mudanças em práticas culturais recorrentes de coerção em campanha eleitoral. O Brasil pode fortalecer o compromisso de mídias sociais voltadas para práticas culturais recorrentes (culturantes) que envolvam a difusão de um programa de governo de uma(um) candidata(o) (PAs). Equipes multidisciplinares, parlamentares, senadores, prefeitos governadores, profissionais de diferentes áreas do conhecimento como comunicação, psicologia, e nesta pesquisa, com a Análise do Comportamento, economia, direito, artes, sociologia, filosofia e outras áreas de interface podem compor uma equipe de apoio efetiva e inovadora.

O comportamento verbal mostra sua potência na onipresença nas interações humanas e em sua alta complexidade. O responder relacional derivado pode explicar relações que envolvem preconceitos que implicam em sofrimento e riscos para uma sociedade. A observação sistemática de relações funcionais promove autoconhecimento, e compreensão de fontes de controle que potencializam redes de apoio na promoção de saúde, educação, justiça, enfrentamento da pobreza, da corrupção, e controle de desastres de origem natural (e.g., Agbota et al., 2017; Almeida et al., 2024; Camimura, 2023; Fava & Vasconcelos, 2017; Kill, 2016; Lorenzo, 2023; Soares, 2017) ou que mantêm redes de alto risco. Um representante nacional, estadual ou municipal deve oferecer modelos de civilidade, de respeito à diversidade de forma a espalhar práticas de respeito no convívio nos espaços urbanos e rurais.

O Brasil pode contribuir em mídias sociais, com destaque para o Twitter, atual Plataforma X, de forma a promover a difusão de práticas culturais que contribuam para votos com base em informação, promovendo o avanço da participação social qualificada em processos de seleção de novos governantes, a adesão a processos de vacinação, a valorização da(o) professora(or), da criança, do adolescente, do idoso, dos indígenas, dos pretos pardos, e da imensa população branca pobre. A análise de 309 postagens dos C. Bolsonaro, C. Ciro Gomes e C. Lula, no transcorrer de 103 dias de campanha eleitoral em 2022, revelou uma maior frequência de mensagens focadas em Ações de Campanha, em comparação com Propostas de Governo. Esses resultados sugerem a busca por estratégias de mudanças com impacto sobre a efetividade dos debates políticos na Plataforma X, informando eleitores no processo de escolha e votação. Análises funcionais de 40 mensagens por candidato corroboram esses dados, indicando que a mídia social pode não ter sido um meio eficaz para a disseminação de propostas de governo, o que poderia ser uma estratégia a ser incentivada em futuras campanhas eleitorais, com o uso das mídias sociais.

Em comparação ao estudo pioneiro de Fonseca (2012), esta pesquisa destaca o significativo aumento no volume de dados da Plataforma X em 2022, quando comparado à campanha de 2010. Um critério central foi a seleção de postagens com maior número de respostas, tanto para a análise das categorias temáticas, quanto para as análises funcionais de postagens dos candidatos e respostas de usuários. A análise funcional incluiu 10 períodos distintos ao longo da campanha, com postagens selecionadas aleatoriamente e acompanhadas de três respostas contíguas de usuários. O estudo contribui com análises do comportamento sob a perspectiva selecionista. O comportamento, verbal e não verbal, é investigado em relações mantidas com o ambiente (e.g., físico, biológico e social). A história de interação dinâmica e contínua entre os níveis filogenético, ontogenético e cultural, refletem a multideterminação de padrões de comportamento. A ampla liberdade de escolha, a cada momento e o respeito à dignidade humana são metas do analista do comportamento que visam promover o bem-estar, a felicidade em contextos diversos.

Referências

- Agbota, T. K., Sandaker, I., Carvalho, L.C., & Couto, K. (2017). Behavioral and cultural accounts of corruption in the interface between public officer and client. *Brazilian Journal of Behavior Analysis*, 13(1), 29-41.
- Agência Brasil (2020, 20 de fevereiro). *Senador Cid Gomes é baleado após usar trator contra PMs grevistas no Ceará*. Empresa Brasil de Comunicação.
<https://agenciabrasil.ebc.com.br/radioagencia-nacional/acervo/geral/audio/2020-02/senador-cid-gomes-e-baleado-apos-usar-trator-contra-pms-grevistas-no-ceara/>
- Agência Brasil (2022a, 7 de setembro). *Desfile em comemoração ao bicentenário reúne multidão na Esplanada*. Empresa Brasil de Comunicação.

<https://agenciabrasil.ebc.com.br/politica/noticia/2022-09/desfile-em-comemoracao-ao-bicentenario-reune-multidao-na-esplanada>

Agência Brasil (2022b, 8 de novembro). *SP: ato pela democracia reúne intelectuais, empresários e políticos.* <https://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2022-08/sp-ato-pela-democracia-reune-intelectuais-empresarios-e-politicos>

Agência Brasil (2022c, 27 de dezembro). *Entenda como os preços dos combustíveis variaram em 2023.* <https://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2023-12/entenda-como-os-precos-dos-combustiveis-variaram-em-2023>

Albuquerque, A. R., Houmanfar, R. A., Freitas-Lemos, R., & Vasconcelos, L. A. (2021). Behavior analysis of culture in Brazilian psychology graduate programs: A literature review. *Behavior and Social Issues*, 30, 361-382. <https://doi.org/10.1007/s42822-021-00056-0>

Almeida, M. P., Caldas, L. F., França, B. M. B. S., Vasconcelos, L. A., & Sandaker, I. (2024). Behavioral systems analysis in understanding models of corruption control. *Behavior and Social Issues.* <https://doi.org/10.1007/s42822-024-00175-4>

Amaral, M. S., & Pinho, J. A. G. de. (2018). Eleições Parlamentares no Brasil: O Uso do Twitter na Busca por Votos. *Revista de Administração Contemporânea*, 22(4), 466-486. <https://doi.org/10.1590/1982-7849rac2018170269>

APA (2020). *Manual of the American PA the American Psychological Association. Full list of emoji on the Unicode Consortium's website.*

<http://unicode.org/emoji/charts/index.html>

Ayres, L. C., & Santos, M. G. S. A. (2024). Mídias Sociais e o Fenômeno do FoMO: uma Perspectiva da Análise do Comportamento. Em E. R. Martins (Ed.), *Trilhando o futuro: ciência, tecnologia e inovação na contemporaneidade* (Vol. 2, pp. 53-57). Atena. <https://doi.org/10.22533/at.ed.4332405026>

- Bessi, A., & Ferrara, E. (2016). Social Bots Distort the 2016 U.S. Presidential Election Online Discussion. *First Monday*, 21(11). <https://doi.org/10.5210/fm.v21i11.7090>
- Biffignandi, F. (2019). O “apelo direto” está alterando o formato de comunicação dos partidos políticos: as redes sociais ganham espaço e reduzem as estruturas tradicionais de mediação. *Revista FAMECOS*, 26(2), 33942-33942. <https://doi.org/10.15448/1980-3729.2019.2.33942>
- Bimber, B. (2014). Digital Media in the Obama Campaigns of 2008 and 2012: Adaptation to the Personalized Political Communication Environment. *Journal of Information Technology & Politics*, 11(2), 130-150. <https://doi.org/10.1080/19331681.2014.895691>
- Bossetta, M., Dutceac Segesten, A., & Trenz, H.-J. (2017). Political participation on Facebook during Brexit. *Journal of Language and Politics*, 17(2), 173-194. <https://doi.org/10.1075/jlp.17009.dut>
- Bossetta, M. (2018). The Digital Architectures of Social Media: Comparing Political Campaigning on Facebook, Twitter, Instagram, and Snapchat in the 2016 U.S. Election. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 95(2), 471-496. <https://doi.org/10.1177/1077699018763307>
- Caldarelli, G., Chessa, A., Pammolli, F., Pompa, G., Puliga, M., Riccaboni, M., & Riotta, G. (2014). A Multi-Level Geographical Study of Italian Political Elections from Twitter Data. *PLoS ONE*, 9(5), e95809. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0095809>
- Camimura, C. B. (2023). *Inovações em práticas culturais com a Justiça Restaurativa: As Medidas Socioeducativas* [Dissertação de Mestrado, Universidade de Brasília]. <https://www.cdc.unb.br/index.php/sobre/teses-e-dissertacoes/dissertacoes>
- Catania, A. C. (2006). Antecedents and consequences of words. *The Analysis of Verbal Behavior*, 22(1), 89-100. <https://doi.org/10.1007/bf03393030>

Central de Ajuda X (2024). Sobre conversas no X. Recuperado em 22 de abril de 2024, de

<https://help.twitter.com/pt/using-x/x-conversations>

CNN Brasil (2024, 5 de outubro). *Marçal tem 53% de rejeição em SP, Datena 39%, e*

Boulos 38%, diz Datafolha. <https://www.cnnbrasil.com.br/eleicoes/marcal-tem-53-de-rejeicao-em-sp-datena-39-e-boulos-38-diz-datafolha/>

Côrbo, D. A. S., & Gonçalves, M. (2015). Redes sociais digitais na esfera pública política:

exercícios de cidadania. *Revista Mídia e Cotidiano*, 6(6), 152.

<https://doi.org/10.22409/ppgmc.v6i6.9743>

Correio Braziliense (2020, 26 de setembro). *Ciro: Brasil está na iminência de sofrer a*

maior fraude eleitoral. Correio Braziliense Política.

<https://www.correiobraziliense.com.br/politica/2022/09/5039478-ciro-brasil-esta-na-iminencia-de-sofrer-a-maior-fraude-eleitoral.html>

Correio Braziliense (2022, 7 de setembro). *Bolsonaro diz que comparação do 7/9 com*

KKK é a mais covarde ofensa ao povo.

<https://www.correiobraziliense.com.br/politica/2022/09/5035822-bolsonaro-diz-que-comparacao-do-7-9-com-kkk-e-a-mais-covarde-ofensa-ao-povo.html>

Dougher, M. J., Hamilton, D. A., Fink, B. C., & Harrington, J. (2007). Transformation of the discriminative and eliciting functions of generalized relational stimuli. *Journal of the Experimental Analysis of Behavior*, 88, 179-197.

<http://doi.org/10.1901/jeab.2007.45-05>

Fagan, F. (2018). Systemic Social Media Regulation. *Duke Law & Technology Review*,

16(1), 393-439. Recuperado em 15 de junho de 2024 de

https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3160781

Fava, V. M. D. (2014). Comportamento das famílias beneficiárias do Programa Bolsa

Família: uma perspectiva analítico-comportamental do cumprimento das

- condicionalidades de educação e de saúde [Tese de doutorado, Universidade de Brasília]. <http://doi.org/10.26512/2014.12.D.17831>
- Fava, V. M. D., & Vasconcelos, L. A. (2017). Behavior of program Bolsa Família beneficiaries: A behavior analytic perspective on fulfillment of education and health conditionalities. *Behavior and Social Issues*, 26, 156-171.
<https://doi.org/10.5210/bsi.v.26i0.7825>
- Ferrara, E. (2019). Bots, elections, and social media: a brief overview. *ArXiv (Cornell University)*. <https://doi.org/10.48550/arxiv.1910.01720>
- Folha de São Paulo (2022, 8 setembro). *Lula compara 7 de setembro bolsonarista a reunião da Ku Klux Klan*. <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2022/09/lula-compara-7-de-setembro-bolsonarista-a-reuniao-da-ku-klux-klan.shtml>
- Fonseca, F. N. (2012). *Contingências e metacontingências no Twitter: uma análise da campanha presidencial brasileira de 2010* [Dissertação de mestrado, Universidade de Brasília]. <http://repositorio2.unb.br/jspui/handle/10482/10951>
- Fonseca, F. N., & Vasconcelos, L. A. (2013). Práticas culturais em campanhas políticas online – uma análise da campanha presidencial brasileira de 2010 via twitter. *Acta Comportamentalia*, 21(3), 341-357.
- Fornasier, M. D. O. (2020). O uso de bots sociais como ameaça à democracia. *Revista Brasileira de Políticas Públicas*, 10(1). <https://doi.org/10.5102/rbpp.v10i1.6453>
- França, W. H. (2022). *O Uso do Twitter por Jair Bolsonaro durante a Campanha Eleitoral à Presidência da República em 2018* [Dissertação de mestrado, Universidade de Brasília]. <https://repositorio.unb.br/handle/10482/43710>
- G1 (2022, 01 de setembro). *Por que o preço da gasolina está caindo no Brasil*.
<https://g1.globo.com/economia/noticia/2022/09/01/por-que-o-preco-da-gasolina-esta-caindo-no-brasil.ghml>

Gilmore, J. (2011). Ditching the pack: Digital media in the 2010 Brazilian congressional campaigns. *New Media & Society*, 14(4), 617-633.

<https://doi.org/10.1177/1461444811422429>

Glenn, S. S. (1986). Metacontingencies in Walden Two. *Behavior Analysis and Social Action*, 5(1-2), 2-8. <https://doi.org/10.1007/bf03406059>

Glenn, S. S. (1991). Contingencies and metacontingencies: Relations among behavioral, cultural, and biological evolution. In P. A. Lamal (Ed.), *Behavioral analysis of societies and cultural practices* (pp. 39-73). Hemisphere Publishing Corporation.

Glenn, S. S., Malott, M. E., Andery, M. A., Benvenuti, M., Houmanfar, R. A., Sandaker, I., Todorov, J. C., Tourinho, E. Z., & Vasconcelos, L. A. (2016). Toward Consistent Terminology in a Behaviorist Approach to Cultural Analysis. *Behavior and Social Issues*, 25(1), 11-27. <https://doi.org/10.5210/bsi.v25i0.6634>

Gomes, C. (2020). *Projeto nacional: o dever da esperança*. Leya.

Gomes, C. (2022, 4 outubro). Pronunciamento – “Gravo este vídeo para dizer que acompanho a decisão do meu partido, o PDT.” Retirado em 31 de agosto de 2024. Facebook. <https://www.facebook.com/cirogomesoficial/posts/797867031528726/>

Gorodnichenko, Y., Pham, T., & Talavera, O. (2021). Social media, sentiment and public opinions: Evidence from #Brexit and #USElection. *European Economic Review*, 136, 103772. <https://doi.org/10.1016/j.euroecorev.2021.103772>

Gusso, H. L., & Kubo, O. M. (2007). *O conceito de cultura: Afinal, a 'jovem' metacontingência é necessária?* *Revista Brasileira de Terapia Comportamental e Cognitiva*, 9(1), 139-144.

Hall, N.-A. (2021). Understanding Brexit on Facebook: Developing Close-up, Qualitative Methodologies for Social Media Research. *Sociological Research Online*, 27(3), 136078042110373. <https://doi.org/10.1177/13607804211037356>

- Hayes, S. C., Blackledge, J. T., & Barnes-Holmes, D. (2001a). Language and cognition: Constructing an alternative approach within the behavioral tradition. In S. C. Hayes, D. Barnes-Holmes & B. Roche. *Relational frame theory: a post-Skinnerian account of human language and cognition* (pp. 3-20). Kluwer Academic.
- Hayes, S. C., Fox, E., Gifford, E. V., Wilson, K. G., Barnes-Holmes, D., & Healy O. (2001b). Derived relational responding as learned behavior. In S. C. Hayes, D. Barnes-Holmes, & B. Roche. *Relational frame theory: a post-Skinnerian account of human language and cognition* (pp. 21-49). Kluwer Academic.
- Hui, L., & Carley, K. M. (2024). Assembling a Multi-Platform Ensemble Social Bot Detector with Applications to US 2020 Elections. *ArXiv (Cornell University)*.
<https://doi.org/10.48550/arxiv.2401.14607>
- Hunter, C. S. (2012). Analyzing behavioral and cultural selection contingencies. *Revista Latinoamericana de Psicologia*, 44(1), 43-54. <https://doi.org/10.14349/rlp.v44i1.928>
- Jungherr, A. (2016). Twitter use in election campaigns: A systematic literature review. *Journal of Information Technology & Politics*, 13(1), 72-91.
<https://doi.org/10.1080/19331681.2015.1132401>
- Keutelian, M. (2023). Melhores horários para publicar nas redes sociais. *Sprout Blog*.
- Kill, R. F. (2016). Análise de metacontingências da Lei 12.608/12 que define a Política Nacional de Proteção E Defesa Civil [Dissertação de mestrado, Universidade de Brasília]. <http://dx.doi.org/10.26512/2016.07.D.21538>
- Krispin, J. (2019). Culturo-behavioral hypercycles and the metacontingency. Incorporating self-organizing dynamics into an expanded model of cultural change. *Perspectives on Behavior Science*, 42(2), 869-887. <https://doi.org/10.1007/s40614-019-00212-3>

Kruikemeier, S. (2014). How political candidates use Twitter and the impact on votes.

Computers in Human Behavior, 34, 131-139.

<https://doi.org/10.1016/j.chb.2014.01.025>

Lorenzo, F. M. (2023). Design culturo-comportamental e educação equitativa: Estratégias para promoção de engajamento escolar [Tese de doutorado, Universidade de Brasília].

<https://www.cdc.unb.br/index.php/sobre/teses-e-dissertacoes/teses-de-doutorado>

Lucena, A. (2023). *Por que Elen Musk resolveu trocar o logo do Twitter por um X?* Carta Capital. Recuperado em 31 de maio de 2024 de

<https://www.cartacapital.com.br/tecnologia/por-que-elon-musk-resolveu-trocar-logo-do-twitter-por-um-x/>

Mac, R., & Hsu, T. (2023). From Twitter to X: Elon Musk Begins Erasing an Iconic Internet Brand. *The New York Times*.

<https://www.nytimes.com/2023/07/24/technology/twitter-x-elon-musk.html>

Malott, M. E. (2022). Paradox of organizational change. A selectionist approach to improving complex systems. In R. A. Houmanfar, M. Fryling & M. P. Alavosius (Eds.), *Applied behavior science in organizations. Consilience of historical and emerging trends in organizational behavior management* (pp. 129-160). Routledge.

<https://doi.org/10.4324/9781003198949-6>

Marques, F. P. J., & Mont'Alverne, C. (2016). How Important is Twitter to Local Elections in Brazil? A Case Study of Fortaleza City Council. *Brazilian Political Science Review, 10*(3). <https://doi.org/10.1590/1981-38212016000300005>

Martone, R. C. (2003). *Traçando práticas culturais: a Imprensa como agência e ferramenta de controle* [Dissertação de mestrado, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo]. <https://repositorio.pucsp.br/jspui/handle/handle/18479>

Martone, R. C., & Banaco, R. A. (2005). Comportamento social: a imprensa como agência e ferramenta de controle social. Em J. C. Todorov; R. C. Martone; M. B. M. (Eds.), *Metacontingências: Comportamento, cultura e sociedade* (pp. 61-80). Esetec.

Metrópoles (2022, 09 de setembro). *Bolsonaro sobre associação à Ku Klux Klan: “Ofensa covarde ao povo”*. <https://www.metropoles.com/brasil/politica-brasil/bolsonaro-sobre-associacao-a-ku-klux-klan-ofensa-covarde-ao-povo>

Naves, A. R. C. X. (2013). Relações entre a mídia e leis nas mudanças da família brasileira: Uma análise comportamental da evolução de práticas culturais [Tese de doutorado, Universidade de Brasília].

<https://doi.org/repositorio2.unb.br/jspui/handle/10482/15708>

Naves, A. R. C. X., & Vasconcelos, L. A. (2012). O estudo da família: Contingências e metacontingências. *Revista Brasileira de Análise do Comportamento*, 4(1), 13-25.

<http://doi.org/10.18542/rebac.v4i1.841>

Naves, A. R. C. X., & Vasconcelos, L. A. (2013). Análise de interações familiares: um estudo de caso. *Psicologia: Teoria e Pesquisa*, 29, 149-158.

<https://doi.org/10.1590/S0102-37722013000200004>

Neno, S. (2003). Análise funcional: definição e aplicação na Terapia Analítico-Comportamental. *Revista Brasileira de Terapia Comportamental e Cognitiva*, 5(2), 151-165. <https://doi.org/10.31505/rbtcc.v5i2.78>

Newsome, W. D., & Alavosius, M. P. (2021). Toward the prediction and influence of environmentally relevant behavior: Seeking practical utility in research. *Behavior and Social Issues*, 20, 44-71. <https://doi.org/10.5210/bsi.v20i0.3234>

Newsome, D., Sanguintetti, A., & Alavosius, M. P. (2021). Bringing behavior-analytic theory to eco-driving research: Verbal rules mediate the effectiveness of feedback for

professional and civilian drivers. *Behavior and Social Issues*, 30, 612-631.

<https://doi.org/10.1007/s42822-020-00045-9>

Nguyen, J. (2018). Politics and the Twitter Revolution: A Brief Literature Review and

Implications for Future Research. *Social Networking*, 7(4), 243-251.

<https://doi.org/10.4236/sn.2018.74018>

Nunomura, E. (2013). A imprensa, o Twitter e as eleições de 2010 no Brasil. *Intercom*,

36(1), 103-126. <https://doi.org/10.1590/s1809-58442013000100006>

Obia, V. (2023). Regulatory Annexation: Extending Broadcast Media Regulation to Social Media and Internet Content. *Communication Law and Policy*, 28(2), 99-123.

<https://doi.org/10.1080/10811680.2023.2206382>

Oliveira, J. M. S., Vasconcelos, L. A., Sampaio, I. F., Mota, F. M. B., & Marfil, C. L. O. (2023). Pandemia de Covid-19 e relações verbais em redes sociais. *Cadernos de*

Psicologia, 3(2), 1-23. <https://doi.org/10.9788/CP2023.2-09>

Pacheco, C. S. (2019). O Protagonismo das Redes Sociais na Eleição de Bolsonaro à Presidência do Brasil em 2018. Em A. Angeluci, V. Gosciola, N. M. Viola & R. Sarzi (Orgs.), *Arte e narrativas emergentes* (pp. 360-385). Ria Editorial.

Pastor-Galindo, J., Zago, M., Nespoli, P., Bernal, S. L., Celrá, A. H., Pérez, M. G., Ruipérez-Valiente, J. A., Pérez, G. M., & Márquez, F. G. (2020). Twitter social bots: The 2019 Spanish general election data. *Data in Brief*, 32, 106047.

<https://doi.org/10.1016/j.dib.2020.106047>

Perez, W. F., Kovac, R., Almeida, J. H., & de Rose, J. C. (2022). *Teoria das molduras relacionais (RFT) conceitos, pesquisa e aplicações*. Centro Paradigma Ciências do Comportamento.

Poder360 (2023, 7 de janeiro). Preço da gasolina cai 25% em 2022, mas mantém alta sob Bolsonaro. <https://www.poder360.com.br/poder-energia/energia/preco-da-gasolina-cai-25-em-2022-mas-mantem-alta-sob-bolsonaro/>

Radicioni, T., Saracco, F., Pavan, E., & Squartini, T. (2021). Analysing Twitter semantic networks: the case of 2018 Italian elections. *Scientific Reports*, 11(1).

<https://doi.org/10.1038/s41598-021-92337-2>

Recuero, R. (2020). #FraudenasUrnas: estratégias discursivas de desinformação no Twitter nas eleições 2018. *Revista Brasileira de Linguística Aplicada*, 1.

<https://doi.org/10.1590/1984-6398202014635>

Rossini, P. G. C., & Leal, P. R. F. (2013). Efeitos da campanha virtual no universo das mídias sociais: o comportamento do eleitor no Twitter nas Eleições 2010. *Compolítica*, 3(1), 7-28. <https://doi.org/10.21878/compolitica.2013.3.1.36>

Sandaker, I. (2009). A selectionist perspective on systemic and behavioral change in organizations. *Journal of Organizational Behavior Management*, 29, 276-293.

<https://doi.org/10.1080/01608060903092128>

Santini, R. M., Salles, D., Tucci, G., & Estrella, C. (2021). A militância forjada dos bots: A campanha municipal de 2016 como laboratório eleitoral. *Lumina*, 124-142.

<https://doi.org/10.34019/1981-4070.2021.v15.29086>

Schöne, J. P., Parkinson, B., & Goldenberg, A. (2021). Negativity Spreads More than Positivity on Twitter After Both Positive and Negative Political Situations. *Affective Science*, 2, 379-390. <https://doi.org/10.1007/s42761-021-00057-7>

Skinner, B. F. (1938). *The behavior of organisms*. Appleton-Century-Crofts.

Skinner, B. F. (1953). *Science and human behavior*. Pearson Education.

Skinner, B. F. (1957). *Verbal behavior*. B. F. Skinner Foundation.

Skinner, B. F. (1974). *About behaviorism*. Random House.

- Skinner, B. F. (1981). Selection by consequences. *Science*, 213(4507), 501-504.
<https://doi.org/10.1126/science.7244649>
- Skinner, B. F. (1987). *Upon further reflection*. Prentice Hall.
- Simões, I. B., & Silva, S. da C. D. (2019). Marketing político na era digital: Um estudo sobre o uso do Twitter pelos candidatos à presidência no Brasil em 2018. *Revista Agenda Política*, 7(3), 114-137. <https://doi.org/10.31990/agenda.2019.3.5>
- Soares, M. R. (2017). *Metacontingências na cidade de Campinas, SP: adesão à campanha da ONU de cidades resilientes* [Dissertação de Mestrado, Universidade de Brasília]
<http://www.realp.unb.br/jspui/handle/10482/24042>
- Souza, D. M. M., Borges, E. E., Souza, F. M. S., Marques, M. L. F., & Borri, V. (2023). Comportamento em redes sociais: análise de interações sobre a invasão da praça dos três poderes. *Cuadernos de Educación y Desarrollo*, 15(7), 6356-6373.
<https://doi.org/10.55905/cuadv15n7-025>
- STF (2021, 8 de Março). Fachin anula condenações de Lula e manda ações penais para justiça federal do DF. Supremo Tribunal Federal.
<https://portal.stf.jus.br/noticias/verNoticiaDetalhe.asp?idConteudo=461870&ori=1>
- Sturmey, P. (1996). *Functional analysis in clinical psychology*. Wiley.
- Todorov, J. C. (2006). The Metacontingency as a conceptual tool. *Behavior and Social Issues*, 15(1), 92-94. <https://doi.org/10.5210/bsi.v15i1.347>
- Todorov, J. C. (2020). A Família como agência de controle. Em J. C. Todorov (Ed.), *Comportamento e Cultura: Análise de Interações* (pp. 11-15). Technopolitik.
- Todorov, J. C., Moreira, M., Prudêncio, M. R. A., & Pereira, G. C. C. (2004/2005). O Estatuto da Criança e do Adolescente como Metacontingência. Em J. C. Todorov, R. C. Martone & M. B. Moreira (Eds.), *Metacontingências: comportamento, cultura e sociedade* (pp. 13-28). Esetec.

Törneke, N. (2021). Clinical functional analysis and the process of change. *Perspectivas em Análise do Comportamento*, 12(1), 75-93.

<https://doi.org/10.18761/PAC.2021.v12.RFT.01>

Tumasjan, A., Sprenger, T. O., Sandner, P. G., & Welpe, I. M. (2010). Election Forecasts With Twitter. *Social Science Computer Review*, 29(4), 402-418.

<https://doi.org/10.1177/0894439310386557>

UOL (2022a, 27 de maio). *Bolsonaro admite que Carlos posta textos em seu Twitter: 'Tem meu crivo'*. <https://noticias.uol.com.br/politica/ultimas-noticias/2022/05/27/bolsonaro-carlos-twitter.htm>

UOL (2022b, 3 de agosto). *Bolsonaro ironiza uso da linguagem neutra na Argentina: 'Agora é probreze'*. <https://noticias.uol.com.br/politica/ultimas-noticias/2022/08/03/bolsonaro-ironiza-uso-de-linguagem-neutra-na-argentina-agora-ha-pobreze.htm>

UOL (2022c, 3 de agosto). *Gasolina cai 8% em 2022, mas acumula alta de 40% no governo Bolsonaro*.

<https://economia.uol.com.br/noticias/redacao/2022/07/20/gasolina-preco-jair-bolsonaro.htm>

Valor Econômico (2022, 5 de setembro). *Simone Tebet celebra "crescimento de 150%" em pesquisa*. <https://valor.globo.com/politica/eleicoes-2022/noticia/2022/09/05/simone-tebet-celebra-crescimento-de-150-pontos-percentuais-em-pesquisa.ghtml>

Vergeer, M. (2015). Twitter and Political Campaigning. *Sociology Compass*, 9(9), 745-760. <https://doi.org/10.1111/soc4.12294>

Wang, M. A. L. (2008). *Análise de interações verbais em um blog jornalístico: possíveis relações de controle entre jornalistas e leitores e de leitores entre si*. [Dissertação de mestrado, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo].

Wang, M. D. L., Pereira, M. E. M., & Andery, M. A. (2017). Mídia, comportamento e cultura. *Perspectivas Em Análise Do Comportamento*, 7(2), 147-164.

<https://doi.org/10.18761/pac.2015.024>

Wilhite, C. J., & Houmanfar, R. (2015). Mass News Media and American Culture: An Interdisciplinary Approach. *Behavior and Social Issues*, 24(1), 88-110.

<https://doi.org/10.5210/bsi.v24i0.5004>

Zilio, D. (2019). On the Function of Science: an Overview of 30 Years of Publications on Metacontingency. *Behavior and Social Issues*, 28(1), 46-76.

<https://doi.org/10.1007/s42822-019-00006-x>

APÊNDICE A

Tabela 1

Relatos verbais (n=40) com Postagens do C. Bolsonaro (n=10) e Respostas de Usuários (30) na Plataforma X

Postagem	Analises Funcionais	Totais
BolsonaroP1 @jairbolsonaro 28/07/2022, 23:37 17.2k respostas CARTA DE MANIFESTO EM FAVOR DA DEMOCRACIA^(1,a) “Por meio desta, manifesto que sou a favor da democracia.” ⁽²⁾ Assinado: Jair Messias Bolsonaro, Presidente da República Federativa do Brasil.	Intraverbal em resposta à “Carta às Brasileiras e aos Brasileiros em defesa do Estado Democrático de Direito” ^(b) . A “Carta de Manifesto em FAVOR da Democracia” com destaque à topografia em caixa alta é constituída pelo tato: “por meio desta, manifesto que sou a favor da democracia”.	Intraverbal (1) Tato (2)
R1BolsonaroP1 29/07/2022, 00:24 Que vale muito mais do que 100 mil assinaturas de hipócritas que nem sabem o real significado da palavra DEMOCRACIA. 	Intraverbal com <u>Tato</u> e <u>Autoclíticos</u> positivo para o C. Bolsonaro “vale muito mais do que 100 mil assinaturas” e negativo para outras assinaturas “hipócritas”, “não sabem o real significado da palavra democracia”. Os emojis de celebração e do Brasil agregam força à Carta de Manifesto em favor da Democracia do C. Bolsonaro.	Tato (1) Autoclítico (2)
R2BolsonaroP1 28/07/2022, 23:46 Eles querem números ⁽¹⁾ então vamos assinar esse manifesto pela liberdade. ⁽²⁾ Em poucas horas já tem mais de 20 mil assinaturas. ⁽³⁾ Todo poder emana do Povo! ⁽⁴⁾ https://chng.it/MWSQCHptwt	Intraverbal para a Carta às Brasileiras e aos Brasileiros em defesa do Estado Democrático de Direito com os <u>Tatos</u> “Eles querem números”; “Em poucas horas já tem mais de 20 mil assinaturas”; e o <u>Mando</u> disfarçado em tato “vamos assinar esse manifesto pela liberdade”.	Tato (4) Intraverbal (1) Tato disfarçado em Mando (1)
R3BolsonaroP1 28/07/2022, 00:24 Gostaria que o senhor saísse do twitter e fosse resolver problemas reais, minha mãe precisa de cirurgia e a fila de espera é gigante, ⁽¹⁾ exame demora, ⁽²⁾ comida tá cara, ⁽³⁾ eu não tenho tempo pra ficar com meu filho pq se eu parar as pessoas em casa morrem de fome. ⁽⁴⁾ Faça algo útil ⁽⁷⁾	Intraverbal para a postagem na Plataforma X. <u>Tatos</u> que compõem a descrição da situação aversiva da resposta da pessoa usuária, tendo uma função de <u>punição</u> para o desempenho do C. Bolsonaro como presidente, com críticas para o atendimento em saúde. Há <u>Mandos</u> “Gostaria que o senhor saísse do twitter”, “e fosse resolver problemas reais”, “Faça algo útil”.	Intraverbal (1) Tato (4) Mando (3)
Postagem		
BolsonaroP2 @jairbolsonaro 02/08/2022, 23:10 6.404 respostas Lamento a oficialização do uso da “linguagem neutra” pela Argentina. ⁽¹⁾ No que isso ajuda o seu povo? ⁽²⁾ A única mudança provocada é que agora há ⁽³⁾ “desabastecimento”, “pobreza”, e “desemprego”. Que Deus proteja os nossos irmãos argentinos e os ajude a sair dessa difícil situação. ⁽⁴⁾	Intraverbal para a declaração do governo da Argentina ^(c) . <u>Tatos</u> com ironia para a política de inclusão, empregando palavras que representam problemas para o país (desabastecimento, pobreza e desemprego), e inserindo a terminação “e” da linguagem neutra - <u>Autoclíticos</u> . Mando disfarçado em <u>Tato</u> “No que que isso ajuda o seu povo? Mensagem com função de <u>punição</u> para a decisão governamental de política de inclusão com linguagem inclusiva: “lamento a oficialização do uso da linguagem neutra” (Tato), “Que Deus ajude... a sair dessa difícil situação”. (Tato disfarçado em <u>Mando</u>)	Intraverbal (1) Tato (4) Mando (1) Autoclíticos (3) Punição (1)

R1BolsonaroP2 02/08/2022, 00:00 A mesmo ⁽¹⁾ paute ⁽²⁾ do brace ⁽³⁾ do lule, ⁽⁴⁾ o pisóle, ⁽⁵⁾ aquele partide ⁽⁶⁾ que tinha antigue ⁽⁷⁾ membre ⁽⁸⁾ que tentou matare ⁽⁹⁾ Bolsonaro! O objetive ⁽¹⁰⁾ de dividire ⁽¹¹⁾ para conquistele ⁽¹²⁾ é a paute ⁽¹³⁾ da esquerde, ⁽¹⁴⁾ encantande ⁽¹⁵⁾ uma geracione ⁽¹⁶⁾ de mimade. ⁽¹⁷⁾ São os revoltades ⁽¹⁸⁾ sem cause ⁽¹⁹⁾ . Assim o estade ⁽²⁰⁾ arrebanhe os idiotes ⁽²¹⁾ !	O usuário utiliza <u>Autoclíticos</u> ($n=21$), em todo o texto, distorcendo a sintaxe de palavras, <u>ironizando</u> a linguagem neutra. A resposta é <u>Intraverbal</u> e apresenta <u>Tatos</u> ($n=5$) como pauta de esquerda ⁽¹⁾ , a violência sofrida por Bolsonaro ⁽²⁾ , o objetivo de dividir ⁽³⁾ , conquistar ⁽⁴⁾ , encantar ⁽⁵⁾ . Há <u>Moldura de Coordenação</u> entre o C. Lula, a violência sofrida pelo C. Bolsonaro, e a linguagem neutra na Argentina. Há <u>Moldura de Causalidade</u> entre pautas que são atribuídas à esquerda e o encantamento de 1 uma geração de jovens.	Tato (5) Intraverbal (1) Autoclítico (21) Ironia (1) Moldura de Coordenação (1) Moldura de Causalidade (1)
R2BolsonaroP2 02/08/2022, 23:31 A ruína econômica e cultural da Argentina ⁽¹⁾ é um alerta para o Brasil. ⁽²⁾ É um motivo a mais para reeleger Bolsonaro ⁽³⁾ e evitar esse triste fim aqui também. ⁽⁴⁾	A usuária utiliza Tatos ao abordar a situação da Argentina, incluindo <u>Mando</u> disfarçado em Tato “é um motivo a mais para reeleger Bolsonaro”. Os <u>Autoclíticos</u> qualificadores, negativos empregados foram “ruína”, “alerta” e triste fim para o Brasil. Os dois países entraram em uma <u>Moldura de Comparação</u> , enquanto a eleição dos C. Bolsonaro e C. Lula formaram <u>Molduras de Causalidade</u> : eleição do C. Bolsonaro - solução do problema e apoio à esquerda - “um triste fim”.	Intraverbal (1) Tato (3) Mando (1) Autoclítico (3) Moldura de Comparação (1) Moldura de Causalidade (2)
R3BolsonaroP2 02/08/2022, 23:19 Hoje, no supermercado, fui abordada por uma argentina que veio com a família morar no Brasil. ⁽¹⁾ Disse que lá a situação é dramática. ⁽²⁾ E disse também que nós, brasileiros, temos o melhor presidente do MUNDO ⁽³⁾ . Fiquei emocionada. ⁽⁴⁾ Ela tem toda razão! ⁽⁵⁾ #BolsonaroOrgulhoDoBrasil	A usuária apresentou <u>Tatos</u> que descrevem aspectos de seu encontro com uma argentina. Os <u>Autoclíticos</u> destacam de forma negativa a Argentina e de forma positiva o C. Bolsonaro, com <u>Moldura de Comparação</u> entre Brasil-Argentina. A postagem tem a função de reforço social positivo. A hashtag "#BolsonaroOrgulhoDoBrasil" é um <u>Autoclítico</u> que também reforça a aliança com o candidato e seu governo.	Tato (5) Reforço Social Positivo (2) Autoclítico (2) Moldura de Comparação (1)
Postagem BolsonaroP3 @jairbolsonaro 15/08/2022, 13:54 7.091 respostas A partir de amanhã, 16/08, a Petrobras reduzirá em R\$ 0,18 o preço médio de venda de gasolina para as distribuidoras, passando de R\$ 3,71 para R\$ 3,53 o litro. ⁽¹⁾ - É a terceira redução anunciada nas últimas semanas. ⁽²⁾ Brevemente teremos uma das “gasolinhas” mais baratas do mundo. ^(3,d)	Tatos com alta magnitude de reforço para a população. ^(d) O Autoclítico “mais baratas do mundo” sintetiza o alto valor da mensagem, em uma <u>Moldura de Comparação</u> com previsão favorável ao governo Bolsonaro “uma das gasolinhas mais baratas do mundo”. Da postagem, deriva-se uma <u>Moldura de Coordenação</u> entre o governo Bolsonaro e o autoclítico “terceira” redução de preço.	Tato (3) Autoclítico (2) Moldura de Coordenação (1) Moldura de Comparação (1)
R1BolsonaroP3 15/08/2022, 17:41 Mesmo com a esquerda “trabalhando” contra, ⁽¹⁾ nós vamos vencer. ⁽²⁾ Obs: “trabalhando” entre aspas mesmo, ⁽³⁾ porque essa palavra a esquerda desconhece. ⁽⁴⁾	O usuário responde com <u>Tatos</u> para criticar a esquerda, tendo função punitiva para o C. Lula. Em um tato supersticioso “nós vamos vencer”, envolveu um evento futuro e incerto. Há uma função reforçadora social positiva para os eleitores do C. Bolsonaro com essa previsão. Os <u>Autoclíticos</u> com <u>ironia</u> foram apresentados em “trabalhando”, “entre aspas mesmo” e “contra”. A <u>Moldura de Coordenação</u> relacionou para a audiência	Tato (4) Autoclítico (3) Ironia (1) Moldura de Coordenação (1) Moldura de Oposição (1) Punição (1) Reforço Social Positivo (1)

	a relação entre a esquerda e trabalhar. E, em uma <u>Moldura de Oposição</u> , a esquerda como uma força contrária ao C. Bolsonaro.	
R2BolsonaroP3 15/08/2022 13:59 Foi só o Lula crescer nas pesquisas ⁽¹⁾ que o Bolsonaro reduziu o preço da gasolina. ⁽²⁾ Desse jeito em outubro a gasolina vai estar de graça. ⁽³⁾ 😂 Obrigado LULA! 	O usuário emitiu <u>Tatos</u> , derivando a <u>Moldura de Causalidade</u> “Foi só o Lula crescer nas pesquisas”, “que o Bolsonaro reduziu o preço da gasolina”, “desse jeito em outubro a gasolina vai estar de graça”. Neste caso, a hipérbole intensifica a ironia. Os <u>Autoclíticos</u> intensificam os tatos “crescer”, “reduziu”, “de graça”, assim como os emojis que sugerem o engracado, provocando lágrimas de alegria, e os emojis de aprovação para o crescimento do C. Lula.	Tato (3) Ironia (2) Autoclítico (5) Moldura de Causalidade (1)
R3BolsonaroP3 16/08/2022, 23:47 Se na semana que vem as pesquisas continuarem dando Lula com muita vantagem, ⁽¹⁾ qual vai ser o próximo benefício pra povo? ⁽²⁾ Precisava ter tido pesquisa eleitoral nesses quatro anos, viu?!? ⁽³⁾ Todos os meses, sem falta! ⁽⁴⁾	A resposta à postagem do C. Bolsonaro, <u>Intraverbal</u> , é formada por descrições de relações, por <u>Tatos</u> que incluem tatos disfarçados em mandos (em perguntas que foram formuladas). Os <u>Autoclíticos</u> “muita vantagem”, “benefício”, “quatro anos”, “todos os meses”, e “sem falta” intensificam relações derivadas em <u>Moldura Relacional de Causalidade</u> . Nesta, o desempenho nas pesquisas de intenção de votos com vantagens para o C. Lula, explicam o desempenho reativo do C. Bolsonaro (com os preços da gasolina).	Intraverbal (1) Autoclítico (5) Tato disfarçado de Mando (4) Ironia (1) Moldura de Causalidade (1)
Postagem		
BolsonaroP4 @jairbolsonaro 22/08/2022, 22:21 11,8k respostas Foi uma enorme satisfação participar do pronunciamento de William Bonner ⁽¹⁾ Kkkkk. Na medida do possível, com muita humildade, pudemos esclarecer e levar algumas informações que raramente são noticiadas em sua emissora. ⁽²⁾ Pela paciência e audiência, o meu muito obrigado a todos! ⁽³⁾	A postagem com <u>Tatos</u> e <u>Autoclíticos</u> (qualificadores) envolveu ironia “enorme satisfação”, “Kkkkk” (risada), “na medida do possível”, “muita humildade”, “paciência”, “raramente”, voltados para a interação com Rede Globo de Televisão. Deriva-se da postagem do C. Bolsonaro uma <u>Moldura de Coordenação</u> entre a TV Globo e “informações raramente noticiadas” sobre sua história e/ou desempenho político. A emissora e o apresentador (William Bonner) são classificados como oposição ao seu governo.	Tato (3) Autoclítico (6) Ironia (1) Moldura de Coordenação (1)
R1BolsonaroP4 22/08/2022, 22:29 Bolsonaro mostrou dados do desmatamento histórico ⁽¹⁾ , falou da energia verde do Brasil, ⁽²⁾ a hipocrisia da Europa, ⁽³⁾ a importância do agronegócio, ⁽⁴⁾ se aliar ao parlamento, ⁽⁵⁾ e a verdade a todo o tempo! ⁽⁶⁾ Não mais importante, lavou a cara do Bonner e da Renata, ⁽⁷⁾ vai ser no 1º turno! ⁽⁸⁾ Chorem! ⁽⁹⁾	O usuário, a partir da entrevista do C. Bolsonaro à Rede Globo de Televisão (<u>Intraverbal</u>), em <u>Tatos</u> descreveu unidades temáticas abordadas pelo candidato, e sua impressão na relação do candidato com os repórteres. Os <u>Autoclíticos</u> como “lavou a cara”, “não mais importante” sugerem uma avaliação positiva na relação do candidato com os entrevistadores. Os <u>Mandos</u> superticiosos “vai ser no 1º turno!”, “Chorem!” sugerem confiança na vitória do C. Bolsonaro, tendo <u>função reforçadora</u> social positiva para seus eleitores e de <u>punição</u> para os candidatos de oposição.	Intraverbal (1) Tato (6) Mando (2) Autoclítico (2) Reforço social positivo (1) Punição (1)
R2BolsonaroP4 22/08/2022, 23:10 Parabéns Presidente. ⁽¹⁾ Manteve a serenidade e calma naquela inquisição lamentável e surreal. ⁽²⁾	O usuário respondeu com <u>Tatos</u> compostos por <u>Autoclíticos</u> favoráveis (com função de reforço social positivo) ao candidato e desfavoráveis à emissora de televisão (punição). “Parabéns”, “serenidade”,	Tato (5) Intraverbal (1) Autoclítico (9) Reforço Social Positivo (1)

<p>Não foi uma entrevista.⁽³⁾ Apenas ataques, como em um debate de baixo nível.⁽⁴⁾ Padrão GloboLixo de qualidade.⁽⁵⁾</p>	<p>“calma”, “Inquisição lamentável”, “apenas ataques”, “não foi” uma entrevista, “surreal”, “baixo nível”, “GloboLixo”. Em uma <u>Moldura de Coordenação</u>, o canal de televisão foi relacionado a entrevista não qualificada.</p>	<p>Punição (1) Moldura de Coordenação (1)</p>
<p>R3BolsonaroP4 22/08/2022, 22:30 Parabéns pela paciência e coragem, capitão!⁽¹⁾ Só um ser humano protegido por Deus poderia suportar tantos ataques como nosso Presidente sofre.⁽²⁾ Abriu mão da paz para dar um futuro melhor para o povo brasileiro.⁽³⁾ É uma batalha espiritual.⁽⁴⁾ Continuem orando sempre por ele!⁽⁵⁾ Obrigado!⁽⁶⁾</p>	<p>O usuário utilizou uma série de <u>Tatos</u> com <u>Autoclíticos</u> positivos dirigidos ao C. Bolsonaro “Parabéns”, “capitão”, “ser humano”, “protegido”, “nossa Presidente”, “sempre”, todos com função reforçadora social positiva. <u>Moldura de Coordenação</u> entre o C. Bolsonaro e “Capitão”, com posição de liderança militar (tato metonímico, e Moldura de Coordenação) e entre o candidato e uma predileção divina, uma batalha espiritual, tendo o <u>Mando</u> “Continuem orando sempre por ele!”.</p>	<p>Tato (6) Autoclítico (6) Mando (1) Reforço social positivo (5) Moldura de Coordenação (1)</p>
<p>Postagem</p>		
<p>BolsonaroP5 @jairbolsonaro 29/08/2022 15,3k respostas Nova redução de preços da gasolina!⁽¹⁾ A partir de amanhã, 02/09, o preço médio de venda de gasolina da Petrobrás para as distribuidoras passará de R\$ 3,53 para R\$ 3,28 por litro,⁽²⁾ uma redução de mais de R\$ 0,25 por litro.⁽³⁾</p>	<p>Candidato descreve um evento, a redução dos preços da gasolina, <u>Tato</u> e Autoclítico “redução”. Em um contexto de campanha, deriva-se a <u>Moldura Relacional Coordenada</u> entre o governo Bolsonaro e a redução dos preços, recorrentemente anunciada, com potenciais impactos no processo eleitoral.</p>	<p>Tato (3) Autoclítico (1) Moldura de Coordenação (1)</p>
<p>R1BolsonaroP5 01/09/2022, 23:50 Obrigado,⁽¹⁾ mas vou esperar a redução depois do novo DataFolha pra abastecer⁽²⁾</p>	<p>Intraverbal, ao responder à postagem do C. Bolsonaro com <u>Tatos</u>, Autoclítico “redução” e relações derivadas em <u>Moldura de Causalidade</u> entre as pesquisas de intenção de voto que apresentam vantagens para o C. Lula e o anúncio pelo C. Bolsonaro de redução no preço da gasolina.</p>	<p>Intraverbal (1) Ironia (1) Tato (2) Moldura de Causalidade (1)</p>
<p>R2BolsonaroP5 01/09/2022, 23:59 sentiu a pesquisa eleitoral, né?⁽¹⁾ obrigada, Lula!⁽²⁾ continua em primeiro nas pesquisas⁽³⁾ que o preço da gasolina continua baixando⁽⁴⁾ 😊</p>	<p><u>Intraverbal</u> em resposta à postagem do C. Bolsonaro, com <u>Tato</u> disfarçado de Mando, implicando que o candidato estaria aplicando uma política de redução do combustível como medida para aumentar seus índices nas pesquisas de intenção de voto, como se a redução do preço da gasolina fosse uma reação à liderança do C. Lula em pesquisas eleitorais (<u>Moldura de Causalidade</u>). <u>Mando</u> “continua (C. Lula) em primeiro nas pesquisas”. Entre os <u>Autoclíticos</u> estão “obrigada” e “primeiro” voltados ao C. Lula, “baixando” e o emoji de felicidade.</p>	<p>Intraverbal (1) Tato disfarçado de Mando (4) Mando (1) Autoclítico (4) Ironia (1) Moldura de Causalidade (1)</p>
<p>R3BolsonaroP5 02/09/2022, 09:04 Que engraçado,⁽¹⁾ faz 2 anos que vossa excelência diz para todos que cortou ICMS de tudo.⁽²⁾ Que os culpados por não baixar o preço da gasosa são os governadores,⁽³⁾ e agora em campanha eleitoral para se reeleger⁽⁴⁾ consegue baixar o</p>	<p>O usuário emitiu <u>Tatos</u> com <u>Autoclíticos</u> com ironia “engraçado”, “cortou ICMS de tudo”, “culpabilizou”, “não reduzirem”, “toda” semana”, “baixar”, “loucura”. Em <u>Moldura Temporal</u> “agora” em campanha eleitoral “consegue baixar o preço”, e <u>Moldura de Oposição</u> entre o período do governo e o período eleitoral. A resposta tem</p>	<p>Tato (6) Autoclítico (7) Punição (1) Ironia (2) Moldura Temporal (1) Moldura de Oposição (1)</p>

preço toda semana. ⁽⁵⁾ Que loucura! ⁽⁶⁾	função de punição para os comportamentos alvo da mensagem do C. Bolsonaro.	
Postagem		
BolsonaroP6 @jairbolsonaro 09/09/2022, 19:16 7491 respostas Associar as milhões de famílias que foram pacificamente às ruas manifestar seu amor pelo Brasil no dia de nossa Independência a um grupo terrorista, racista e antissemítico, como a Ku Klux Klan, ⁽¹⁾ é de longe a maior e mais covarde ofensa ao povo brasileiro que já vi em minha vida. ⁽²⁾	<u>Intraverbal</u> , após a declaração do C. Lula ^(e) com <u>Tatos</u> e <u>Autoclíticos</u> negativos atribuídos aos apoiadores do C. Bolsonaro “Ku Klux Klan”, “grupo terrorista”, “racista” e “antissemítico”, no evento nacional em comemoração ao dia da independência em 2022, sendo o C. Bolsonaro o presidente da República Federativa do Brasil. Em <u>Molduras de Oposição</u> : (i) o C. Bolsonaro classificou seus seguidores como “famílias”, e (ii) defendeu o evento nacional cívico e não como comício com apoiadores. Em <u>Moldura de Comparação</u> relatou “é de longe” “a maior e mais covarde ofensa” que já vi, para qualificar o comportamento da oposição, com função reforçadora social positiva para seus eleitores.	Intraverbal (1) Tato (2) Autoclíticos (6) Moldura de Oposição (1) Moldura de Comparação (1) Reforço social positivo (1)
R1BolsonaroP6 09/09/2022, 19:52 Pior ofensa que você VIU, né? ⁽¹⁾ Porque você FEZ centenas de agressões e ofensas ao povo brasileiro, ⁽²⁾ mas claro, não comenta absolutamente nenhuma delas. ⁽³⁾ A história vai se encarregar de contar tudo direitinho sobre essa perversidade que foi o seu governo, ⁽⁴⁾ fique tranquilo. ⁽⁵⁾	<u>Intraverbal</u> com <u>função punitiva</u> para os comportamentos do C. Bolsonaro. O usuário utiliza <u>Tato</u> disfarçado de Mando, como se estivesse perguntando, mas com função de punição, de acusar o C. Bolsonaro. No Tato seguinte, sugere-se que o candidato ofendeu o povo brasileiro, utilizando <u>Autoclíticos</u> com ironia, “claro”, “absolutamente nenhuma”, “tranquilo” e acusação “VIU”, “FEZ” “perversidade”. em letras maiúsculas. O fechamento com o Tato supersticioso “A história vai se encarregar, configura também uma <u>Moldura Temporal</u> , sugerindo que o julgamento virá com o tempo, a partir da história escrita pelas ações do candidato. “Fique tranquilo” é um <u>Mando</u> distorcido, com função de desestabilizar o candidato.	Tato (4) Tato Disfarçado de Mando (1) Mando Distorcido (1) Intraverbal (1) Autoclítico (6) Punição (1) Ironia (1) Moldura Temporal (1)
R2BolsonaroP6 10/09/2022, 16:21 Decretar luto oficial pra morte de chefe de outro país é muito sua cara. ⁽¹⁾ O planeta enfrentando uma pandemia ⁽²⁾ e o senhor nem pra se solidarizar com a dor dos brasileiros. ⁽³⁾ O senhor fazia chacota das mortes. ⁽⁴⁾ Não esqueceremos. ⁽⁵⁾	<u>Intraverbal</u> , com um Tatos e <u>Moldura de Coordenação</u> relacionando “decretar luto oficial” com o estilo de governo Bolsonaro. Em <u>Moldura de Oposição</u> , relaciona a solidariedade do candidato com chefe de outro país, em contraste com “nem pra se solidarizar com a dor dos brasileiros”, “o senhor fazia chacota das mortes”. Ao finalizar, o Tato distorcido “não esqueceremos”, implica em consequência pelo coletivo. E, “nós” entra em <u>Moldura Dêitica</u> você-nós. Destacam-se os <u>Autoclíticos</u> “oficial”, “sua cara”, “nem pra se solidarizar”, “chacota”.	Tato (5) Intraverbal (1) Autoclíticos (4) Tato Distorcido (1) Moldura de Coordenação (1) Moldura de Oposição (1) Moldura Dêitica (1)
R3BolsonaroP6 12/09/2022, 18:22 A maior ofensa ao povo brasileiro que já existiu na história ⁽¹⁾ foi o presidente do país imitando pessoas sufocando, falando que não é coveiro e não demonstrando	<u>Intraverbal</u> , com o usuário utilizando-se de Tatos e Autoclíticos “maior”, “não é”, “imitando”. Em <u>Moldura de Coordenação</u> o presidente Bolsonaro foi relacionado à maior ofensa ao povo brasileiro, ao imitar pessoas, falar que não é coveiro e não demonstrar luto”.	Tato (2) Intraverbal (1) Autoclítico (3) Punição (1) Moldura de Coordenação (1)

<p>nenhum luto por mais de 680 mil mortos.⁽²⁾</p>	<p>Comparação feita pelo candidato, uma das "maiores ofensas ao povo brasileiro", acusando o C. Bolsonaro de ter sido ofensivo e omissivo.</p>	
<p>Postagem</p>		
<p>BolsonaroP7 @jairbolsonaro 23/09/2022, 12:38 10,8k respostas Kkkkkkkkkkkkkkkkk.</p>	<p>A postagem do C. Bolsonaro em forma de <u>Autoclítico</u> de risada tem como contexto o vídeo do C. Lula, seguido de comentários do C. Bolsonaro.</p>	<p>Intraverbal (1) Tato (4) Autoclítico (5) Ironia (1) Tato distorcido (1)</p>
<p><u>Vídeo do C. Lula sendo entrevistado pelo Ratinho</u>, e discorrendo sobre o programa Casa Verde e Amarela do governo do C. Bolsonaro, para que as pessoas tenham a liberdade de "pintar suas casas da cor que quiserem", inclusive vermelho. O C. Bolsonaro continua sua postagem em forma de thread (costura), com a mensagem a seguir [o asterisco entre colchetes serve para censurar conteúdo pejorativo, e não confere prejuízo para o entendimento do conteúdo da mensagem]: "- Mu[*]a acha que o programa Casa Verde e Amarela, que já entregou mais de 1,2 milhão de moradias às famílias humildes desde 2019,⁽¹⁾ obriga as pessoas a pintarem suas casas de verde e amarelo.⁽²⁾ E ainda diz que é o povo do interior de São Paulo que é ignorante.⁽³⁾ É muita água batizada!⁽⁴⁾</p>	<p><u>Intraverbal</u>, com <u>Tatos</u> que descrevem o Programa Casa Verde e Amarela e os <u>Autoclíticos</u> "mais de" 1,2 milhão de moradias, a famílias "humildes", "ignorante", "batizada". O tato distorcido "É muita água batizada!" implica de maneira irônica que o C. Lula estria sob efeito de álcool.</p>	
<p>R1BolsonaroP7 23/09/2022, 10:07 Quem acha q ele [<u>Lula</u>] é ingênuo ou maluco em falar isso, n está entendendo qual é a jogada.⁽¹⁾ Ele usou o mesmo truque qnd comparou a "pedalada fiscal" da Dilma com a "<u>motociata</u>" do <u>Bolsonaro</u>.⁽²⁾ Ele usa da ignorância do <u>povo mais pobre</u> pra ganhar voto.⁽³⁾</p>	<p>A resposta tem função de punição para o C. Lula. Os Tatos sugerem que o candidato utiliza estratégias específicas para manipular a população "mais pobre" (Autoclítico que inclui também "ingênuo", "maluco", "truque", "ignorância"). Na comparação entre eventos, a <u>Moldura de Coordenação</u>, relaciona o C. Lula a truques, ao uso da ignorância do povo mais pobre para ganhar voto.</p>	<p>Tato (3) Autoclítico (5) Moldura de Coordenação (1)</p>
<p>R2BolsonaroP7 23/09/2022, 15:32 De que cores são os seus 51 imóveis?</p>	<p><u>Intraverbal</u> ao vídeo e postagem do C. Bolsonaro. <u>Tato</u> disfarçado de mando, mencionando os imóveis supostamente atribuídos ao C. Bolsonaro. A pergunta retórica, com ironia, apresenta os <u>Autoclíticos</u> "cores" e "51". Em uma <u>Moldura de Comparação</u> Programa Verde e Amarelo e as casas, desloca-se a discussão para cores e posses do político.</p>	<p>Intraverbal (1) Tato Disfarçado de Mando (1) Autoclíticos (2) Moldura de Comparação (1) Ironia (1)</p>
<p>R3BolsonaroP7 23/09/2022, 18:38 Parabéns, reciclou o Minha Casa, Minha Vida, mudou de nome e agora acha que está fazendo algo pelo povo do nordeste,⁽¹⁾ sendo que</p>	<p>Intraverbal, a partir do Programa Casa Verde e Amarela, a resposta do usuário tem função de punição para o C. Bolsonaro, com ironia e os Autoclíticos "parabéns", "menor", "reeleito", "uma sova". Tatos distorcidos são identificados, "parabéns", denotando ironia.</p>	<p>Tato (5) Intraverbal (1) Autoclítico (4) Ironia (2) Tato Distorcido (2) Moldura de</p>

<p>em 2020 o investimento do programa foi o menor da história!⁽²⁾ Vai ser reeleito sim,⁽³⁾ confia⁽⁴⁾ kkkkkkkkk vai tomar uma sova no primeiro turno⁽⁵⁾</p>	<p>Tatos acusam o C. Bolsonaro de mudar o nome de um programa da gestão anterior, e de menor investimento, do que em anos anteriores, em <u>Moldura de Comparação</u>. O tato distorcido "vai ser reeleito sim, confia" é seguido por risada (Autoclítico) e pelo tato supersticioso que descreve evento futuro, apesar de incerto, sugerindo que o candidato será derrotado.</p>	<p>Comparação (1)</p>
<p>Postagem</p> <p>BolsonaroP8 @jairbolsonaro 01/10/2022, 18:01 20,8k respostas ???⁽¹⁾ Kkkkkkkkkkkkkkkkkkkkk. 🤪</p> <p><u>Vídeo</u> postado pelo C. Bolsonaro que mostra o C. Lula em uma passeata pulando junto ao C. a vice-presidente e importante membro do partido, batendo palmas, em um jipe que tem a bandeira do Brasil (símbolo utilizado pelo C. Bolsonaro em sua campanha), com uma música de único refrão "Bolsonaro".</p>	<p>Intraverbal do C. Bolsonaro, após um vídeo postado por ele⁽⁶⁾, tendo o C. Lula pulando e aplaudindo em uma passeata, ao som do refrão "Bolsonaro". O conjunto de postagens, vídeo e o Tato em BolsonaroP8 envolveram ironia. O tato implica em dúvida, com Autoclíticos de risada e emojis de paz e vitória, ao quais podem sugerir também o número 22 do C. Bolsonaro. O uso de interrogações "???" pode indicar questionamento da lógica da cena apresentada. O símbolo nacional, a bandeira do Brasil, entra em <u>Moldura de Coordenação</u> ao relacionar patriotismo - C. Bolsonaro. O vídeo recebeu o maior número de respostas da audiência do C. Bolsonaro na Plataforma X, no período de 28/09 a 07/10.</p>	<p>Intraverbal (1) Tato (1) Autoclíticos (2) Ironia (1)</p>
<p>R1BolsonaroP8 01/10/2022, 18:02 pulando igual um condenado</p>	<p>O usuário faz um tato utilizando uma expressão popular, o <u>Autoclítico</u> "igual um condenado", para associar o C. Lula a um criminoso⁽⁸⁾ (<u>Moldura de Coordenação</u>).</p>	<p>Tato (1) Autoclítico (1) Moldura de Coordenação (1) Punição (1)</p>
<p>R2BolsonaroP8 01/10/2022, 19:41 Nossa bom demais ver meu futuro presidente com a resistência física ótima.⁽¹⁾ Cuida da sua vida Bolsonaro⁽²⁾</p>	<p>Neste Intraverbal evocado pelo vídeo, a usuária emitiu um Tato com foco na "resistência física" do C. Lula, em uma <u>Moldura de Oposição</u>: de um lado esse foco em oposição à inferência do vídeo sobre o apoio do C. Lula ao C. Bolsonaro, com pretensões de ironia do vídeo e caráter divertido. A resposta da usuária finaliza com um <u>Mando</u> dirigido ao C. Bolsonaro: "cuide de sua vida", solicitando que o C. Bolsonaro pare de compartilhar conteúdos sobre o C. Lula.</p>	<p>Tato (1) Intraverbal (1) Mando (1) Moldura de Oposição (1)</p>
<p>R3BolsonaroP8 01/10/2022, 18:31 Chama o padre,⁽¹⁾ não terminou o trabalho!⁽²⁾ 🤪</p>	<p>Tato disfarçado de <u>Mando</u> "Chama o padre", que pode se referir ao C. Pe. Kelmon, a necessidade de intervenção religiosa junto ao C. Lula. O Tato "não terminou o trabalho", pode estar relacionado ao C. Pe. Kelmon com baixa pontuação nas pesquisas de intenção de voto, não entrando na disputa do segundo turno das eleições, mas ainda em participação na campanha. O tato reflete ironia, com <u>Autoclítico em forma de emoji</u>, significando algo incrivelmente engraçado, o rolar de rir.</p>	<p>Tato (1) Mando (1) Autoclítico (1) Ironia (1)</p>
<p>Postagem</p> <p>BolsonaroP9 @jairbolsonaro 16/10/2022, 22:17 9532 respostas</p>	<p>Neste <u>Intraverbal</u>, a partir do vídeo postado pelo C. Bolsonaro, dos tatos presentes no vídeo, o C. Bolsonaro deriva uma <u>Moldura</u></p>	<p>Intraverbal (1) Moldura de Coordenação (1)</p>

[RT retweet]	<p><u>Vídeo</u> de 47s, com recorte do Jornal da Record que mostra um presidiário ligado a uma facção criminosa, dizendo não estar ocorrendo diálogo com o governo atual (do C. Bolsonaro)⁽¹⁾ mas, havia diálogo com o governo do PT.⁽²⁾ Nesta postagem, o C. Bolsonaro compartilha (RT) este vídeo.</p>	<p><u>de Coordenação</u> entre o Partido dos Trabalhadores (PT) e facção criminosa. Tem uma função punitiva para o C. Lula e uma função reforçadora social positiva para o C. Bolsonaro. Neste caso, com a derivação de uma <u>Moldura de Oposição</u>, sugerindo que o governo Bolsonaro não está envolvido com facções criminosas, ao contrário do governo do PT.</p>	Moldura de Oposição (2)
R1BolsonaroP9 16/10/2022, 08:17 Quem vota no PT ensina aos seus filhos que o crime compensa ⁽¹⁾		<p>Do <u>Tato</u>, deriva-se uma <u>Moldura de Coordenação</u>, relacionando o voto no partido PT com a promoção do crime. A generalização implícita, em que todos que votam no PT estariam ensinando que "o crime compensa", reflete também uma <u>Moldura Relacional de Comparações</u>, colocando o PT e seus eleitores em uma posição moralmente inferior a outros partidos.</p>	Tato (1) Moldura de Coordenação (1) Moldura de Comparações (1)
R2BolsonaroP9 16/10/2022, 10:23 E quem vota no Bolsonaro ensina seus filhos que a mentira é lucrativa. ⁽¹⁾ Portanto um ladrão ou outro mentiroso. ⁽²⁾		<p><u>Intraverbal</u>, a partir da resposta anterior de usuário. Os Tatos têm <u>função punitiva</u> para ambos os candidatos. Em <u>Molduras de Coordenação</u>, o C. Bolsonaro foi relacionado à mentira e o C. Lula a ladrão.</p>	Tato (2) Intraverbal (1) Moldura de Coordenação (2) Punição (1)
R3BolsonaroP9 16/10/2022, 07:54 Eu estou do lado da esperança, da educação, do amor. ⁽¹⁾ Lula vai tirar o Brasil da lama de novo ⁽²⁾ e você vai pagar por todos seus crimes. ⁽³⁾ Lula 13 ❤		<p>Dos Tatos derivam-se Moldura de Coordenação com as relações C. Lula – "esperança, educação, amor tirar o Brasil da lama de novo", e Moldura de Oposição com o C. Lula e o C. Bolsonaro, relacionado a crimes. Há função punitiva para os comportamentos de C. Bolsonaro e função reforçadora social positiva para os comportamentos do C. Lula. O uso de "você vai pagar por todos seus crimes" é um tato supersticioso, que descreve a expectativa do eleitor em responsabilização do C. Bolsonaro no futuro. A mensagem finaliza com um <u>Mando</u> disfarçado em Tato "Lula 13" e o Autocílico com o emoji em coração vermelho, é um símbolo universal para expressar afeição profunda, emoções intensas</p>	Punição (1) Reforço social positivo (1) Tato (3) Autocílico (1) Mando (1) Moldura de Coordenação (1) Moldura de Oposição (1)
Postagem			
BolsonaroP10 @jairbolsonaro 30/10/2022, 23:58 37k respostas Vistam toda a armadura de Deus, para poderem ficar firmes contra as ciladas do Diabo, ^(Mando) pois a nossa luta não é contra humanos, mas contra os poderes e autoridades, contra os dominadores deste mundo de trevas..." ⁽¹⁾ Efésios 6:11-12 ⁽²⁾ QUE DEUS ABENCOE O NOSSO AMADO BRASIL! ^(Mando) BR		<p>Com <u>Transcrição</u> bíblica, o C. Bolsonaro emitiu <u>Mando</u> com caráter religioso, alerta seus seguidores que se protejam contra um inimigo não humano, uma figura de autoridade com influência maligna. E, o <u>tato</u> disfarçado em Mando, a bênção ao Brasil. O Mando inicial pode estar se referindo ao C. Lula, a partir de uma Moldura de Coordenação, uma vez que é visto como seu maior opositor nas eleições. E, utilizando a <u>Moldura Dêidica</u> "nosso" com os <u>Autocílicos</u> "de Deus", "Diabo", "dominadores" e "trevas" de "Amado" e o</p>	Tato Disfarçado de Mando (1) Transcrição (1) Tatos (2) Autocílicos (6) Moldura de Coordenação (2) Moldura Dêitica (1)

	emoji com a bandeira do Brasil, deriva-se uma <u>Moldura de Coordenação</u> , recorrente apresentada na campanha, entre o C. Bolsonaro – patriotismo cristão.	
R1BolsonaroP10 30/10/2022, 10:01 Para os mortos do covid, nem um versículo bíblico. Deus está vendo ⁽¹⁾ e o dia chegou. ⁽²⁾	<u>Intraverbal</u> para a mensagem com conteúdo religioso do C. Bolsonaro. A usuária emitiu um <u>Tato distorcido</u> , descrevendo a ausência de menções às vítimas da pandemia de Covid-19, durante o governo Bolsonaro. Há uma <u>função punitiva</u> na mensagem para os comportamentos do gestor Bolsonaro. O que se observa também com os Tatos "Deus está vendo" (com sugestão de acusação), e "o dia chegou" em <u>Moldura Temporal</u> , com a expectativa de vitória do C. Lula nas eleições.	Intraverbal (1) Tato Distorcido (1) Tato (2) Punição (1) Moldura Temporal (1)
R2BolsonaroP10 30/10/2022, 21:12 Presidente ... Eu sou eternamente grato, a tudo que o senhor fez por nosso País. ⁽¹⁾ DEUS sempre está no controle. ⁽²⁾ Obrigadooo	Mensagem com <u>Autoclíticos</u> "Presidente", "eternamente grato", "Obrigadooo" têm função reforçadora social positiva para os comportamentos do Presidente e C. Bolsonaro. ^(h) A mensagem com caráter religioso está no Tato distorcido, deixando implícito que o resultado eleitoral desfavorável ao candidato deve ter uma razão divina.	Tato (2) Autoclítico (3) Reforço Social Positivo (1) Tato Distorcido (1)
R3BolsonaroP10 31/10/2022, 07:37 Deixa de ódio, ⁽¹⁾ levanta, ⁽²⁾ pega o telefone e liga ao @LulaOficial parabenizando e reconhecendo a decisão da maioria dos eleitores. ⁽³⁾ Não passe tanta vergonha assim. ⁽⁴⁾	O usuário emitiu <u>Mandos</u> , sugerindo que o C. Bolsonaro pare com "ódio" e "não passe tanta vergonha assim", um Mando disfarçado de tato, destacando a inexistência de cumprimentos por parte do C. Bolsonaro para a vitória do C. Lula. Em <u>Moldura de Oposição</u> relaciona-se o não cumprimento do C. Bolsonaro em oposição a resultados de uma eleição democrática, tendo os resultados da "maioria dos eleitores". A mensagem tem intensificação com os <u>Autoclíticos</u> "ódio", "maioria", "tanta" vergonha, com função de <u>punição</u> para os comportamentos do C. Bolsonaro.	Mando (4) Autoclítico (3) Punição (1) Moldura de Oposição (1)

^(a)os números nos textos das postagens e respostas sinalizam a frequência de operantes verbais identificados na análise funcional.

^(b)"Carta às Brasileiras e aos Brasileiros em defesa do Estado Democrático de Direito", não vinculada a partidos políticos. Um manifesto assinado por mais de 100 entidades da sociedade civil brasileira, documento articulado pela USP que conta com mais de 920 mil assinaturas pela internet, celebrando neste ato o compromisso maior com a democracia (Agência Brasil, 2022b, 8 de novembro; Folha de São Paulo, 2022, 07 setembro).

^(c)O governo da Argentina, presidente Alberto Fernández, anunciou a adoção de linguagem neutra ou não binária e inclusiva em comunicações oficiais institucionais (UOL, 2022a).

^(d)Contexto de queda dos preços dos combustíveis no mercado internacional e a redução de impostos pelo governo (Agência Brasil, 2022c, 27 de dezembro; G1, 2022, 01 de setembro; UOL, 2022b).

^(e)Jornais com notícia sobre 07 de setembro de 2022 (Agência Brasil, 2022a; Correio Braziliense, 2022; Folha de São Paulo, 2022; Metrópoles, 2022).

^(f)Vídeo com o C. Lula em uma passeata, em um jipe, ao lado do C. Geraldo Alckmin a vice-presidente (com outros componentes do partido no carro), com uma bandeira do Brasil, e ambos pulam e batem palmas ao som de uma música de único refrão "Bolsonaro". O vídeo recebeu o maior número de respostas da audiência do C. Bolsonaro na Plataforma X, de 28/09/2022 a 07/10/2022.

^(g)No contexto da Operação Lava Jato, na qual o ex-presidente Lula havia sido condenado por corrupção passiva e lavagem de dinheiro. Posteriormente, em 15/04/2021, o Supremo Tribunal Federal anulou as condenações de Lula e enviou as ações penais para a Justiça Federal do Distrito Federal, assumindo uma decisão consistente com outras decisões proferidas pelo STF quanto à jurisdição prestada pela 13ª Vara Federal de Curitiba (STF, 2021).

^(h)O resultado das eleições de 2022, no segundo turno, apresentou o C. Bolsonaro em segundo lugar.

APÊNDICE B

Tabela 1

Relatos verbais (n=40) com Postagens do C. Ciro Gomes (n=10) e Respostas de Usuários (30) na Plataforma X

Postagem	Análises Funcionais	Totais
CiroP1 @cirogomes 26/07/2022, 16:43 2705 respostas Eu quero debater. ^(1,a) Bolsonaro e Lula, não. ⁽²⁾ É o silêncio dos inocentes? Não. ⁽³⁾ É o silêncio dos culpados. ⁽⁴⁾	Os <u>tatos</u> ^(a) também envolvem <u>moldura relacional de oposição</u> quanto ao debate de propostas na campanha eleitoral, dois lados são classificados: (i) C. Ciro e (ii) C. Lula e C. Bolsonaro. Entre os <u>autoclíticos</u> “inocentes” e “culpados”, este é aplicado aos opositores. Candidato faz <u>tato disfarçado de mando</u> na pergunta retórica “É o silêncio dos inocentes?”, que é confirmado no <u>intraverbal</u> da sequência “Não.”, descrevendo o que sua fala sugere.	Tato (4) Intraverbal (1) Autoclítico (2) Moldura de Oposição (1) Tato Disfarçado de Mando (1)
Respostas		
R1CiroP1 27/07/2022, 08:54 Que horas sai o voo para Paris? ⁽¹⁾ Triste papel de ser força auxiliar do Fascismo, ⁽²⁾ levando a eleição para o segundo turno e rompendo o apoio ao Lula. ⁽³⁾	No <u>tato disfarçado em mando</u> “Que horas sai o voo para Paris?” Há <u>ironia</u> ao referir-se à eleição passada em que o C. Ciro não apoiou seus oponentes desta eleição e viajou para a França. Aos <u>Autoclíticos relacionais</u> qualificadores “triste papel” e “força auxiliar do Facismo” segue o <u>tato</u> que sugere fortalecimento do C. Bolsonaro “levando a eleição para o segundo turno e rompendo o apoio ao Lula.”	Tato (2) Tato Disfarçado de Mando (1) Ironia (1) Autoclítico (2)
R2CiroP1 26/07/2022, 16:45 Silêncio não, ⁽¹⁾ Medo de enfrentar um candidato com Plano de Governo, ⁽²⁾ sem rabo preso ⁽³⁾ e com total condição de reconstruir esse País! ⁽⁴⁾	<u>Intraverbal</u> sob controle da mensagem do C. Ciro, com <u>Moldura de Oposição</u> : C. Lula e C. Bolsonaro <i>versus</i> C. Ciro com Plano de Governo ^(b) ; total condição de reconstruir o país; e não tem agravantes “rabo preso” (tato metafórico com função de qualificação). Observa-se os <u>autoclíticos relacionais</u> com a função de qualificadores: “silêncio não”, “medo de enfrentar”, “com Plano de Governo”, “sem rabo preso”, “com total condição”.	Intraverbal (1) Tato (4) Autoclítico (5) Moldura de Oposição (1)
R3Ciro P1 26/07/2022, 16:50 Faz um debate nos canais de Podcasts com os candidatos que quiserem ir e assim a mídia dos bancos perdem a moral!	<u>Intraverbal</u> com <u>mando</u> dirigido ao C. Ciro para fazer um debate em canais de Podcasts. Autoclíticos que sugerem qualificadores para mídia, canais de televisão abertos, nos quais se programa debates da campanha eleitoral: “dos bancos” e “perdem a moral”.	Intraverbal (1) Mando (1) Autoclítico (2)
Postagem		
CiroP2 @cirogomes 05/08/2022, 17:00 106,5k respostas Muito honrado e emocionado de ter essa mulher forte, inteligente e guerreira como nossa vice! ⁽¹⁾ Seja bem-vinda, @AnaPaulaMatosBA ⁽³⁾ -vamos juntos, com muita fé e esperança, mudar o Brasil! ⁽⁴⁾	<u>Tato</u> com <u>autoclíticos</u> do C. Ciro para sua vice: “mulher forte”, “inteligente”, “guerreira”; autodirigidos “muito honrado”, “emocionado”; e para ambos, “muita fé”, e “esperança”.	Tato (4) Autoclítico (7)
R1CiroP2 05/08/2022, 17:45 Eu aaaaadoooooreeeeeei a Ana	Intraverbal com tato e autoclítico relacional. Resposta com função reforçadora social positiva, sugerindo alta magnitude do	Tato (1) Autoclítico (1) Reforço social positivo (1)

<p>Paula! Estou me sentindo representada.</p> 	<p>reforço com “aaaaadoooooreeeeeei” e os emojis com aplauso, sorriso e uma flor.</p>	
<p>R2CiroP2 05/08/2022, 18:03 Lula deverá favores a 8 partidos,⁽¹⁾ Bolsonaro a 3,⁽²⁾ Ciro a nenhum.⁽³⁾ Nunca foi tão fácil decidir.⁽⁴⁾ Puro sangue⁽⁵⁾ </p>	<p><u>Tatos</u> com <u>Moldura relacional de oposição</u> entre o C. Ciro e os candidatos Lula e Bolsonaro. O <u>autoclítico relacional</u> “puro sangue” autoatribuído.</p>	<p>Tato (5) Autoclítico ('1) Moldura de Oposição (1)</p>
<p>R3CiroP2 05/08/2022, 18:40 Opa, saiu de 6% para meia dúzia por cento.</p>	<p>Intraverbal como resposta à mensagem do C. Ciro com tato e autoclíticos”6%”, “meia dúzia por cento”, os quais sugerem ironia. Mensagem com função punidora(não atribuição de força ao C. Ciro e a vice Ana Paula).</p>	<p>Tato (1) Ironia (1) Punição (1)</p>
<p>Postagem</p>		
<p>CiroP3^(c) @cirogomes 18/08/2022, 13:08 3794 respostas Alguém disse TCHUTCHUCA DO CENTRÃO^(d)? Me ajudem aqui porque a agenda tá corrida: vocês tão falando de Bolsonaro ou de Lula?  ADM</p>	<p>Tato disfarçado em mando, com o termo pejorativo “TCHUTCHUCA DO CENTRÃO” utilizado em Moldura de Coordenação com os candidatos Lula e Bolsonaro.</p>	<p>Tato (1) Autoclítico (1)</p>
<p>R1CiroP3 18/08/2022, 14:03 Centrão tem 7 letras.⁽¹⁾ E uma letra mais do que sua pontuação nas pesquisas.⁽²⁾ Mas aproveitando: como o candidato pretende ter governabilidade, atacando todos os partidos possíveis e não conseguindo formar alianças?⁽³⁾</p>	<p><u>Intraverbal com tatos com função punidora</u> para a postagem da administradora (/ADM) da conta na Plataforma X, do C. Ciro (não atribuição de força ao C. Ciro). Consistente também com o <u>mando</u> ao final da resposta, envolvendo críticas: “atacando todos os partidos”, “não conseguindo formar alianças.</p>	<p>Intraverbal (1) Tato (2) Mando (1) Punição (1)</p>
<p>R2CiroP3 18/08/2022, 13:09 Difícil saber,⁽¹⁾ ambos se vendem fácil, por votos, apoio e medo de serem acusados⁽²⁾</p>	<p><u>Intraverbal com tatos com moldura de coordenação</u> entre os candidatos Lula e Bolsonaro e os <u>autoclíticos</u> “se vendem fácil”, “medo de serem acusados”.</p>	<p>Tato (2) Autoclíticos (2) Punição (1) Moldura de Coordenação (1)</p>
<p>R3CiroP3 18/08/2022, 13:10 O adm tem 8% de chances de acertar de quem estão falando⁽¹⁾ VALENDOOOO⁽²⁾</p>	<p><u>Intraverbal com tatos que sinalizam a não atribuição de força ao C. Ciro</u>, “8%”, finalizando com um <u>mando</u>, com ironia e <u>função de punição</u> voltada para os resultados do C. Ciro na campanha.</p>	<p>Tato (2) Intraverbal (1) Autoclítico Ironia (1) Punição (1)</p>
<p>Postagem</p>		
<p>CiroP4 @cirogomes 26/08/2022, 12:59 6149 respostas Insanidade é repetir as mesmas coisas do passado e esperar resultados diferentes.⁽¹⁾ Me dê uma oportunidade, é tudo que eu peço!</p>	<p>Tato com <u>moldura de distinção</u> entre o C. Ciro e os candidatos Lula e Bolsonaro, concluindo com um <u>mando</u>, um pedido aos eleitores.</p>	<p>Tato (1) Mando (1)</p>
<p>R1CiroP4 26/08/2022, 13:22 Ciro, eu votei em vc.⁽¹⁾ Mas o seu egoísmo em não apoiar o Haddad,⁽²⁾ indo para Paris e agora falando mal do Lula,⁽³⁾ só me faz ter mais</p>	<p><u>Tatos com função punidora</u>, envolvendo críticas e intenção de voto não dirigida ao C. Ciro.</p>	<p>Tato (4)</p>

certeza de que, por enquanto, vc n terá meu voto. ⁽⁴⁾		
R2CiroP4 26/08/2022, 18:45 Terei muito prazer em votar em você em 2026. ⁽¹⁾ Mas pra ter eleições lá ⁽²⁾ a gente tem que eleger o Lula no primeiro turno agora, ⁽³⁾ né ⁽⁴⁾ ?	<u>Tatos e mandos disfarçados em tato</u> “a gente tem que eleger o Lula no primeiro turno agora”, “né?”; Moldura de coordenação entre a eleição do C. Lula e a continuidade da democracia no futuro.	Tato (2) Mando disfarçado em Tato (2)
R3CiroP4 26/08/2022, 13:04 Contra mensalão e orçamento secreto, ⁽¹⁾ contra populismo barato e fuga dos debates, ⁽²⁾ tua retidão de caráter e teu projeto de país irão prevalecer. ⁽³⁾ Meus princípios eu não negocio por nada. ⁽⁴⁾ Orgulho tremendo de votar em você, Ciro! ⁽⁵⁾ Vamos virar votos! É 12!	Tatos com <u>reforço social positivo</u> (SR) para o desempenho do C. Ciro na campanha; <u>autoclínicos</u> “Orgulho tremendo” de votar em você” (SR); descrição do usuário sobre seus princípios “Meus princípios eu não negocio por nada”; descrição de seu voto; “tua retidão de caráter” (autoclílico, SR), “teu projeto de país”. Mandos (neste caso, pedidos) <u>disfarçados em tato</u> (descrição da situação) “Vamos virar votos!”, “É 12!”. <u>Moldura de coordenação</u> entre os princípios do C. Ciro e do usuário, em oposição aos outros candidatos (Oposição).	Tato (5) Mando disfarçado de tato (2) Autoclítico (3) Reforço social positivo (2) Moldura de Coordenação (1)
Postagem		
CiroP5 @cirogomes 07/09/2022, 17:17 4800 respostas Bolsonaro transformou o 7 de Setembro dos 200 anos da independência no mais desavergonhado comício eleitoral já feito neste país. ⁽¹⁾ E houve outras transgressões políticas, institucionais e morais seríssimas. ⁽²⁾ Os brasileiros cobram uma ação da justiça! ⁽³⁾	<u>Tatos</u> que descrevem episódio político no governo do C. Bolsonaro com <u>autoclínicos</u> com <u>função punidora</u> “desavergonhado comício eleitoral já feito neste país”, “transgressões políticas, institucional e morais seríssimas”.	Tato (3) Punição (1)
R1CiroP5 07/09/2022, 18:39 Quais brasileiros? ⁽¹⁾ Seus 8%? ⁽²⁾ Esquece! ⁽³⁾	<u>Intraverbal</u> em forma de <u>Mandos</u> com <u>função punidora</u> (não atribuição de força ao C. Ciro). Tato disfarçado em mando “Esquece!”. A mensagem envolve <u>ironia</u> .	Intraverbal (1) Mando (3) Tato Disfarçado em Mando (1) Ironia (1) Punição (1)
R2CiroP5 07/09/2022, 21:18 Inveja Mataaaaaa	<u>Intraverbal</u> em resposta à mensagem do C. Ciro, um tato com <u>autoclítico</u> negativo “Inveja Mataaaaa”. Mensagem com função punidora (desaprovação) para o comportamento verbal textual do C. Ciro.	Intraverbal (1) Tato (1) Autoclítico (1) Punição (1)
R3CiroP5 07/09/2022, 18:58 Nós já sabíamos disso. ⁽¹⁾ Votamos contra ele. ⁽²⁾ O senhor foi para Paris. ⁽³⁾	<u>Intraverbal</u> com <u>Tatos</u> em recorrente desaprovação (função de punição) “O senhor foi para Paris” (na campanha eleitoral de 2018, após o primeiro turno). <u>Moldura de</u> <u>distinção</u> se estabelece entre o C. Ciro e os eleitores de Lula em 2018.	Intraverbal (1) Tato (3) Punição (1) Moldura de Distinção (1)
Postagem		
CiroP6 @cirogomes 14/09/2022, 08:32 4627 respostas Terei orgulho de dizer aos meus filhos e netos ⁽¹⁾ “Eu não me vendi. ⁽²⁾ Eu não me rendi”. ⁽³⁾ E aqueles que me apoiam terão	Tatos com qualificadores (autoclínicos) “terei orgulho de dizer”, “Eu não me vendi”, “Eu não me rendi”, “meu passado limpo”, “meu passado... de muita luta pelo povo brasileiro”. <u>Moldura de Coordenação</u> com qualificadores positivos e o C. Ciro.	Tato (4) Autoclínicos (5) Moldura de Coordenação (1)

orgulho de revisar meu passado limpo e de muita luta pelo povo brasileiro. ⁽⁴⁾		
R1CiroP6 14/09/2022, 08:39 Se seu ego fosse menor que seu amor ao País vc seria O CARA... ⁽¹⁾ vc teve a chance de unir a terceira via ⁽²⁾ mas nunca abdicou de ser o cabeça de chapa, ⁽³⁾ vou votar no terceiro colocado, que possivelmente será vc, ⁽⁴⁾ mas é um voto triste, ⁽⁵⁾ a terceira via não criou o momentum necessário. ⁽⁶⁾	Intraverbal com <u>atos</u> e <u>autoclíticos</u> para o desempenho do C. Ciro em campanhas eleitorais: “se seu ego fosse menor que o amor ao país vc seria o cara”; “você nunca abdicou de ser o cabeça de chapa”; “mas é um voto triste, a terceira via não criou o momentum necessário.” A resposta do usuário tem <u>função punidora</u> (desaprovação). E, <u>função reforçadora</u> (o voto) “vou votar no terceiro colocado, que possivelmente será vc”.	Intraverbal (1) Tato (6) Punição (1) Reforço (1)
R2CiroP6 14/09/2022, 14:33 e seus netos vao falar: “pardon, je ne comprends pas”	Intraverbal com <u>tato</u> com referência recorrente a 2018, sugerindo a partir da viagem para a França, que os netos se manifestarão em francês, não compreendendo sua escolha de 2018. Resposta com função punidora.	Intraverbal (1) Tato (1) Punição (1)
R3CiroP6 15/09/2022, 18:50 E a retroescavadeira? ^(e)	<u>Tato</u> disfarçado em <u>mando</u> , o que resultaria em respostas do C. Ciro sobre o evento ocorrido com seu irmão, o senador Cid Gomes em 2020.	Mando (1)
Postagem		
CiroP7 @cirogomes 25/09/2022, 18:45 9811 respostas AMANHÃ CIRO FARÁ UM IMPORTANTE PRONUNCIAMENTO À NAÇÃO. NÃO PERCA! ^(f)	A topografia deste comportamento operante verbal textual em caixa alta enfatiza o autoclítico qualificador “importante”. Um mando disfarçado em tato.	Mando (1)
R1CiroP7 25/09/2022, 19:27 Ciro vai lançar manifesto à nação ⁽¹⁾ apenas para reforçar candidatura, ⁽²⁾ combater voto útil ⁽³⁾ e se firmar como linha auxiliar do bolsonarismo. ⁽⁴⁾ AGUARDEM! ⁽⁵⁾	Intraverbal com <u>atos</u> e <u>autoclíticos</u> negativos, mensagem com ironia “apenas reforçar candidatura”, “combater o voto útil” e “linha auxiliar do bolsonarismo”. <u>Mando</u> enfático pela topografia da grafia “AGUARDEM!”	Tato (4) Autoclíticos (3) Mando (1) Ironia (1)
R2CiroP7 25/09/2022, 22:10 Resumo do pronunciamento ⁽¹⁾ Pipipi lulofascismo, popopó, corrupçaum, pipipi voto útil, popopó. 	Intraverbal com <u>tato</u> “Resumo do pronunciamento”. <u>Autoclíticos</u> negativos e termos que sugerem mensagem sem importância ou sem conteúdo: “Pipipi lulofascismo, popopó, corrupçaum, pipipi voto útil, popopó”. Mensagem com <u>função punidora</u> (crítica negativa, desaprovação) para o pronunciamento à nação do C. Ciro. A resposta do usuário envolve ironia com palavras inventadas, onomatopeia e o autoclítico, o emoji utilizado, pode ser interpretado em Moldura de Coordenação entre a palavra gado e o C. Ciro, sendo gado um termo endereçado a apoiadores do C. Bolsonaro.	Intraverbal (1) Tato (1) Autoclítico (7) Punição (1) Ironia (1)
R3CiroP7 26/09/2022, 01:52 Ele vai anunciar que no final das eleições vai participar do bbb na França ⁽¹⁾ kkkk ⁽²⁾	Intraverbal com tato envolvendo ironia e crítica recorrente, citando o não apoio no segundo turno das eleições em 2018, tendo viajado para Paris. Resposta com função punidora para o desempenho do C. Ciro	Intraverbal (1) Tato (1) Punição (1) Humor (1)

	Gomes em campanhas eleitorais, utilizando tato com humor “kkkk”.	
Postagem		
CiroP8 @cirogomes 04/10/2022, 14:15 41,8k respostas Pronunciamento - “Gravo este vídeo ⁽¹⁾ para dizer que acompanho a decisão do meu partido, o PDT” ^(g,2)	Tatos divulgando e descrevendo a caracterização principal de um vídeo gravado pelo C. Ciro, dirigido ao segundo turno desta eleição, de forma a manter apenas os dois candidatos Lula e Bolsonaro.	Tato (2)
R1CiroP8 04/10/2022, 14:19 Votei em você nesse primeiro turno ⁽¹⁾ e no 2 vou de Lula. ⁽²⁾ Tamo junto Cirao, ⁽³⁾ 2026 é logo ali ⁽⁴⁾	<u>Intraverbal com tatos com função reforçadora positiva</u> (“votei em você nesse primeiro turno”, “no 2 vou de Lula. Tamo junto Cirao”, “2026 é logo ali”) para a decisão do C. Ciro e do partido PDT.	Intraverbal (1) Tato (4) Reforço positivo (3)
R2CiroP8 04/10/2022, 14:24 Tendi foi nada, ⁽¹⁾ ta apoiando quem afinal? ⁽²⁾	Intraverbal com <u>tato que sugere incompreensão</u> por parte do usuário e <u>mando</u> solicitando esclarecimento quanto ao apoio do C. Ciro no segundo turno da eleição.	Intraverbal (1) Tato (1) Mando (2)
R3CiroP8 04/10/2022, 15:35 Vergonha. Eu ñ esperava nunca você apoiar Bolsonaro, mas apoiar o ladrão? ⁽¹⁾ Seria mais honroso você ter ido para Paris novamente depois de todas as acusações que VOCÊ fez. ⁽²⁾ Agora se junta a todos os crimes do lula. ⁽³⁾ Que vergonha de você cara. ⁽⁴⁾	Intraverbal com tatos e autoclíticos negativos para o C. Ciro e para o C. Lula “vergonha”, “ladrão”, “seria mais honoroso”. Mensagem com função punidora (desaprovação, não apoio), com citação recorrente (no conjunto de respostas de usuários) para o não apoio à escolha do C. Ciro no segundo turno das eleições em 2018, tendo viajado à Paris. Crítica ao apoio do C. Ciro para o C. Lula, no segundo turno desta eleição, apontando incoerência entre as críticas do C. Ciro ao C. Lula na campanha e o apoio no segundo turno.	Intraverbal (1) Tato (4) Autoclíticos (3) Punição (1)
Postagem		
CiroP9 @cirogomes 26/09/2022, 07:05 1600 respostas Peço à Nossa Senhora Aparecida, padroeira do Brasil, que interceda junto ao Senhor pelo povo brasileiro, especialmente por nossas crianças. ⁽¹⁾ Amar o Brasil é pensar no futuro das crianças e jovens, é construir um país de oportunidades. ⁽²⁾ Que a gente nunca perca a esperança! ⁽³⁾	Tato “amar o Brasil é pensar no futuro das crianças e jovens, é construir um país de oportunidades” e mandos com destaque para os qualificadores (<u>autoclíticos</u>) religioso e de esperança. Moldura coordenada entre o C. Ciro, povo brasileiro e a esperança.	Tatos (1) Autoclítico (2) Mando (2) Moldura de Coordenação (1)
R1CiroP9 13/10/2022, 18:58 Bla bla bla, ⁽¹⁾ falou um monte na campanha e depois foi puxar o saco do chefe da quadrilha. ⁽²⁾ Que cara medíocre... ⁽³⁾	<u>Intraverbal</u> (influenciado pela decisão do PDT e do C. Ciro para o segundo turno das eleições), após o comportamento verbal oral gravado em vídeo e o comportamento verbal textual na mensagem de divulgação e descrição do vídeo na Plataforma X. Autoclíticos “Bla bla bla” com função punidora, com sugestão de ausência de conteúdo e desaprovação “Que cara medíocre”. Autoclítico negativo dirigido ao C. Lula “chefe da quadrilha”. Tato com desaprovação pela incoerência entre ter criticado e ter apoiado o C. Lula “falou um	Intraverbal (1) Tato (1) Autoclítico (3)

	monte na campanha e depois foi puxar o saco do chefe da quadrilha”.	
R2CiroP9 12/10/2022, 14:21 Estamos juntos Ciro, ⁽¹⁾ ansioso por fazer campanha pra você em 2026. ⁽²⁾ Temos o Projeto Nacional de Desenvolvimento, ⁽³⁾ temos o dever da esperança. ⁽⁴⁾	Intraverbal com tatos e autoclíticos de apoio ao C. Ciro “estamos juntos”, “ansioso por fazer campanha pra você em 2026”, “temos o Projeto Nacional de Desenvolvimento” (Gomes, 2020), “temos o dever da esperança”. A mensagem tem função de reforço social positivo.	Intraverbal (1) Tato (4) Autoclítico (4) Reforço positivo (2)
R3CiroP9 12/10/2022, 14:26 Só conversa fiada! ⁽¹⁾ Agir, ter atitude como a Simone Tebet, você não consegue! ⁽²⁾	Intraverbal com tatos com função de punição e Moldura de Comparação entre o C. Ciro e a C. Simone Tebet ^(h) .	Intraverbal Tato (2) Moldura de Comparação (1) Punição (1)
Postagem		
CiroP10 @cirogomes 30/10/2022, 20:45 12,6k respostas Cumprindo o saudável dever democrático, ⁽¹⁾ quero cumprimentar o presidente Luiz Inacio Lula da Silva por sua vitória nas eleições recém apuradas. ⁽²⁾ Desejo ao presidente eleito toda a felicidade na honrosa missão a si concedida pela maioria de nosso povo brasileiro. ⁽³⁾	Intraverbal após a publicação dos resultados da eleição em 2022 com tatos que descrevem, destacam a democracia e a vitória na eleição “concedida pela maioria”. Autoclíticos “felicidade”, “honrosa missão” atribuídos ao C. Lula eleito como o novo presidente da República Federativa do Brasil.	Tato (3) Autoclíticos (2)
R1CiroP10 30/10/2022, 22:19 Só pra cumprir dever ⁽¹⁾ nem precisava. ⁽²⁾	Intraverbal com tatos que desaprovam os cumprimentos do C. Ciro ao C. Lula pela sua vitória na eleição. A mensagem tem função punidora para os cumprimentos de um oponente ao outro na campanha eleitoral.	Intraverbal (1) Tato (2) Punição (1)
R2CiroP10 31/10/2022, 16:54 Omissos!	Intraverbal com autoclítico enfático, com crítica negativa.	Intraverbal (1) Autoclítico (1)
R3CiroP10 30/10/2022, 20:51 Ciro precisamos de ti ❤ ⁽¹⁾ Descansa e volta. ⁽²⁾ Precisamos do Projeto Nacional de Desenvolvimento vivo 🌸 ⁽³⁾	Intraverbal com tatos de apoio e reconhecimento das propostas de Ciro (Gomes, 2020). Resposta com função reforçadora positiva, envolvendo autoclíticos, qualificadores, “Ciro precisamos de ti”, “❤”, “descansa e volta”, “precisamos do Projeto Nacional de Desenvolvimento”, “vivo”.	Intraverbal (1) Tato (3) Autoclítico (3)

^(a)os números inseridos nos textos das postagens e respostas sinalizam a frequência de operantes verbais identificados na análise funcional.

^(b)Projeto nacional: o dever da esperança (Gomes, 2020).

^(c)Postagem da administradora (/ADM) da conta na Plataforma X, do C. Ciro, conforme anunciado oficialmente em 04/08/2022.

^(d)Expressão utilizada na Plataforma X, com alta repercussão, pelo youtuber Wilker Leão para se referir ao C. Bolsonaro. O termo sugere submissão aos interesses do Centrão, grupo suprapartidário de parlamentares.

^(e)Referência ao irmão, o senador Cid Gomes que em 2020 dirigiu uma retroescavadeira contra PMs no Ceará (Agência Brasil, 2020).

^(f)Pronunciamento do C. Ciro em 26/09/2022 para o lançamento de seu manifesto à nação (Correio Braziliense, 2020).

^(g)Contexto da mensagem: vídeo do C. Ciro relatando a decisão tomada por unanimidade em reunião da Executiva Nacional Ampliada do PDT que “oxigenará” a democracia. O C. Ciro relata que não aceitará imposições e cargos em eventual futuro governo. Explica que seguirá lutando ao lado da sociedade, em especial da juventude por transformações profundas mudanças como as propostas em campanha. Lembra que como sempre fez, fiscalizará, acompanhará e denunciará qualquer desvio do governo que assumirá em janeiro [2023], assim como, seguirá estudando e apresentando ideias para recuperar o país (Gomes, 2022).

^(h)Valor Econômico (2022).

APÊNDICE C

Tabela 1

Relatos verbais (n=40) com Postagens do C. Lula (n=10) e Respostas de Usuários (30) na Plataforma X

Postagem	Análises Funcionais	Totais
<p>LulaP1 @lulaoficial 21/07/2022, 13:42 23,8k respostas</p> <p>Eu não precisava ser presidente de novo. Eu podia guardar meu título de melhor presidente da história e ir viver os últimos anos da vida tranquilo. Mas eu vi esse país ser destruído. Vi a educação ser comandada por um cara que não gostava de educação. Então eu resolvi voltar.</p>	<p><u>Operante verbal tato</u> com a descrição do comportamento de se candidatar “eu vi esse país ser destruído”, e com qualificadores como os <u>autoclíticos</u> “vi a educação ser comandada por um cara que não gostava de educação”; e “melhor presidente da história”. A <u>moldura de comparação</u> é interpretada a partir da comparação do candidato Lula com outro candidato ex-presidente.</p>	<p>Tato (1) Autoclítico (2) Moldura de Comparação (1)</p>
Respostas		
<p>R1LulaP1 21/07/2022, 14:54 Kkkkkkkkkkkkk, lula e Bolsonaro são a maior prova de que este país é uma piada, uma piada de mau gosto, mas uma piada</p>	<p>A risada prolongada do usuário da Plataforma X reflete a intensidade de uma consequência com <u>função punitiva</u>, de desaprovação, usando também o <u>autoclítico relacional</u> “é uma piada” voltado para os candidatos Lula e Bolsonaro.</p>	<p>Autoclítico (1) Punição (1)</p>
<p>R2LulaP1 23/07/2022, 10:05 Seu título seria de presidente com mais recursos na história! Mas foi descondensado pelo STF! Mas NÃO FOI DECLARADO INOCENTE!</p>	<p>Nesta interação do ouvinte com o comportamento verbal textual do candidato, o <u>operante intraverbal</u>, o usuário descreve uma situação utilizando o <u>tato</u> para corrigir a fala de Lula, substituindo “melhor presidente da história” por outro qualificador (<u>autoclítico</u>) “presidente com mais recursos na história”. Esse ajuste reflete uma <u>moldura relacional de distinção</u> também presente ao diferenciar o neologismo “descondenado” de “declarado inocente”, derivando a relação, a ideia que: para ser considerado o melhor presidente, Lula deveria ser inocente.</p>	<p>Tato (1) Intraverbal (1) Autoclítico (1) Moldura de Distinção (2)</p>
<p>R3LulaP1 22/07/2022, 06:58 Mas, gente?... Olha, eu votarei em vc, pq, né, temos uma figura extremamente tóxica p combatermos juntos. Mas esse papo de Salvador da pátria, além d ser piegas, me dá um calafrio tremendo na espinha. “Miserável país aquele q n̄ tem heróis. Miserável país aquele que precisa d heróis.”</p>	<p>A usuária inicia sua resposta com a expressão “Mas, gente?”, denotando <u>autoclítico</u> com função de surpresa e apelo à audiência. Em seguida, ela afirma que votará no candidato Lula, ao qualificar outro candidato como “uma figura extremamente tóxica para combaterem juntos” (<u>autoclítico relacional</u>). Há expressão de apoio ao candidato Lula com o termo “juntos”, uma aliança contra outros candidatos (<u>moldura de distinção</u> ao tratar dos candidatos). Critica (<u>função de punição</u>) a expressão “salvador da pátria”, ao usar o termo “piegas”; “me dá um calafrio tremendo na espinha”; e a frase de Bertolt Brecht “Miserável país aquele que não tem heróis. Miserável país aquele que precisa de heróis.”</p>	<p>Intraverbal (1) Autoclítico (1) Autoclítico R (1) Moldura de Distinção (1) Punição (1)</p>
Postagem		
<p>Lula P2</p>	<p>30/07/2022 a 08/08/2022, 33.100 respostas)</p>	<p>Tato (1) Autoclítico (1)</p>

<p>@lulaoficial 06/08/2022, 19:09 33,1k respostas Oficial e registrado. Com @geraldoalckmin #VamosJuntosPeloBrasil</p>	<p>O candidato Lula (C. Lula) descreve a oficialização de sua candidatura junto ao Geraldo como candidato à vice-presidência (<u>operante verbal tato</u>). E, finaliza com o hashtag #VamosJuntosPeloBrasil, <u>autoclítico</u> que fora associado à sua campanha (<u>moldura de coordenação</u>).</p>	<p>Moldura de Coordenação (1)</p>
<p>R1LulaP2 06/08/2022, 20:54 Com muita esperança e determinação para recuperar a dignidade do povo brasileiro. Vamos juntos @LulaOficial</p>	<p>Neste <u>autoclítico relacional</u>, com “esperança e determinação para recuperar a dignidade do povo brasileiro”, o candidato à vice-presidência, Geraldo Alckmin expressa uma <u>condição aversiva</u> “recuperar a dignidade do povo brasileiro”, com o <u>mando</u> “Vamos juntos”, ecoando o <u>autoclítico</u> original “hashtag #VamosJuntosPeloBrasil” (<u>operante ecóico</u>).</p>	<p>Autoclítico R. (1) Mando (1) Ecóico (1)</p>
<p>R2LulaP2 06/08/2022, 19:10 OFICIAL! Brasil voltará a sorrir no dia 2 de outubro! Vai ser no 1º turno!</p>	<p>Usuário emite o <u>operante intraverbal</u>, ecoando o tato inicial “Oficial e registrado”, transformando-o em <u>autoclítico</u> “OFICIAL”, que denota uma manchete com consequência reforçadora positiva “Vai ser no 1º turno”, sugerindo que o C. Lula venceria as eleições. Observa-se um <u>mando supersticioso</u> disfarçado de tato, ao inferir a vitória no 1º turno.</p>	<p>Intraverbal (1) Autoclítico (1) Mando disfarçado em tato (1)</p>
<p>R3LulaP2 06/08/2022, 19:20 Em 2002, foi um ano de copa do mundo. O país estava triste e desacreditado. No fim do ano, o Brasil foi campeão e o @LulaOficial foi eleito. Foram anos de alegria para o povo. Em 2022, temos copa do mundo e o Lula candidato. Estão deixando a gente sonhar...</p>	<p><u>Tatos</u> com relatos históricos “Em 2002, foi um ano de copa do mundo”; “No fim do ano, o Brasil foi campeão e o @LulaOficial foi eleito”; “Foram anos de alegria para o povo”; e o tato “Em 2022, temos copa do mundo e o Lula candidato”. Com a <u>moldura de coordenação</u>, compara-se eventos de natureza similar em 2002 e 2022. E, sugere-se em uma relação supersticiosa, que o C. Lula poderia vencer as eleições, e o Brasil ganhar a copa do mundo em 2022, “Estão deixando a gente sonhar...”</p>	<p>Tato (4) Moldura de Coordenação (1)</p>
<p>Postagem</p>		
<p>Lula P3 @lulaoficial 09/08/2022, 12:12 15k respostas Se eu for eleito, a primeira coisa que eu vou fazer é reunir os 27 governadores para reconstituir o pacto federativo e pensar um pacote de infraestrutura com as principais obras que precisam ser feitas em cada estado. E vou ajudar os governadores a buscarem investimentos.</p>	<p>O C. Lula apresenta propostas de campanha, em momentos iniciais de seu futuro governo. Tatos: “Se eu for eleito, a primeira coisa que eu vou fazer é reunir os 27 governadores para reconstituir o pacto federativo”; “e pensar um pacote de infraestrutura com as principais obras que precisam ser feitas em cada estado”; e “Vou ajudar os governantes a buscarem investimentos”.</p>	<p>Tato (3)</p>
<p>R1LulaP3 10/08/2022, 09:52 Çei...certamente pra reestabelecer o esquema que vc tinha antes...</p>	<p>O usuário inicia com <u>tato distorcido</u> “Çei” que envolve ironia. No tato seguinte, descreve-se a autorregra do usuário para o comportamento do candidato, que serve como estímulo condicional na contingência de não apoio.</p>	<p>Tato distorcido (1) Tato (1) Ironia (1)</p>
<p>R2LulaP3 10/08/2022, 17:37 Não conseguiu nem terminar as</p>	<p>Em um <u>tato</u>, o usuário afirma que Lula “não conseguiu nem terminar as obras que começou”, utilizando uma expressão com <u>função punitiva</u> “papo furado (...) Nos</p>	<p>Tato (1) Punição (1) Mando (1)</p>

<p>obras que começou, agora vem com esse papo furado? Nos poupe</p>	<p>poupe”. Essa resposta reflete uma história de reforço negativo para o usuário, quanto às promessas de Lula, utilizando descrédito como uma forma de <u>mando</u> para rejeitar a proposta “nos poupe”.</p>	
<p>R3LulaP3 09/08/2022, 14:45 Hahaha...copiando o Projeto Nacional na cara dura, quem olha assim nem parece que vc teve 14 anos para fazer e não fez...dá licença né! Agora é Ciro!</p>	<p>O usuário utiliza <u>autoclítico</u> para denotar ironia “hahaha”. Segue com o tato, acusando Lula de copiar o livro de campanha “Projeto Nacional”, do C. Ciro Gomes; apontando uma suposta inconsistência “teve 14 anos para fazer e não fez”, com uma expressão com <u>função punitiva</u> “dá licença né!”. A atenção é voltada para o C. Ciro Gomes com o mando “Agora é Ciro！”, direcionando a atenção para uma alternativa política, enquanto descredencia o C. Lula (moldura de comparação).</p>	<p>Autoclítico (1) Ironia (1) Punição (1)</p>
Postagem		
<p>LulaP4 @lulaoficial 25/08/2022, 21:35 30k respostas O que acharam? #LulaNoJN</p>	<p>O C. Lula questiona diretamente sua audiência, em um <u>mando</u> constituído por condições antecedentes de privação de informações de sua entrevista ao Jornal Nacional, no dia 25 de agosto de 2022.</p>	<p>Mando (1)</p>
<p>R1LulaP4 25/08/2022, 21:43 Ainda tamo esperando a entrevista! Porque o que era pra ser hoje, o senhor transformou em comício e fez um dos discursos mais arrebatadores da história política desse país!  BR </p>	<p>Usuário responde o mando do C. Lula com a apresentação de uma <u>consequência reforçadora positiva</u>. Inicia com <u>tato distorcido</u> “Ainda tamo esperando a entrevista！”, como se não tivesse assistido a sabatina. É possível confirmar a distorção no tato seguinte com <u>autoclíticos</u> “comício” e “arrebatador” para elogiar a performance do candidato no Jornal Nacional da TV Globo, rede de televisão aberta. Finaliza com emojis de punho cerrado, bandeira nacional e coração, em moldura de coordenação com estímulos verbais que representam apoio.</p>	<p>Tato distorcido (1) Autoclítico (5), incluindo 3 emojis Reforço social positivo (1)</p>
<p>R2LulaP4 25/08/2022, 21:39 Adorei! Cê arrasou. RT: “Lula falou que política e ódio não combinam, denunciou o orçamento secreto e o desmatamento, trouxe o cuidado como bandeira, defendeu a educação como a única saída possível e apontou a situação de vulnerabilidade econômica vivida pelas mulheres brasileiras. Vem logo, presidente!”</p>	<p>Usuária apresenta como consequência uma alta magnitude de <u>reforço social</u> “Adorei! Cê arrasou”. Em seguida, faz referência a uma postagem própria, <u>tateando</u> os eventos ao longo da sabatina, finalizando com um tato disfarçado de mando “Vem logo, presidente！”, uma segunda apresentação de <u>reforço positivo</u> que caracteriza apoio ao candidato.</p>	<p>Tato (5) Reforço social positivo (2)</p>
<p>R3LulaP4 25/08/2022, 21:52 Se eu tivesse alguma dúvida, hoje eu teria definido meu voto, a sabatina foi muito boa, Lula está a anos luz a frente dos outros candidatos. #VaiSerNo1Turno</p>	<p>Inicia com <u>tato distorcido</u> para dizer que a performance do candidato na sabatina mostrou cobertura de assuntos relevantes para o usuário, passando segurança para quem pudesse ter dúvidas nesses pontos. Reforço social para o comportamento do C. Lula “a sabatina foi muito boa” e “Lula está a anos luz a frente dos outros candidatos”. Conclui com <u>mando supersticioso</u>, sugerindo confiança no resultado positivo eleitoral de 2022 ou mando diante de dados da campanha eleitoral.</p>	<p>Tato distorcido (1) Mando (1) Reforço social positivo (2)</p>

Postagem		
<p>LulaP5 @lulaoficial 02/09/2022, 20:56 19,3k respostas</p> <p>Não pensem que eu me ofendo quando Bolsonaro me chama de presidiário. Eu sou o único cara que foi condenado por ser inocente. Eles acreditam nas mentiras de um juiz e de um procurador e agora não sabem pedir desculpas, porque pedir desculpas é para quem tem caráter.</p>	<p>O <u>intraverbal</u> “não pensem que eu me ofendo quando Bolsonaro me chama de presidiário” denota que o C. Lula pode estar respondendo a um macrocomportamento de sua audiência “não pensem”, como postagens que indiquem necessidade de defesa (possíveis mandos de seus seguidores) diante das acusações do c. Bolsonaro. Segue descrevendo a razão pela qual diz não se ofender “sou o único cara que foi condenado por ser inocente”; “e agora não sabem pedir desculpas”. Esse tato têm a função intraverbal, rao responder ao possível macrocomportamento de mando por uma defesa, reforçando o apoio desses eleitores. Ao final, o tato que pode ser interpretado pela <u>moldura relacional de hierarquia</u> “pedir desculpas é para quem tem caráter, inferindo que essa oposição a ele não possui caráter, uma vez que não pediu desculpas, ainda que, segundo o C. Lula, soubessem que ele é inocente.</p>	<p>Tato (3) Intraverbal (1) Moldura de Hierarquia (1)</p>
<p>R1LulaP5 03/09/2022, 09:47</p> <p>Você está preso no coração do povo Brasileiro, sua eleição será no 1º turno! Quero estar ao seu lado como deputado federal do #TimeDoLula</p>	<p>O <u>tato metafórico</u> “Você está preso no coração do povo Brasileiro” tem a função de reforço positivo para os comportamentos do C. Lula. O <u>mando</u> “Sua eleição será no 1º turno!” pode ser evocado por dados da campanha eleitoral; por avaliações de outros eleitores; ou pode ser um mando supersticioso mantido por reforços disponibilizados para outros comportamentos que ocorrem de forma contígua a essa afirmação. Outro <u>mando</u> é identificado em “Quero estar ao seu lado como deputados federal do #TimeDoLula”.</p>	<p>Tato metafórico (1) Mando (2)</p>
<p>R2LulaP5 02/09/2022, 21:36</p> <p>O ex presidiário foi condenado em várias instâncias e por inúmeros magistrados</p>	<p>Os tatos têm a função de punição para os comportamentos do C. Lula</p>	<p>Tato (2) Punição (1)</p>
<p>R3LulaP5 02/09/2022, 21:21</p> <p>Kkkkkkkkkkkkkkkkkkkkkkkkkkk... Todo mundo sabe que você não foi inocentado...⁽¹⁾ O STF anulou pois em outras palavras disse que o local de julgamento foi errado...⁽²⁾ Ex. Uma pessoa roubou em SP e foi julgado no RJ...⁽³⁾ Não engana ninguém...⁽⁴⁾ Pedalinho no sítio com nome do neto só p/ começar.⁽⁵⁾</p>	<p>O autoclítico de ironia “Kkkkkkkkkkkkkkkkkkkkkkkkk...” é seguido por 5 tatos (identificados pelos números na postagem^(a) que desaprovam a postagem do C. Lula. A mensagem tem função punitiva para a postagem do C. Lula.</p>	<p>Tato (5) Atutoclítico (1) Punição (1) Ironia</p>
Postagem		
<p>LulaP6 @lulaoficial 10/09/2022, 12:35 16,3k respostas</p> <p>Ontem saiu uma pesquisa e o povo segue me dando 45% dos votos.⁽¹⁾ O Bolsonaro não deve ter dormido.⁽²⁾</p>	<p>Os <u>tatos</u> (sinalizados pelos números na postagem) descrevem o resultado da pesquisa Datafolha do dia 09/09/2022, tendo os candidatos Lula 45%, Bolsonaro 34% e Ciro 7% das intenções de voto. O segundo tato pode ser interpretado como provocação, um mando disfarçado de tato para resposta</p>	<p>Tato (2)</p>

	do C. Bolsonaro ou como um estímulo discriminativo (SD) para evocar respostas ou engajamento de sua audiência.	
R1LulaP6 10/09/2022, 12:39 Sim, muito confiável essas pesquisas ⁽¹⁾ , no dia 7 de setembro ficou bem claro isso! ⁽²⁾	Com os 2 <u>tatos</u> , o primeiro envolve ironia e o segundo oferece um exemplo que fortalece a crítica em forma de ironia. A referência ao dia 7 de setembro sugere que a manifestação realizada por apoiadores do C. Bolsonaro contradiz os resultados da pesquisa.	Tato (2) Ironia (1)
R2LulaP6 10/09/2022, 12:58 N consigo entender porque esses 45% não saí à rua	O <u>tato</u> distorcido com ironia: mando disfarçado em tato ‘N consigo entender’, sugerindo que o apoio do C. Lula é menor do que o indicado pela pesquisa.	Tato (1) Ironia (1)
R3LulaP6 10/09/2022, 12:40 Lula faça campanha sempre limpa e sempre ao contrário do desgoverno ⁽¹⁾ , não provoque ⁽²⁾ , não caia em provocação ⁽³⁾ , é a reta final não va cair ao nível desse homem ⁽³⁾ , como eleitora te peço ⁽⁴⁾ , voto em vc desde que tirei meu título e isso não vai mudar.	<u>Mandos</u> , como um pedido ou conselho, com <u>autoclíticos qualificadores</u> “campanha <u>limpa</u> ”, “contrário do <u>desgoverno</u> ”, “nível <u>desse homem</u> ”. Os <u>tatos</u> “é a reta final”, “voto em vc desde que tirei meu título” e “isso não vai mudar”. A moldura de coordenação é identificada na relação entre “desgoverno” e um outro candidato “desse homem”.	Tato (3) Mando (3) Autoclítico (3)
Postagem		
LulaP7 @lulaoficial 24/09/2022, 19:26 8800 respostas Bolsonaro diz que o partido dele é o Brasil. ⁽¹⁾ Mas a bandeira verde e amarela pertence à história do nosso país e do nosso povo. ⁽²⁾ Se Bolsonaro quer ter uma bandeira para ele, ele que crie um partido político como eu criei o PT.	A postagem inicia com dois <u>tatos</u> . No segundo, ao definir a bandeira observa-se a <u>moldura hierárquica</u> (o símbolo do país e do povo). E, ao final, com um mando “ele que crie um partido político”, a <u>moldura de distinção</u> envolve o C. Lula ao ter criado um partido diferente do C. Bolsonaro.	Tato (2) Mando (1) Moldura Hierárquica (1) Moldura de distinção (1)
R1LulaP7 25/09/2022, 02:05 Que covardia hein Loola? Fugiu do debate e agora quer se esconder atrás de sua conta no Twitter?	Perguntas retóricas (<u>tatos</u> disfarçados em mando), com distorção ortográfica “Loola” com função depreciativa (autoclítico, um qualificador). A resposta crítica tem função de <u>punição</u> para as postagens do C. Lula na Plataforma X (neste momento ainda com a nomeação de Plataforma Twitter).	Tato disfarçado em mando (2) Punição (1)
R2LulaP7 24/09/2022, 19:38 Vou votar em você mais dá um tempo de Bolsonaro po, fala mais dos seus planos pro nosso futuro, do seu mandato, ⁽²⁾ se a gente quisesse de Bolsonaro a gente votaria nele, só fala dele, é pra frente que se olha meu presidente, vamos aos planos para o futuro. 	A resposta contém <u>tatos</u> com <u>função reforçadora</u> “Vou votar em você”, “se a gente quisesse de Bolsonaro a gente voltaria nele”, “meu presidente”, o emoji de coração, e tato com função punitiva “só fala dele”. Em mandos com função punitiva “dá um tempo de Bolsonaro po”, e mandos como “fala mais dos seus planos pro nosso futuro, do seu mandato”, “é pra frente que se olha” (mando disfarçado em tato metafórico), “vamos aos planos para o futuro”.	Tato (4) Mando (4)
R3LulaP7 24/09/2022, 19:29 O partido do Bolsonaro é o mesmo do Brasil @LulaOficial, isso que vc finge não entende. Porque o seu partido é o comunismo.	O <u>tato</u> “O partido do Bolsonaro é o mesmo do Brasil” estabelece uma <u>moldura de coordenação</u> entre Bolsonaro e a identidade nacional. A função punitiva do tato “isso que vc finge não entende”, sugerindo distorção por parte do C. Lula ao não reconhecer que o opositor representa o país. Este tato é	Tato (1) Intraverbal (1) Moldura de Coordenação (1) Moldura de Oposição Punição (1)

	seguido pelo <u>intraverbal</u> “Porque o seu partido e o comunismo”, em uma <u>moldura relacional de oposição</u> entre os partidos dos candidatos.	
Postagem		
LulaP8 @lulaoficial 07/10/2022, 18:28 17,9k respostas Quebraram meus sigilos, ⁽¹⁾ me investigaram e venci todos os processos, no Brasil e na ONU. ⁽²⁾ Não devo nada à Justiça. ⁽³⁾ Tem alguém espumando com medo da quebra dos seus sigilos de 100 anos. ⁽⁴⁾	Tatos descrevem experiências vividas pelo C. Lula durante o mandato do C. Bolsonaro, com citações de investigações e vitória em processos. E, conclui com um tato dirigido ao candidato oponente que pode também ter quebra dos seus sigilos de 100 anos.	Tato (4)
R1LulaP8 07/10/2022, 20:31 Vamos começar pelo cartão vacinal? ⁽¹⁾ Onde ele “no sigilo” se vacinou e saiu espalhando para o povo não se vacinarem? ⁽²⁾ Lembrando que o Trump fez isso... 	O segundo <u>mando</u> tem <u>função punitiva</u> para um candidato da oposição, com uma moldura de coordenação entre esse candidato e o presidente americano Donald Trump. Os emojis sugerem ironia.	Mando (2) Punição (1) Moldura de Coordenação (1) Ironia (1)
R2LulaP8 07/10/2022, 20:37 A ONU não é órgão judicante. ⁽¹⁾ Ninguém pode sequer “vencer processos penais lá. ⁽²⁾ Sua afirmação é falsa. ⁽³⁾ E, no Brasil, você não venceu seus processos. ⁽⁴⁾ Os teve anulados por uma filigrana jurídica, sem jamais se dizer que as provas que o levaram à condenação não existiram. ⁽⁵⁾ Tudo fake! ⁽⁶⁾	Os dois <u>tatos</u> iniciais descrevem características da ONU. E, em seguida, os quatro tatos tem <u>função punitiva</u> .	Tato (6) Punição (4)
R3LulaP8 07/10/2022, 18:28 @jairbolsonaro tome	Com @jairbolsonaro o <u>tato</u> é dirigido diretamente ao C. Bolsonaro, destacando a postagem do C. Lula.	Tato (1)
Postagem		
LulaP9 @lulaoficial 16/10/2022, 15:49 20k respostas E aí, vocês tem alguma sugestão de pergunta?	Neste <u>mando</u> dirigido à sua audiência, o C. Lula evoca a participação de sua audiência para o seu debate que ocorreria com o C. Bolsonaro na rede de televisão aberta Bandeirantes, no dia 17/10/2022.	Mando (1)
R1LulaP9 17/10/2022, 17:16 O que uma autoridade deve fazer se vier a encontrar crianças de 14 anos se prostituindo ⁽¹⁾ E se essa autoridade não fizer nada e for contar a história e ainda falar que pintou um clima o que deve ser feita com ela. ⁽²⁾	<u>Intraverbal</u> , o qual é controlado por comportamento verbal, neste caso do comportamento do C. Lula na postagem e pelo comportamento verbal do C. Bolsonaro, em evento recente.	Intraverbal (2)
R2LulaP9 16/10/2022, 16:28 Sim. Duas sugestões, na verdade: Qual o número do processo que tem a sentença afirmado que vc não cometeu os crimes dos quais é acusado e... ⁽¹⁾ cadê seu plano de	Destacam-se o mando disfarçado em <u>tato</u> acusando o C. Lula de não ter sido inocentado em crimes, e o <u>mando</u> solicitando seu plano de governo. Finaliza com um <u>tato</u> com o objetivo de conferência desses dados.	Intraverbal (1) Mando (1) Tato(2)

governo? ⁽²⁾ — só pra gente dar uma conferida aqui. ⁽³⁾		
R3LulaP9 16/10/2022, 18:15 Pergunte se ele apoia a ideia de Igreja Sem Partido assim como apoiou a Escola Sem Partido	O <u>intraverbal</u> em resposta à pergunta do C. Lula tem função de mando, e envolve moldura de coordenação entre a campanha Escola sem Partido ^(b) e a ideia de “Igreja sem Partido”. A postagem tem <u>função punitiva</u> .	Intraverbal (1) Mando (1) Moldura de Coordenação (1) Punição (1) Ironia (1)
Postagem		
LulaP10 @lulaoficial 22/10/2022, 17:37 22,4k respostas Quanto está custando 24kg de frango no mercado perto de sua casa?	Mando disfarçado de <u>tato</u> (tato: o frango está caro) que pode evocar respostas da audiência descrevendo que o frango está caro, durante o mandato do C. Bolsonaro.	Mando disfarçado em <u>tato</u> (1)
R1LulaP10 22/10/2022, 19:31 48 talkeys	<u>Intraverbal</u> com <u>tato</u> formado pelo termo “talkeys”, metonimicamente relacionado ao jargão “tá ok” usado pelo C. Bolsonaro. Tem <u>função reforçadora social positiva</u> para o comportamento verbal textual do C. Lula na postagem.	Intraverbal (1) Tato (1) Reforço social positivo (1)
R2LulaP10 22/10/2022, 17:48 Em Maceió – 44 reais Aqui no México: 110 pesos = 28 reais Na Espanha onde estava mês passado: 9 euros + 45 reais (e eles ganham em euro!!)	<u>Intraverbal</u> com <u>tato</u> com a descrição de preços do frango em diferentes países. Em uma <u>moldura de coordenação</u> .	Intraverbal (1) Tato (1) Moldura de Coordenação (1)
R3LulaP10 22/10/2022, 17:53 Lu aqui no centro de São Paulo o kg de sobrecoxa tá R\$32 isso não pode continuar assim	O vocativo “lu” sugere afetividade dirigida ao C. Lula. <u>Intraverbal</u> com <u>tato</u> que finaliza com <u>mando disfarçado</u> em <u>tato</u> “isso não pode continuar assim”	Intraverbal (1) Tato (1) Mando disfarçado em <u>tato</u> (1)

^(a)os números inseridos nos textos das postagens e respostas sinalizam a frequência de operantes verbais identificados na análise funcional.

^(b)“O Programa Escola sem Partido é uma proposta de lei, federal, estadual e municipal, contra o uso de escolas e universidades para fins ideológicos, políticos, partidários” www.escolasempartido.org