



ELEIÇÕES NA FRANÇA

DAPP
REPORT

RELATÓRIO DE ANÁLISE
ESTRATÉGICA DE REDES SOCIAIS

09/05/17

Eleições na França

O resultado de Emmanuel Macron nas urnas, no segundo turno, não só o consagrou como o presidente mais jovem da história da França, como confirmou as estimativas (até conservadoras) das pesquisas eleitorais sobre a vantagem que obteria contra Marine Le Pen. Enquanto havia, em especial na imprensa francesa, acentuado debate sobre o impacto das ausências (que foram, de fato, elevadas) e dos votos nulos e brancos (também elevados), verificou-se que a migração de eleitores de outros candidatos foi, de fato, mais vantajosa para Macron.

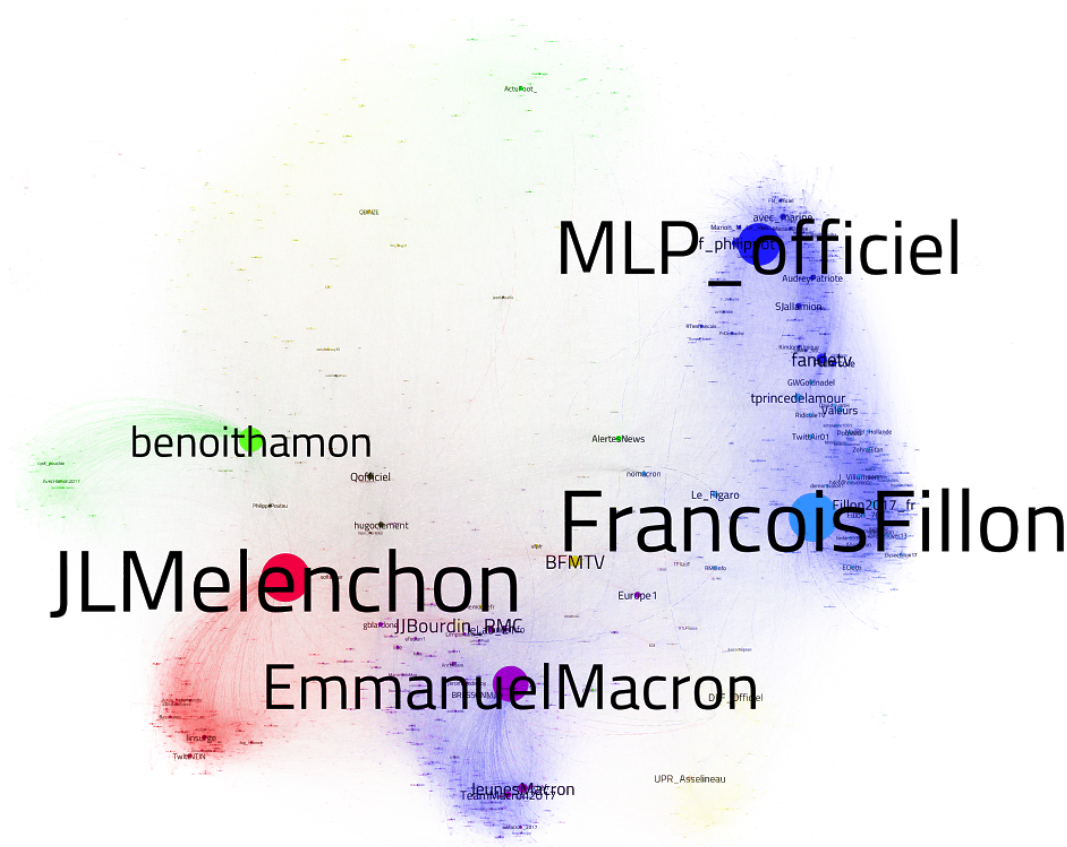
Sob esse foco de análise, a FGV/DAPP mapeou, desde o começo da campanha presidencial, o debate eleitoral via Twitter, em francês, para identificar de que forma os perfis se realinharam, com o objetivo de verificar a adesão aos dois finalistas e quais candidatos mais “cederam” espaço a Macron ou Le Pen, a partir de seus próprios polos de influência. O resultado do estudo, fracionado em dois grafos de interações entre perfis – *antes do primeiro turno* e *pós-primeiro turno* –, retrata uma oposição quanto ao resultado das urnas, deixando a esfera de debate na rede social em dissonância com a mobilização dos franceses no último domingo, 07 de maio.

No entanto, também evidencia que, conforme verificado na votação, predominou a rejeição ao adversário, em ambos os lados, pela ausência de adesão aos programas eleitorais de Macron e Le Pen: as discussões via Twitter apresentaram pouco debate sobre propostas e contrastes de orientação política, dominado pela polarização entre ofensas e críticas específicas ao perfil de cada candidato. Tanto que houve maior volume de menções aos candidatos, exatamente, dentro da rede de influência do opositor -- e isso ocorreu com Macron e Le Pen.

Na análise detalhada dos grafos, identificou-se ampla fusão entre os

polos de interações modalizadas pelos perfis de Le Pen e do republicano François Fillon, unidos agora em uma única zona de interações, apesar do apoio de Fillon a Macron. Por outro lado, também a análise deu força à hipótese de que o grupo de influência de Jean-Luc Mélenchon dificilmente apoiará o candidato centrista — com boa parte da rede de influência de Mélenchon distanciada dos demais candidatos após o primeiro turno. No entanto, conforme estimativa do Harris Institute¹, 53% dos eleitores de Mélenchon optaram por Macron no segundo turno, assim como 48% de Fillon.

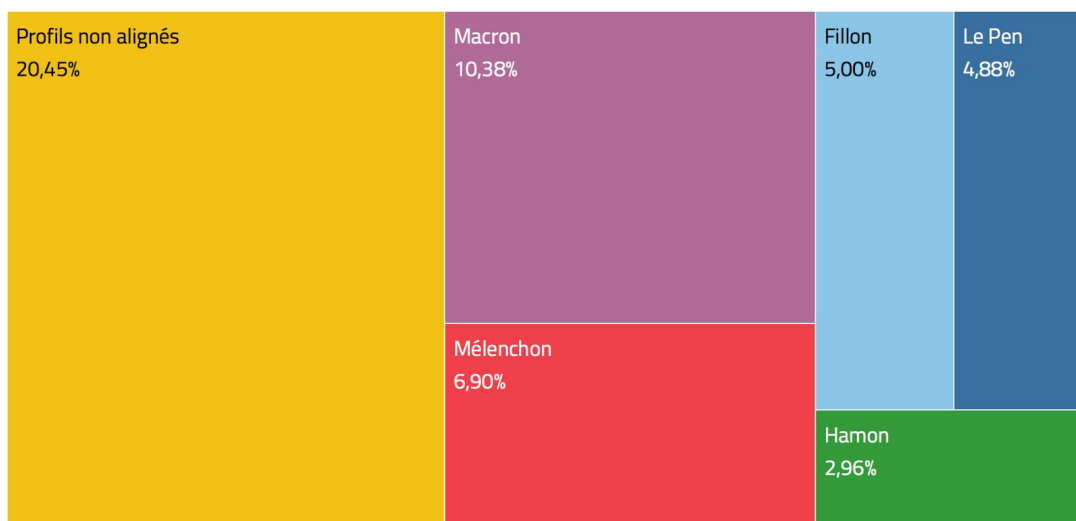
Mapa de Interações no 1º turno (Twitter - 10/abril a 22/abril)



¹ Disponível em:

<http://harris-interactive.fr/wp-content/uploads/sites/6/2017/05/Rapport-Harris-Compleet-Sondage-Jour-du-Vote-2nd-tour-presidentielle-M6.pdf>. Acesso em 08 de maio de 2017.

Proporção dos grupos de apoiadores

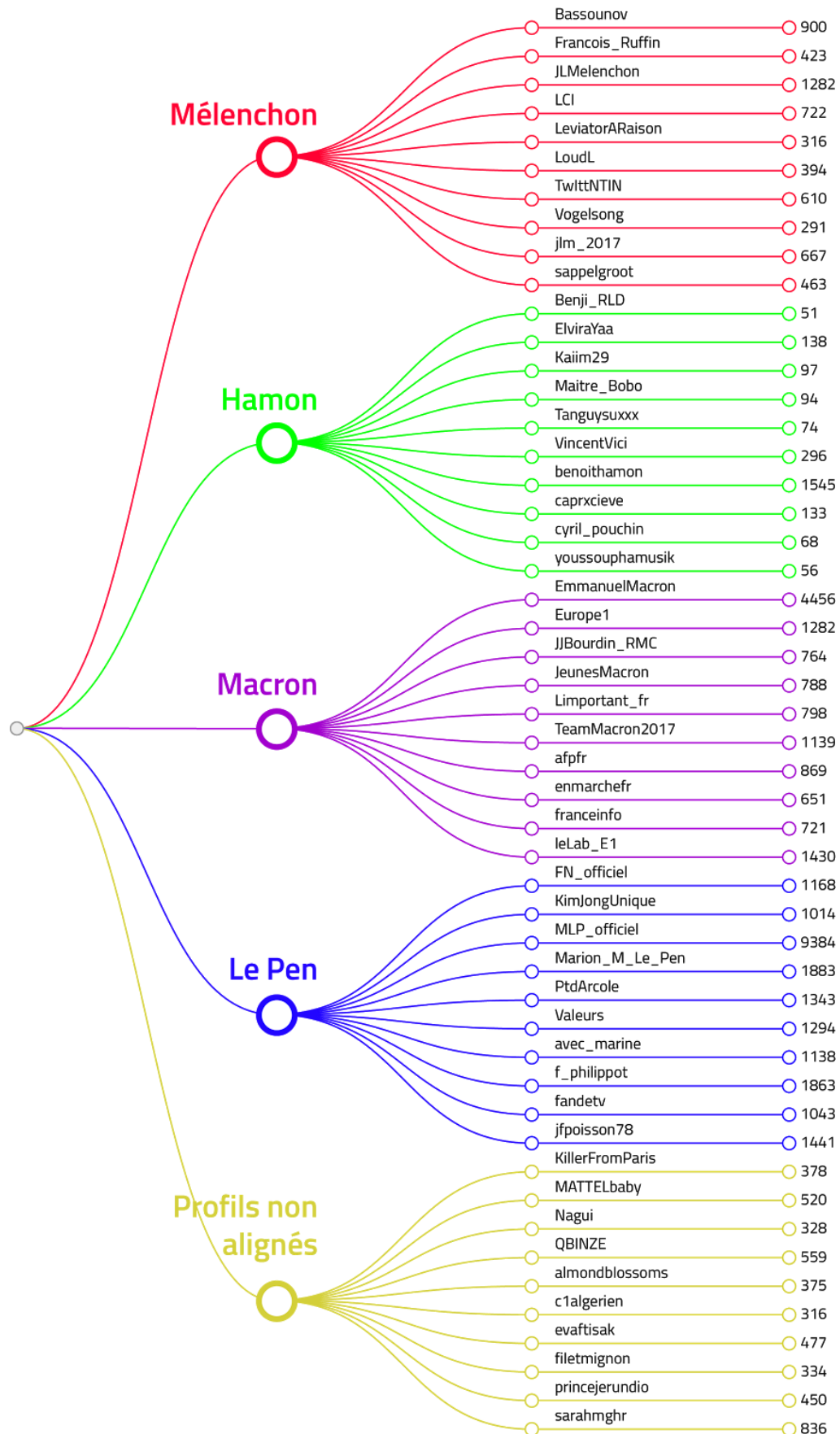


Foram analisadas menções, em francês, associadas a todos os candidatos e ao contexto específico da eleição, reunindo um total de **4,9 milhões de postagens, entre 10 de abril e 03 de maio**. Ao longo do primeiro turno, Macron foi o influenciador de maior alcance, concentrando 10,4% do debate, mais que o dobro dos 4,9% de Le Pen, por exemplo. Jean-Luc Mélenchon, cuja campanha foi marcada pelo uso extensivo das redes sociais e de inovações tecnológicas, como a aparição em dois eventos ao mesmo tempo, por intermédio de um holograma 3D, ficou em segundo em concentração das interações via Twitter, com 6,9%. O grupo aqui chamado de “Profils non alignés” (Perfis não alinhados) representa um grupo heterogêneo, que interage sobre as eleições mas não concentra apoio a nenhum político.

Contudo, uma vez que se encerra o primeiro turno, os perfis alinhados

a Fillon, já em proximidade com os de interação com Le Pen, praticamente se unem dentro do mesmo espectro de debate. Isso faz com que haja uma soma entre ambos, na visualização das regiões virtuais de influência: no segundo Mapa de Interações (pág. 7), o *cluster* Fillon-Le Pen agrega 12,1% das interações, com Macron ainda à frente, com 13%. Enquanto isso, Mélenchon decaiu muito pouco, a 6,6%.

INFLUENCIADORES POR GRUPO



Grupo de Apoio a Macron

As postagens em torno de Macron concentram, de forma predominante, críticas aos dois candidatos de direita que disputavam o eleitorado com essa identificação ideológica no primeiro turno: Fillon e Le Pen. As críticas a Fillon foram mais frequentes e com temática variada, concentrando-se em momentos de sua candidatura, como a denúncia de corrupção que recaiu sobre ele. Quanto a Le Pen, criticou-se a sua participação no Parlamento Europeu, uma vez que é grande crítica da presença francesa na organização europeia.

Termos mais mencionados



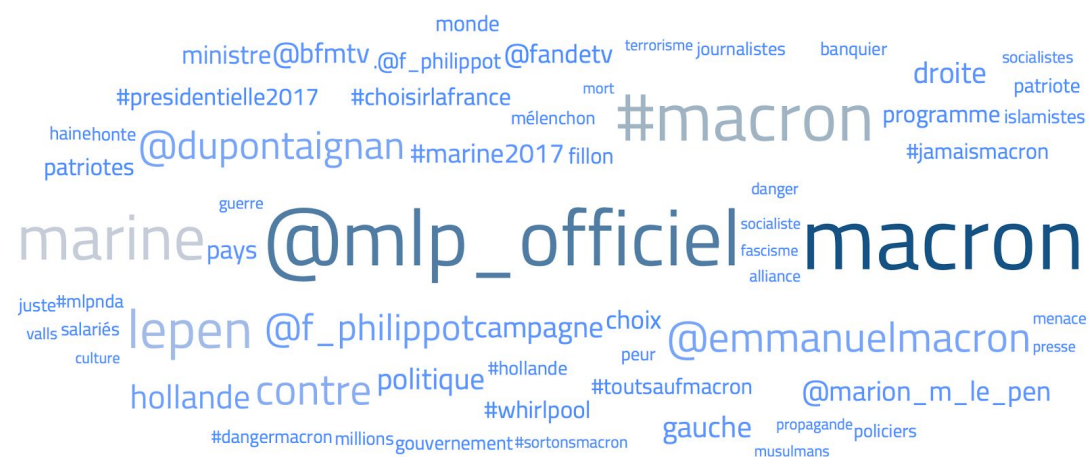
Postagens enaltecendo a candidatura de Macron para a presidência não foram muito compartilhadas e muitas vezes apresentavam viés comparativo, em detrimento dos dois candidatos com potencial de capitalizar o voto da direita. Já críticas aos candidatos de esquerda -- além de Mélenchon, o socialista Benoît Hamon, do partido do presidente François Hollande -- foram mais brandas e, especialmente, menos frequentes.

Grupo de Apoio a Le Pen

Durante o primeiro turno das eleições francesas, o grupo de apoio a Le

Pen discutiu bastante a questão islâmica no país. A candidata afirmou que quer proibir a União de Organizações Islâmicas da França, e, em tweet popular durante a campanha, que não quer que os franceses se habituem ao terrorismo islâmico. Além disso, Marine le Pen disse que a imigração “massiva e incontrolada” conduz ao caos e à violência.

Termos mais mencionados



Grupo de Apoio a Fillon

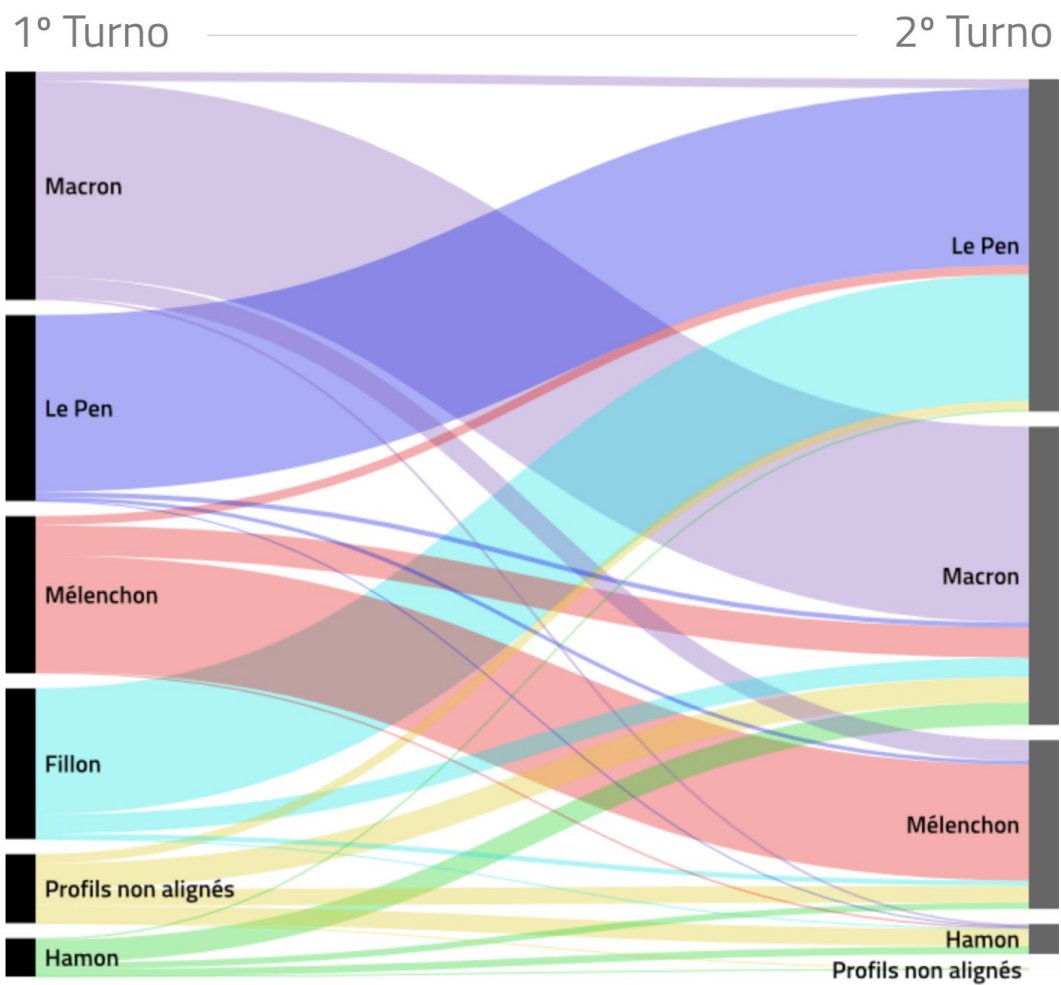
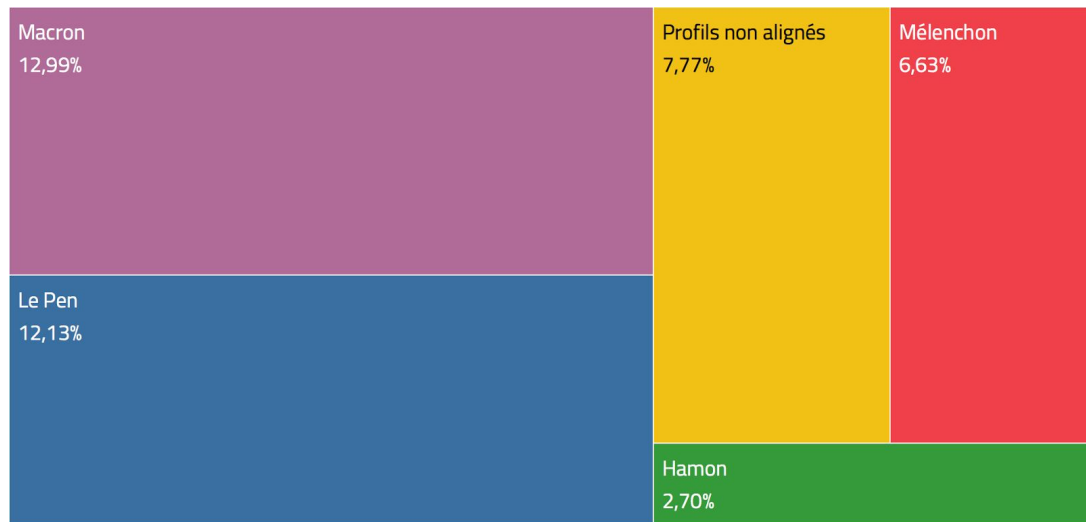
Muitos dos tweets mais populares do grupo criticaram Macron, inclusive o mais compartilhado. Dentre as críticas feitas estão o posicionamento “nem de direita, nem de esquerda” do candidato; seu programa econômico; sua oscilação de opinião; seu discurso “manipulador” e o fato de Macron se exaltar quando alguém o ataca.

Grupo de Apoio a Mélenchon

Durante o primeiro turno, o cluster de Mélenchon teve a maior parte de suas postagens voltadas a defender sua candidatura, com algumas críticas aos outros candidatos. Apesar de não se concentrar em nenhum especificamente, há muitas críticas ao atual presidente, François Hollande. Foram compartilhados posts mencionando diversos pontos de sua plataforma, como a proteção ao meio ambiente e aos

2º turno

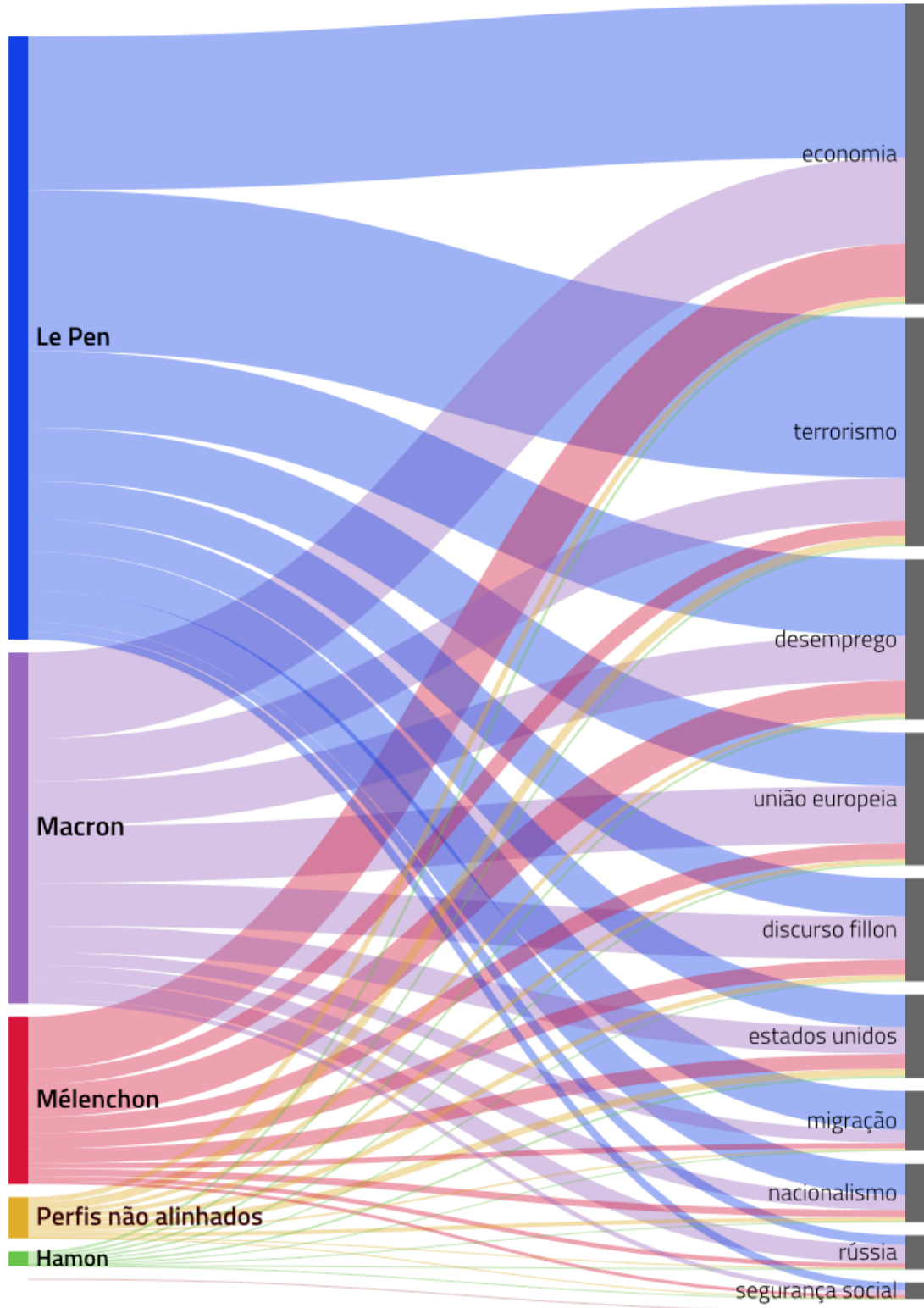
Proporção dos grupos de apoiadores



Do lado esquerdo do gráfico acima, podemos ver os grupos de apoio aos diferentes candidatos durante o primeiro turno. O tamanho da barra preta ao lado de cada nome representa a quantidade de usuários no grupo de apoio. Do lado direito vemos os grupos que se estabelecem no contexto do segundo turno eleitoral, e o gráfico indica a transição de usuários de grupos do primeiro turno para o segundo. Podemos notar que os usuários que apoiam Mélenchon no primeiro se mantêm majoritariamente em um grupo de apoio a Mélenchon, assim como os de Macron e de Le Pen.

No entanto, uma grande parte dos usuários que antes apoiavam Fillon agora passam para o grupo de apoio a Le Pen. Pautas levantadas pelos apoiadores de Fillon durante o primeiro turno, como o medo do terrorismo e a aversão a Macron e à esquerda, podem explicar o porquê da transferência de parte dos usuários que apoiavam Fillon a Le Pen em um segundo momento. De fato, já no grafo do Twitter relativo ao primeiro turno podemos perceber que o grupo de apoio de Fillon e Le Pen se encontram próximos, indicando que esses usuários compartilham mensagens de teor similar.

No gráfico a seguir, podemos ver quais as pautas mais faladas por cada grupo de apoio encontrado durante o segundo turno. Podemos ver que **Le Pen é a que mais mobiliza temas como economia, terrorismo, desemprego, nacionalismo e migração.**



Grupo de apoio a Macron

O *cluster* Macron apresenta predominantemente críticas a Le Pen em diversos elementos e temas, com algumas postagens importantes enaltecendo Macron sem menção a sua opositora. Temáticas

recorrentes dos tweets do cluster de Macron são a necessidade de combater o projeto de Le Pen e de seu partido, fazendo repetidas referências a seu pai, Jean-Marie Le Pen. Identifica-se seu projeto como uma direita nacionalista e antieuropeia, além de criticar o ódio promovido pelo Front National. Aparece aqui também a reflexão sobre a importância de convencer aqueles que pensam em não votar ou em anular seu voto para que ajudem Le Pen a não se eleger. Esse pensamento é especialmente direcionado aos eleitores de esquerda. Estes, apesar não terem mais candidato no segundo turno, continuam ativos nas redes, boa parte envolvida no movimento #niMarineniMacron.

Grupo de Apoio a Le Pen

Marine Le Pen é a personalidade com mais retweets do grupo e, dentre suas postagens de maior compartilhamento após o 1º turno, enfatiza a proximidade de Macron a Hollande devido a seu envolvimento no governo anterior. Outros tweets populares também fazem alusão à proximidade de Macron com o atual presidente francês como um ponto negativo. É interessante notar que, dentre os tweets mais populares no segundo turno, **a questão islâmica não aparece tão forte quanto durante o primeiro turno**, o que poderia indicar uma estratégia por parte da candidata para parecer menos extremista, tentando assim alicerçar votos além de seu eleitorado cativo.

Conclusão

O embate entre Le Pen e Macron, para muito além de representar exclusivamente um conflito de formações ideológicas no segundo turno presidencial, se verificou no Twitter como um duelo de oposições ao outro. Em ambas as redes de influência, há maior presença de referências ao nome do adversário do que ao próprio (ou à própria) candidato(a), o que sintetiza o engajamento de rejeição, e não necessariamente de debate sobre políticas públicas. Tal engajamento, inclusive, se manifestou nas urnas, com o alto índice de abstenção e o amplo percentual que, nas pesquisas, afirmou votar tanto em Macron quanto em Le Pen com o objetivo de evitar que o outro vencesse.

Sob esse prisma, com um contraste de rejeições, a migração virtual de Fillon para o *cluster* de Le Pen, assim como a baixa adesão de perfis alinhados a Mélenchon à candidatura de Macron, no segundo turno, denotam a resistência da esquerda em se engajar em discussões mais próximas do centro. Em um cenário pouco propositivo, em que o “não” se sobrepõe ao desenvolvimento da agenda partidária, mesmo em temas caros a Le Pen, como o terrorismo, nenhum dos dois finalistas obteve mais de 13% de influência dentro do debate eleitoral.

No entanto, o *cluster* dedicado aos perfis não alinhados decaiu a pouco menos de 8% de participação, contra mais de 20% no primeiro turno, ainda que sem uma orientação específica de novo candidato. Mais fragmentados, esses perfis representam tanto a resistência a Macron e Le Pen quanto a incerteza entre escolher alguém ou não votar. Nessa balança, Macron se sobressaiu como a opção menos indesejada pela maioria dos franceses.

FGV

Instituição de caráter técnico-científico, educativo e filantrópico, criada em 20 de dezembro de 1944 como pessoa jurídica de direito privado, tem por finalidade atuar, de forma ampla, em todas as matérias de caráter científico, com ênfase no campo das ciências sociais: administração, direito e economia, contribuindo para o desenvolvimento econômico-social do país.

Escritório

Praia de Botafogo 190, Rio de Janeiro | RJ, CEP 222509000 ou
Caixa Postal 62.591 CEP 22257-970 | Tel (21) 3799-5498 | www.fgv.br

Presidente Fundador

Luiz Simões Lopes

Presidente

Carlos Ivan Simonsen Leal

Vice-Presidentes

Sergio Franklin Quintella, Francisco Oswaldo Neves Dornelles e Marcos Cintra Cavalcante de Albuquerque

FGV/DAPP

Diretor

Marco Aurelio Ruediger

Equipe

Alexandre Spohr
Danilo Carvalho
Humberto Ferreira
Lucas Calil
Tatiana Ruediger

Contato

+55 21 3799.4300 | www.dapp.fgv.br | dapp@fgv.br