

Desórdenes informativos y polarización afectiva: en un análisis de las emociones en publicaciones con desinformación en tres conflictos políticos brasileños en Twitter

Claudio Luis de Camargo Penteadó | claudio.penteadó@ufabc.edu.br
Universidade Federal do ABC

Julia Marks Santana Chaves | julia.marks@aluno.ufabc.edu.br
Universidade Federal do ABC

Palabras clave

“desinformación”, “desorden informativo”, “conflictos online”, “polarización afectiva”, “emociones”, “Twitter”

Sumario

1. Introducción
2. La desinformación y la polarización afectiva en la era digital
3. Metodología
4. Resultados
 4. 1 Descripción de los casos
 4. 2 Tipos de desinformación
 4. 3 Emociones y desinformación
5. Conclusiones
6. Bibliografía

Resumen

El artículo presenta un estudio sobre la desinformación y la polarización afectiva en las plataformas digitales. La investigación analizó la presencia y el tipo de desórdenes informativos, así como su relación con la movilización de emociones en tres conflictos brasileños en Twitter: la legalización del aborto, un caso de racismo y la apertura de una investigación por irregularidades en acciones de combate por la Covid-19 en el país. Mediante técnicas computacionales de monitoreo, recolección y procesamiento

de datos extraídos de la plataforma, se compuso una muestra de los 100 mensajes más compartidos de cada uno de los conflictos (n=300). Estas publicaciones fueron analizadas cualitativamente para identificar y clasificar el tipo de desórdenes informativos y verificar la movilización del marco de emociones en estos tuits con desinformación. Los resultados muestran que en los tres conflictos analizados fue posible identificar una gran cantidad de contenidos con desórdenes informativos entre los posts más compartidos y su estrecha relación con las emociones negativas (ira y asco), demostrando la relación entre la desinformación y la polarización afectiva.

Cómo citar este texto:

Claudio Luis de Camargo Penteadó y Julia Marks Santana Chaves (2023): Desórdenes informativos y polarización afectiva: en un análisis de las emociones en publicaciones con desinformación en tres conflictos políticos brasileños en Twitter, en *Miguel Hernández Communication Journal*, Vol. 14 (1), pp. 67 a 88. Universidad Miguel Hernández, UMH (Elche-Alicante). DOI: 10.21134/mhjournal.v14i.1811

Information disorders and affective polarization: in an analysis of emotions in posts with disinformation in three Brazilian political conflicts on Twitter

Claudio Luis de Camargo Penteado | claudio.penteado@ufabc.edu.br
Universidade Federal do ABC

Julia Marks Santana Chaves | julia.marks@aluno.ufabc.edu.br
Universidade Federal do ABC

Keywords

“disinformation”; “information disorders”; “on-line conflicts”; “affective polarization”; “emotions”; “Twitter”.

Summary

1. Introduction
2. Disinformation and affective polarization in the digital age
3. Methodology
4. Results
 - 4.1 Description of the cases
 - 4.2 Types of disinformation
 - 4.3 Emotions and disinformation
5. Conclusions
6. Bibliography

processing extracted data from the platform, a sample of the 100 most shared messages of each conflict (n=300) was composed. These publications were qualitatively analyzed to identify and classify the type of information disorders and verify the mobilization of the emotional framework in these tuits with disinformation. The results show that in the three conflicts analyzed it was possible to identify a large amount of content with information disorders among the most shared posts and its close relation with negative emotions (anger and disgust), indicating the relation between the disinformation and the affective polarization.

Abstract

The article presents a study about the disinformation and the affective polarization on digital platforms. The research analyzed the presence and type of information disorders and their relation with the mobilization of emotions in 3 brazilian conflicts on Twitter: legalization of abortion, an episode of racial discrimination and opening of investigation for irregularities in actions to combat Covid-19 in the country. Through monitoring computational techniques, gathering and pro-

How to cite this text:

Claudio Luis de Camargo Penteado y Julia Marks Santana Chaves (2023): Desórdenes informativos y polarización afectiva: en un análisis de las emociones en publicaciones con desinformación en tres conflictos políticos brasileños en Twitter, en *Miguel Hernández Communication Journal*, Vol. 14 (1), pp. 67 a 88. Universidad Miguel Hernández, UMH (Elche-Alicante). DOI: 10.21134/mhjournal.v14i.1811

1. Introducción

Las transformaciones de los últimos siglos acerca de las tecnologías de la información y comunicación (TIC) resultan en una nueva manera de comunicar, principalmente por medio de Internet cada vez más presente en las sociedades. De hecho, esta revolución comunicativa permite que la sociedad se desarrolle en una nueva configuración económica, social, política y cultural (Castells, 1999; Papacharissi, 2008). Profundizando los cambios en el campo comunicacional, se observa que la hibridación del sistema mediático está produciendo nuevas dinámicas que amplían las prácticas colaborativas, y la comunicación se torna un punto central de la organización social con un flujo informativo que ya no solo se concentra en las manos de las grandes corporaciones mediáticas (Castells, 2012; 2018; Chadwick, 2014).

Así mismo, se puede apreciar que, este contexto permite una apertura del proceso comunicacional. Sin embargo, estas transformaciones también traen consecuencias negativas, como la intensificación de la desinformación, de las polarizaciones sea ideológicas o afectivas, de la proliferación de cámaras de eco y de los conflictos sociales (Sunstein, 2018).

Con la llegada de las redes sociales de internet, surge una nueva manera de transmitir mensajes, en la que los algoritmos influyen en cuáles son las informaciones más importantes y la rápida visualización permite que sus usuarios vean una gran cantidad de informaciones en poco tiempo, por lo que ni siquiera pueden discernir lo que es verdad o no. Aun así, la red social les posibilita opinar acerca del tema, reaccionando positiva o negativamente a través de las herramientas específicas de cada plataforma. (López-García et al., 2021) Así, ante lo expuesto, se puede vislumbrar una intensificación de los enfrentamientos sociales, principalmente en su rasgo online, pues estos cambios resultan en un fortalecimiento de los conflictos existentes, y en la aparición de unos nuevos en las plataformas digitales (Lupton, 2015).

Al dirigir los estudios aquí planteados al campo de los conflictos online, se observó que estos se deben a la interacción en redes distribuidas autorreguladas (Benkler, 2006) y al cambio en la estructura del ecosistema de comunicación (Rasmussen, 2013). Las consecuencias de este fenómeno, se encuentran tanto en manifestación democrática de voces apartadas de la esfera pública liberal, como hasta la radicalización de la opinión pública, transformando la conversación pública en un pluralismo más agresivo, expresado por el odio (Arias Maldonado, 2016, Napolitano & Stropa, 2017). Esto culmina en un dilema de los límites de la libertad de expresión (Napolitano & Stropa, 2017), lo que pone en riesgo a la propia democracia liberal (Castells, 2018).

El campo comunicacional, por tanto, atraviesa varias metamorfosis con la llegada de las TIC (Castells, 2013; Recuero, 2017). Para Papacharissi (2015b), la interacción en internet, especialmente en las plataformas de redes sociales, fragmenta las identidades colectivas generales debido a la tendencia a una privatización de las construcciones de narrativas y los

espacios de discusión, de manera que favorece la expresión de sentimientos y emociones (Vinhas et al, 2019), factores que van configurar la forma en que se arquitecta los conflictos en las redes. Además, es importante considerar el cruce de varios fenómenos en esta nueva estructura comunicacional. Entre ellos, la desinformación es un punto crucial a analizar, ya que es de suma importancia en el surgimiento, repercusión e intensificación de los conflictos en las redes socio digitales, lo que también abre espacios para la difusión de discursos de odio.

En lo que se refiere a la desinformación en el contexto de esta nueva comunicación con la emergencia de las, y profundizando en la relación entre ambas, se observa que la información falsa gana fuerza, credibilidad y se viraliza por medio de un conjunto de factores, entre ellos la polarización (ideológica y afectiva), los algoritmos y la desconfianza en los periódicos tradicionales. De esta manera, esas informaciones se posicionan de manera estratégica en el ambiente comunicacional, lo que culmina en la manipulación de la opinión pública (Campos-Domínguez et al, 2021; Marwick, 2018; Sapienza y Massa, 2021), transformando el contexto político de diferentes sociedades.

Junto a este fenómeno, este trabajo pretende observarla difusión del discurso del odio a través de la polarización afectiva. Este concepto fue utilizado, inicialmente, por Iyengar, Sood y Lelkes (2012) para explicar la distancia entre las inclinaciones de los ciudadanos, tendiendo a un sentimiento negativo entre quienes defienden ideas diferentes. Utilizando otra definición, precisada por Fuks y Marques (2020), el término de polarización afectiva tiene como base la desafección, es decir, la construcción de una emoción negativa en relación con el grupo o individuo rival.

Sin embargo, aunque para muchos investigadores de los ámbitos de la comunicación política y de la comunicación digital es evidente el impacto que la polarización afectiva y la desinformación tienen en la comunicación contemporánea, los estudios que buscan vincular las mismas son pocos, destacando Marwick (2018), Palau-Sampio & Carratalá (2021), y Mercenier (2021). Pero todavía, ningún estudio ha tratado de comprender cuáles son estos afectos o, en otras palabras, qué emociones son las que están moviendo estos debates de forma tan influyente, el cual es un foco de estudio relevante en las emociones puesto que mediante él se encuentran resultados para comprender las bases psicológicas de las polarizaciones políticas (Prinz, 2021).

A partir de la revisión de la literatura planteada, este artículo busca crear un camino metodológico para comprender empíricamente cuáles son las relaciones entre desinformación y polarización afectiva. Es por ello que se desea dirigir el estudio hacia las emociones presentes en los diferentes conflictos seleccionados de la plataforma de la red sociodigital Twitter en una sociedad tan polarizada ideológica y afectivamente como la brasileña.

2. La desinformación y la polarización afectiva en la era digital

Como se ha mencionado en la introducción, la desinformación es un fenómeno presente en la sociedad contemporánea, fomentada por el contexto de surgimiento de las redes socio-digitales, derivadas a su vez de la revolución de las TIC y la consecuente difusión de internet. La desinformación desarrolla estrategias de comunicación mediante las que se producen y comparten informaciones con contenidos que son imprecisos, erróneos o falsos (Manfredi & Gómez-Iniesta, 2022). Para Chadwick y Vaccari (2019), las fake news crean una persona cínica, en la que “anything goes” para hacer llegar el mensaje que se desea, sin preocuparse por la exactitud de la información. De hecho, es normal que cuando se comparte algo en las redes sociales de internet, no se asegure la validez de las informaciones.

En la base bibliográfica de este artículo, elegimos utilizar los conceptos desarrollados por Wardle y Derakhshan (2018), al entender que son analíticamente más completos y correctos para la situación contemporánea, en disonancia con la popularización del término *fake news*, que, según los mismos autores, es un término inadecuado, vago y ambiguo para describir el contexto actual.

En su teoría, Wardle y Derakhshan (2018), proponen el concepto de desórdenes informativos para identificar por medio de mis, mal o desinformación, cómo el fenómeno comunicacional se permea de informaciones falsas. Mal información, es un concepto en el que la información está basada en la realidad, pero es utilizada para dañar a alguien o una organización. Desinformación, a su vez, es comprendida como una información falsa creada para dañar a una persona, un grupo social o una organización; mientras la misinformación es también una información falsa, pero que no tiene una intención de dañar (Wardle y Derakhshan, 2018). El presente estudio se enfoca en la mis y desinformación, debido a que son los casos en los que las informaciones son falsas. La tabla 1 concentra los tipos de mis y desinformación, que serán base para la clasificación y análisis de los conflictos analizados.

Tabla 1. Tipología de mis y desinformación

Tipo de mis y desinformación	Descripción
Satire or Parody	No intention to cause but has potential to fool
Misleading content	Misleading use of information to frame an issue or individual
Imposter content	When genuine sources are impersonated
Fabricated content	New content is 100% false, designed to deceive and do harm
False connection	When headlines visual or captions don't support the content
False context	When genuine content is shared with false contextual information
Manipulated content	When genuine information or imagery is manipulated to deceive

Fuente: Wardle y Derakhshan (2018)

Dado el contexto actual en el campo comunicacional, se sabe que la desinformación no surge sola. Por el contrario, se coloca junto a diversos mecanismos comunicativos que tienen el objetivo constante de compartir información, aprovechando al máximo los recursos tecnológicos, llenos de burbujas que reafirman una realidad proyectada, haciendo que los usuarios dejen de verificar cada vez más los temas que consumen. En este terreno, la desinformación gana fuerza y se sitúa fructíferamente en una sociedad polarizada. Así, abordar la polarización es un elemento clave para comprender cómo prolifera la desinformación. Porque, además de los mecanismos tecnológicos de difusión de contenidos, es necesario ir a la raíz psicológica para entender por qué las personas creen en contenidos que no son ciertos.

Tal como relatan Wardle y Derakhshan:

Social networks are driven by the sharing of emotional content. The architecture of these sites is designed such that every time a user posts content—and it is liked, commented upon or shared further—their brain releases a tiny hit of dopamine. As social beings, we intuit the types of posts that will conform best to the prevailing attitudes of our social circle. And so, on this issue of desórdenes informativos, this performative aspect of how people use social networks is critical to understanding how mis- and dis-information spreads (2017, p. 13).

Como los artículos que relacionan directamente la desinformación con las emociones son escasos, la exposición que sigue enuncia una relación entre la desinformación y la polarización afectiva. Se decide seguir este camino porque, como ya se ha señalado, la polarización es un punto fundamental para observar la desinformación, pues en medio de la distancia de quienes tienen opiniones contrarias, y en el escenario de desconfianza de los medios de comunicación tradicionales y las instituciones políticas, que la información sea o no verdadera no es el punto más importante, sino si esa información va de acuerdo con los valores e ideales de ese individuo. (Marwick, 2018; Palau-Sampio & Carratalá, 2021).

Para tratar la polarización como un instrumento o estrategia comunicacional, estudios como Manfredi y Gómez-Iniesta (2022) y Bakir y McStay (2018) muestran cómo la desinformación se desarrolla como una actividad política y económica, en la que, junto con las emociones, desafían el conocimiento y la profundidad con la que se hacen los análisis de las informaciones. Con esto, se obtiene la fórmula para, o dar credibilidad, o aumentar la desconfianza en las instituciones y en los líderes políticos (Serrano-Puche, 2021), y así comprender la centralidad del tema en la formación de la opinión pública contemporánea (Bakir y McStay, 2018).

De este modo, se entiende que las emociones son la clave para el proceso que opera en la circulación de noticias e informaciones falsas, pues son utilizadas estrategias que construyen las narrativas de manera apelativa a las emociones (Mercenier, 2021). En este sentido, así como la polarización ideológica o política es importante en los estudios de desinformación, la polarización afectiva también es crucial para comprender la difusión de las informa-

ciones falsas. Weeks (2015) sostiene que esas emociones negativas, como la ira, contribuyen a la repercusión de la desinformación, pues no importa si la información es verdadera, sino si concuerda con los ideales que tiene la persona.

Relacionando el tema con el concepto de posverdad, palabra del año 2016 según el Oxford Dictionary, se observa, desde su definición, cómo la verdad de los hechos se convierte en un elemento cada vez más marginado en la difusión de las informaciones. Según el propio diccionario, la posverdad puede entenderse como “circumstances in which objective facts are less influential in shaping public opinion than appeals to emotion and personal belief” (Flintham et al., 2018, p.1). Se aprecia, de esta manera, cómo se ponen las emociones por encima de los hechos. Esto puede justificarse porque las emociones son un mecanismo de respuesta mucho más rápido en la toma de decisiones (Kalpokas, 2019). Además, las emociones tienen el potencial de legitimar los argumentos y manipular a los usuarios en las redes sociales (Nowak, 2021).

Dirigiendo estos últimos planteamientos teóricos al advenimiento de las TIC, se encontró que, con estas nuevas dinámicas online, se produce un fenómeno de creciente sentimentalismo en la esfera pública y en los debates democráticos. Las redes sociales, en particular, son entendidas como redes afectivas, y los ciudadanos, a su vez, son también usuarios, se expresan de forma más heurística que deliberativa. De este modo, el sujeto conectado pasa a ser visto como un sujeto afectivo, que gracias a los medios digitales se convierte en un público afectivo (Arias Maldonado, 2016). En los términos de Papacharissi (2015a; 2015b), estos usuarios (ahora entendidos como públicos afectivos, o *affective publics*) se transforman en redes en las que los individuos conectan, comparten y expresan a través de hechos, opiniones y sentimientos, produciendo diferentes discursos basados en estructuras de sentimiento.

Así, en un escenario en el que la sociedad está mediatizada, las redes sociales se convierten en un espacio para la difusión de informaciones falsas, además de utilizar las emociones como una estrategia informacional para influir más en esas informaciones. Tratando la emoción como una característica de la vida privada, pero que en este tema tiene una función en la discusión pública (Serrano-Puche, 2021), las estrategias comunicacionales utilizan los emocionales para divulgar informaciones que son falsas, imprecisas o que están fuera de su contexto. Cada vez más, la tecnología se amplía y comprende mejor cómo las emociones operan en una persona, o mejor, en un usuario, y así puede aumentar su capacidad para influir en esos usuarios, por medio de una manipulación del sentimiento público (Bakir y McStay, 2018).

Ante la importancia del tema afectivo planteado en el contexto de la desinformación, también es necesario explicar sobre qué emociones se van a trabajar en este estudio. Para ello, se toma como referencia la literatura sobre emociones y sentimientos, desde una contribución neurocientífica, en particular, a través de las tesis de Paul Ekman, pionero en los estudios sobre las emociones, y de Hanna y António Damásio (Brockington, 2011; Castells, 2013;

Ekman, 1992; Thamm, 2006). Ekman (1992; 2011) considera seis emociones principales y básicas que serán adoptadas como la metodología de este artículo, a saber: miedo, asco, sorpresa, tristeza, ira y emociones agradables.

La tabla 2 resume las principales características que el autor concluye en sus investigaciones acerca de cada emoción, también utilizada en de Camargo Penteadó et al. (2022). La teoría de Ekman (1992) está basada en un estudio profundo que rescata los abordajes de Darwin sobre la sociedad y las instrumentaliza a través de varios estudios empíricos de diferentes sociedades para resultar en las seis emociones basales que se puede encontrar en cualquier sociedad.

Tabla 2. Tabla de clasificación de emociones

Emoción	Definición
Tristeza	Emoción negativa, de larga duración, alimentada por un estado de desamparo y/o angustia y/o melancolía y/o desprecio.
Ira	Puede proceder de una frustración y/o irritación, o cuando algo o alguien intenta herirnos psicológicamente, insultarnos, degradar o rechazar. O también ser el resultado de una injusticia. Hay una variedad de sentimientos de enojo como: enfado, furia, indignación, resentimiento, mal humor y resentimiento. Es una emoción peligrosa porque provoca un estado de hostilidad y puede tener, así, un potencial violento.
Miedo	Como resultado de una amenaza de daño físico o psicológico. Con posibles consecuencias: temor, vigilancia, tensión y pánico. La mente se enfoca en la amenaza y dificulta pensar y sentir otras cosas fuera de la amenaza.
Sorpresa	Es la más corta de todas las emociones, aunque puede durar más, y suele estar relacionada con alguna otra emoción. Ocurre frente a un evento repentino e inesperado, esto es, donde no se sabía qué iba a pasar. Puede ser positivo o negativo.
Asco	Emoción negativa. Los desencadenantes son: lo extraño, lo enfermo, lo desafortunado y lo moralmente corrupto. Se hacen pasar por una respuesta a estos factores desencadenantes, alejándonos de lo que verificamos y/o consideramos repulsivo Puede ser una emoción peligrosa porque, ante la repulsión, ocurre la deshumanización de las personas. Tiene una relación íntima con el desprecio.
Emociones agradables	Compilado de emociones positivas que tienen una línea tenue de diferenciación, con una oscilación en esta disposición según las culturas. Están directamente relacionados con un estado de felicidad. Dentro de este grupo se encuentran: placeres sensoriales, diversión, contentamiento, entusiasmo, alivio, asombro, éxtasis y gratitud.

Fuente: elaboración de los autores (2021)

Dicho esto, el presente artículo se pregunta: ¿Cuál es la relación entre la desinformación y la polarización afectiva en los conflictos online en Twitter?

3. Metodología

El material utilizado en este proyecto se basa en la investigación bibliográfica presentada en la base de datos recopilada de las redes de tuits y retuits de Twitter de conflictos online. Para recolectar los datos, se utilizó la API (Interfaz de Programación de Aplicaciones) de Twitter en *streaming* con el uso de palabras clave y se desarrolló un *script* - realizado por el equipo del proyecto del Observatorio de Conflictos na Internet, para recopilar los datos en formato json y convertirlos a formato csv. Se eligieron tres conflictos con diferentes temáticas, los cuales se compilaron durante un período de 24 horas (tabla 3).

Tabla 3. Base de datos de los conflictos

Conflicto	Palabras clave	Tuits originales	Retuits	Replies	Total
Legalización del aborto	AbortoNao, AbortoSim	14.214	71.766	5.271	71.766
Caso de racismo	Racismo, Mourão, Mourao, Vidas-PretasImportam, TodasAsVidasImportam, CarrefourAssassino, Carrefour assassino	86.844	287.252	55.761	429.863
Apertura de investigación por irregularidades en acciones de combate a la Covid-19 en Brasil	CPI, STF, Barroso	64.788	489.083	69.878	623.479

Fuente: elaboración de los autores (2021)

Se investigaron los 100 tuits más influyentes de cada uno mediante un análisis cualitativo de contenido. Estos 100 tuits más retuiteados representan los mensajes con mayor alcance y visibilidad, totalizando un alcance de 300 tuits analizados en total. Para el análisis de contenido se utilizaron los procedimientos indicados por (Sampaio y Lycarião, 2021) para el test de categorías y de fiabilidad de la codificación (*inter-coder reliability test*), hecha por dos codificadores humanos.

A partir de estos materiales, se pretende realizar el análisis de los conflictos políticos que se estudiarán a través de los mensajes con más retuits. En un primer momento, es necesario

delimitar a través del contexto y las narrativas presentes en las propias publicaciones de qué tratan los conflictos seleccionados. Para ello, se estudia el conflicto a partir de los siguientes postulados segmentados en dos ejes principales. El primero tiene como objetivo realizar una investigación sobre la presencia o ausencia de mis o desinformación, punto central de este trabajo, realizando en los casos positivos, la clasificación de los mismos, según la literatura de Wardle y Derakhshan (2018), como muestra la tabla 1 presentada en la fundamentación teoría de este artículo. Para eso, se analizaron todos los mensajes de las publicaciones analizadas, ya sea texto, imagen o video, y se verificó en portales de noticias tradicionales la veracidad de la información presentada.

Entendiendo que el objetivo que aquí se propone es observar el papel de las emociones, y por tanto, de la polarización afectiva en el contenido de desórdenes informativos, el segundo eje busca determinar cuáles son los tipos de enunciados afectivos que los guían. En concreto, cuáles son las emociones en los tuits analizados y si estos indican algún tipo de polarización afectiva.

Para ello, este artículo se basó en la concepción, clasificación y definición de las emociones teorizadas por Paul Ekman (1992; 2011) y con base en ello, sus principales análisis se concentraron en la tabla 2, también presentada en la fundamentación teórica de este artículo. La clasificación (codificación) se realizó a partir de una interpretación de los textos (incluyendo emojis, gifs, imágenes, videos, presencia o no de letras mayúsculas, etc.) con la literatura de Ekman (1992; 2011), y se utilizó una doble verificación de las clasificaciones para que las interpretaciones se alinearan de acuerdo a la metodología aquí propuesta. Finalmente, se busca hacer un análisis conjunto de los datos recolectados para conectarlos al concepto de polarización afectiva.

4. Resultados y discusión de los resultados

Tal y como se describe en la metodología de este trabajo, la muestra utilizada forma parte de la selección de los 100 tuits más retuiteados de cada conflicto seleccionado. Cada caso representa un contexto diferente, relacionando temas de política, salud, economía y cuestiones sociales, con el fin de observar las divergencias y convergencias en cada caso, validando la metodología presentada desde los dos ejes investigativos - la desinformación y la cuestión afectiva. Antes de todo, es importante indicar cuáles son los conflictos elegidos, el contexto que los envuelve y las narrativas presentes en las propias publicaciones de la muestra.

4.1. Descripción de los casos

En orden cronológico de los hechos, el primer caso observado fue la discusión sobre la despenalización del aborto a raíz de la decisión del Superior Tribunal Federal (STF) que marca una votación sobre el tema para la semana del 20 de abril de 2020, durante la pandemia. Este hecho generó una discusión a favor o contra de la despenalización del aborto en las redes, un tema con mucha controversia en la sociedad brasileña, que además involucra una

relación dicotómica entre los sectores más conservadores y los movimientos a favor de la libertad individual y de la lucha feminista. Además, también se discutió la actitud del STF al hacer la votación en medio de un contexto conflictivo por el establecimiento del nuevo coronavirus, que, según parte de los cibernautas, fue una posición intencional para que el público no estuviera actualizado en los debates sobre la cuestión.

En términos generales, las narrativas utilizadas en la plataforma digital se dividieron en dos ejes. El primero abordaba tweets que critican la despenalización del aborto y que también se posicionan de manera crítica con relación al STF. En su mayoría, estos tweets fueron realizados por una parte conservadora de la sociedad, en su mayoría partidaria del el Gobierno Federal comandado entonces por el Presidente Jair Bolsonaro, que defiende estos mismos principios. Del otro lado, se alzan los partidarios de la despenalización del aborto, levantando la hipocresía de los que están en contra, defendiendo el derecho de las mujeres a tomar sus propias decisiones con el apoyo de la infraestructura de salud pública del Estado. Este conflicto resultó en 91.251 tweets en el período comprendido entre el 15 y el 16 de abril, fecha en que se realizó la convocatoria del STF.

El segundo caso fue la repercusión que tuvo en redes la muerte a golpes de João Alberto Freitas el día 19 de noviembre, en vísperas del feriado del Día de la Conciencia Negra, en un supermercado del grupo Carrefour en Porto Alegre, por dos hombres blancos de la equipo de seguridad, uno de los cuales también era policía militar. João era un hombre negro y su muerte suscitó el debate sobre la cuestión racial y la actuación de la seguridad y la policía entre los días de 20 y el 21 de noviembre de 2020. El evento fue filmado y compartido en las redes sociales, lo que generó un debate sobre la relación entre el evento y la cuestión racial. Además, también tuvieron repercusión las acciones del Gobierno Federal en relación a la lucha contra el racismo, en especial el discurso del Vicepresidente brasileño, el general Hamilton Mourão, quien ante lo ocurrido manifiesta en su comunicado que “No Brasil, não existe racismo¹”, y una posición de negación de la existencia del racismo en el país.

En resumen, gran parte de las publicaciones de la muestra (de 429.863 tweets en total) critican esta postura del Gobierno Federal y de otros ciudadanos por considerar que se omiten de la situación o se distancian del debate sobre el tema racial en una fuerte crítica a las personas blancas que no tienen consciencia de sobre la cuestión racial. Además, en sentido contrario, otras publicaciones critican a João Alberto con informaciones calumniosas sobre su vida o lo ocurrido, culpabilizando a la víctima. También se encontraron publicaciones en las que, como lo hizo el Gobierno Federal, los usuarios buscaban aislar el evento de la agenda racial, indicando que no tenían conexión.

La tercera muestra analizada comprende un total de 623.537 tweets entre 9 y 10 de abril de 2021, el caso de mayor repercusión en las redes en esta investigación. El 8 de abril se produce un debate en torno a la determinación del ministro del STF, Luís Roberto Ba-

1 “No Brasil, no hay racismo”, para mirar el pronunciamiento ver: <<https://g1.globo.com/politica/noticia/2020/11/20/mourao-lamenta-assassinato-de-homem-negro-em-mercado-mas-diz-que-no-brasil-nao-existe-racismo.ghtml>>. Acesso en 20/08/2022.

rroso, con que el Senado desarrolle una Comisión Parlamentaria de Investigación (CPI), comisiones instituidas por el poder legislativo para fiscalizar un hecho determinado, a fin de verificar posibles omisiones por parte del Gobierno Federal en su actuación frente a la pandemia del Covid-19. Esta abarca temas tales como los retrasos en las compras de vacunas, los inadecuados planes de contingencia del virus y la baja inversión en salud para contener los daños².

La solicitud de creación de la CPI ya había sido aprobada por los senadores, pero no se había establecido debido a la posición en contra del presidente del Senado, Rodrigo Pacheco. Esto condujo a la decisión sobre si establecer o no la comisión al poder judicial, quien, bajo la responsabilidad del magistrado, votó a favor de la creación. La decisión de este juez tuvo varias repercusiones, tanto positivas como negativas, en Twitter.

De un lado del conflicto, se concentraron los usuarios simpatizantes del Gobierno Federal, criticando a la CPI y al propio STF en su conjunto. Esta posición es muy común en el actual contexto político brasileño donde el gobierno de Jair Bolsonaro se opone constantemente al Supremo Tribunal Federal y a otras instituciones democráticas. Además de la posición contra del establecimiento de la CPI de la Covid, también se cuestiona quién será investigado, criticando la falta de verificación de la actuación de los gobernadores, haciendo comentarios críticos al STF y al ministro Barroso, que no estaría respetando la Constitución. Por otro lado, están los tweets a favor de la investigación de la CPI, que contienen una posición contraria a la gestión negacionista del presidente Bolsonaro durante la pandemia.

4.2. Tipos de desinformación

Después de ubicar los contextos y las narrativas de cada conflicto, es posible observar los resultados de los análisis sobre desinformación y cuestiones afectivas. En el primer eje, la orientación del análisis parte de la literatura de Wårdle y Derakhshan (2018), como se mencionó anteriormente, para identificar la presencia de mis o desinformación y, en caso de existir, clasificarla.

Antes de dirigir el análisis a los datos de clasificación, es importante destacar algunos resultados encontrados. El primero es que en todos los casos se encontró un alto número de publicaciones que fueron eliminadas por Twitter. Esto suele ocurrir cuando esa publicación fue eliminada por la plataforma o el propio usuario sufrió algún tipo de sanción por no seguir las políticas aplicadas por la red social. Entre ellas, aquí se encuentran las cuentas que difunden discursos de odio y las cuentas falsas, lo que indica que, aunque estas publicaciones no han sido catalogadas, existe el potencial de que vayan en la misma dirección de las publicaciones en que los resultados fueron positivos para los casos de desinformación y emociones negativas.

² Para más informaciones de que se constató en la CPI ver: <<https://www.cnnbrasil.com.br/politica/cpi-da-covid-ao-vivo-relatorio-final-da-comissao-e-apresentado-e-lido/>>. Acesso en 20/02/2022.

En total, 65 publicaciones no fueron encontradas porque fueron eliminadas o pertenecen a una cuenta suspendida. Esta cifra tan alta se debe principalmente al conflicto por la despenalización del aborto, en el que 37 de las publicaciones analizadas tenían esta calificación. Es también en este conflicto donde se clasificaron menos publicaciones sin ningún tipo de desinformación (33 en total). Otro punto importante a plantear es que en algunos de los casos analizados se encontró más de un tipo de desorden informativo, por lo que se realizó una doble clasificación en estos tweets. Por esta razón, la tabla 3 no tiene una suma final de 100 clasificaciones para cada conflicto.

Tabla 4. Análisis de los desórdenes informativos

Tipo de mis o desinformación	Aborto	Caso de Racismo	Establecimiento de la CPI	Total
Satire or Parody	5	11	1	17
Misleading content	15	14	34	63
Imposter content	1	1	0	2
Fabricated content	3	0	12	15
False connection	9	4	5	18
False context	1	0	0	1
Manipulated content	1	1	0	2
No hay mis o desinformación	33	66	41	140
Conta suspensa	37	9	19	65

Fuente: elaboración de los autores (2022)

Profundizando en los datos de esta tabla, se constata que cuando se observan los tres conflictos juntos, casi un tercio de las publicaciones de la muestra presentan algún tipo de trastorno de la información (95 en total). En estos, la mayoría de los *posts* contienen un *misleading content*, típico en la construcción de argumentos críticos que no aportan un hecho, sino la opinión del usuario como si fuera la “verdad”. 18 tweets tenían en su redacción una conexión falsa entre los puntos mencionados, 17 de ellos tenían información falsa con el objetivo de satirizar la situación y 15 de ellos tenían contenido fabricado (tabla 4), es decir, información 100% falsa.

Observando por conflictos, se entiende que en el caso de la despenalización del aborto, además de la mayor cantidad de cuentas suspendidas y la menor cantidad de publicaciones sin mis o desinformación, el tipo de desorden informativo más presente es el *misleading content*, seguido de la *false connection*, tipos que suelen emplearse para criticar la despenalización por

considerarla un asesinato - como el ejemplo de la siguiente imagen (figura 1) - o postear imágenes de fetos que no concuerdan con lo textualmente argumentado.

Figura 1. Tuit sobre el caso de aborto³

Defenda a vida, não permita o assassinato de bebês!
Use a #AbortoNao e dê RT!



Fuente: Twitter (2022)

En el caso de la muerte de João Alberto encontramos el debate con menor incidencia de desórdenes informativos y cuentas suspendidas, probablemente porque la mayoría de los tuits eran de solidaridad con la víctima y discutían con preguntas reales sobre cómo se coloca la agenda racial en la sociedad brasileña. En algunos casos, sin embargo, hubo “*satire or parody*” (11 tuits) que, en la mayoría de los casos, indicaban con ironía cómo la población blanca estaba tratando el caso. Aun así, se encontraron tuits con *misleading content* (14 en total) que, mayormente, señalaban que en Brasil no hay racismo, como es el caso de la figura 2, o, por el contrario, hacían acusaciones indebidas a la víctima de lo sucedido. En el siguiente tuit, podemos observar la declaración de que Brasil no es un país racista y alega que los movimientos a favor de los derechos raciales, como Black Lives Matter, son racistas.

Figura 2. Tuit sobre la muerte de João Alberto⁴

- Há sim racismo no Brasil, mas isto não faz do Brasil um país racista (muito pelo contrário, somos um povo miscigenado).
- O Dia da Consciência Negra é inútil.
- Não existe nada mais repugnante e racista que o Movimento Negro, Black Lives Matter e afins.

Fuente: Twitter (2022)

³ Para más informaciones de que se constató en la CPI ver: <<https://www.cnnbrasil.com.br/politica/cpi-da-covid-ao-vivo-relatorio-final-da-comissao-e-apresentado-e-lido/>>. Acceso en 20/02/2022.

⁴ Traducción: Hay racismo en Brasil, pero eso no hace de Brasil un país racista (al contrario, somos un pueblo misceláneo). El Día de la Conciencia Negra es inútil. No hay nada más repugnante y racista que el Movimiento Negro, Black Lives Matter y similares.

Finalmente, en el caso del establecimiento de la CPI sobre Covid por parte del Superior Tribunal Federal, podemos observar el conflicto con más desórdenes informativos (40 tuits de la muestra). 34 de estos tuits contenían *misleading content*, generalmente acusando al STF o al Ministro Barroso de falsedades, argumentó que las motivaciones para crear la investigación son una forma de persecución política contra el Presidente Bolsonaro. Bajo esta misma línea argumentativa, se encontraron publicaciones con *fabricated content* (12 en total). En el tuit a continuación (figura 3), se puede ver, a modo de ejemplo, un caso en el que ambos desórdenes informativos estaban presentes para argumentar el punto aquí planteado.

Figura 3. Tuit sobre la CPI de la Covid⁵

CPI da Pandemia é mais uma ingerência do judiciário sobre outro poder da República. A esquerda governa o país através do STF.

Fuente: Twitter (2022)

4.3. Emociones y desinformación

El otro eje investigativo de este artículo hace un análisis de las publicaciones que contenían algún tipo de desorden informativo a respecto de la presencia de enunciados afectivos. En otras palabras, buscamos verificar si es posible identificar y clasificar las emociones presentes en los tuits a partir de la literatura de Ekman (1992; 2011). También en este caso había clasificaciones dobles, es decir, en algunos tuits era posible encontrar más de una emoción y por eso se etiquetaban con dos de estas. En la tabla 5 se puede identificar la clasificación encontrada en cada caso, y el resultado general.

Tabla 5. Clasificación de emociones

Emociones	Aborto	Muerte de João Alberto	Establecimiento de la CPI	Total
Sin presença de emoção	0	0	0	0
Tristeza	0	1	0	1
Ira	15	10	27	52
Miedo	0	0	0	0
Sorpresa	1	1	1	3
Asco	17	11	30	58
Emoções agradável	0	0	0	0
Otras	3	4	2	9

Fuente: elaboración de los autores (2022)

⁵ Traducción: La CPI de la Pandemia es más una interferencia del judicial en otro poder de la República. La izquierda gobernó el país a través del STF.

En el cuadro general, se nota como todos los tuits analizados tenían algún tipo de emoción, es decir, los contenidos de trastorno informacional se caracterizan por la movilización de emociones, destacando aquí una mayoría de posts que contienen los sentimientos de asco e ira, con 58 y 52 tuits respectivamente. Además, 3 publicaciones contienen emociones de sorpresa y 1 de tristeza. Otros nueve tuits no pudieron clasificarse según la catalogación utilizada y presentada en la metodología.

En un análisis más detallado de cada conflicto, los resultados indican que en el conflicto por la despenalización del aborto hay un número equilibrado entre asco (17 tuits) e ira (15 tuits). En el caso de los tuits sobre la muerte de João Alberto, fue posible encontrar una sola publicación con tristeza. Y en el conflicto por la instalación de la CPI, se identificaron la mayor cantidad de tuits con sentimientos de asco e ira, con 30 y 27 publicaciones, respectivamente, muchos de los cuales se movilizaron juntos. Las imágenes a continuación (figuras 5 y 6) ejemplifican cómo se manifiestan el asco y la ira en estas publicaciones.

Figura 5. Tuit con asco⁶

Não é questão minha (homem) opinar sobre aborto e nunca vai ser, não é meu local de fala, mas ver os macho querendo que a mulher tenha filho sendo forçada a amar a ideia é nojento. #AbortoNao

Fuente: Twitter (2022)

Figura. Tuit con ira⁷

**- A CPI que o ministro Barroso ordenou instaurar, de forma MONOCRÁTICA, é para apurar APENAS ações do GOVERNO FEDERAL. Ele deixou de fora os GOVERNADORES e PREFEITOS, que talvez tenham RECURSOS DESVIADOS do combate à PANDEMIA.
- QUAL A SUA OPINIÃO SOBRE ESSA ATITUDE?**

Fuente: Twitter (2022)

6 Traducción: No es mi cuestión (hombre) opinar sobre el aborto y nunca lo será, no me corresponde hablar, pero ver que los hombres quieren que la mujer tenga hijos siendo forzada a amar esta idea es repugnante.

7 Traducción: La CPI que el ministro Barroso ordenó instalar, de manera monocrática, es para descubrir apenas acciones del Gobierno Federal. Él dejó fuera a los gobernadores y los alcaldes, que tal vez tengan recursos desviados del enfrentamiento con la pandemia. ¿Cuál es su opinión acerca de esa actitud?

5. Discusión y conclusiones

zEste patrón en cuanto a la clasificación de la desinformación está presente en todos los casos estudiados, del mismo modo que se encuentran patrones en la clasificación de las emociones, donde el asco y la ira son la mayoría de los casos. Como describe la literatura de Ekman (1991), los casos en los que el asco y la ira están presentes son alarmantes y peligrosos. Mientras que la primera genera una deshumanización del otro, del que considera lo “extraño”, lo “repulsivo”, la segunda tiene una potencial violento y de un estado de hostilidad con lo otro. Son estas emociones las que sirven como pilares para que se fortalezcan las polarizaciones.

De hecho, sea en el ámbito general o en cada conflicto seleccionado, existe una relación entre los tuits con mis o desinformación y emociones negativas. Como se identificó anteriormente, la gran mayoría de las emociones movilizadas en las publicaciones que contienen desórdenes informativos son la ira y el asco, lo que permite observar que los conflictos analizados se constituyen en torno a la polarización afectiva. Esto favorece un antagonismo discursivo articulado en torno a argumentos morales, y entre usuarios que representan la disputa entre actores políticos en el Brasil de los casos analizados.

Aunque los casos investigados sean distintos, la polarización está presente desde la descripción de los conflictos seleccionados, mostrando cómo los debates en las redes están, en su mayor parte, situados de forma dicotómica, donde hay solo dos bandos, muy influidos por los posicionamientos políticos, las cuestiones ideológicas y la tendencia a una ideología más progresista o más conservadora. Esto forma parte de un contexto político brasileño que está polarizado. Como se puede ver, todos los conflictos construyeron sus narrativas a través de un discurso que se coloca de manera divergente o convergente de los discursos utilizados por los principales políticos de Brasil.

No importa cuál es el tema tratado, todos llegaron a un punto común que es estar en concordancia o no con el Gobierno Federal, presidido por Jair Bolsonaro, lo que señala una politización del debate social, involucrando temas como el aborto, el racismo y las políticas de salud (lucha contra el COVID-19). Y para eso, la emoción fue clave para la construcción de las narrativas, donde, por medio de la polarización afectiva, o sea, la manifestación mayoritaria de las emociones negativas en los conflictos (Fuck y Marques, 2020), las informaciones fueran articuladas estratégicamente para que se movilizaran afectos en torno a un colectivo indefinido por ideales genéricos, que permiten señalar al contrario (Manfredi & Gómez-Iniesta, 2022) y profundizar las relaciones públicas movidas por un antagonismo político.

En este sentido, los resultados encontrados muestran la esencialidad de desinformación como una actividad política (Manfredi & Gómez-Iniesta, p. 2022) y sus efectos sobre la democracia, la credibilidad o desconfianza en las instituciones y en los líderes políticos

(Serrano-Puche, 2021). Y revela, también, la importancia que tiene la cuestión afectiva en relación con la difusión de contenidos no informativos.

Finalmente, se espera que este artículo sea de utilidad en el aporte del marco teórico y, principalmente, metodológico, presentando, a través de la adaptación de varias literaturas y áreas de investigación, una posible forma de analizar los conflictos en una red online, de manera interdisciplinar, y que amplíe el debate sobre este tema. Además, este proyecto adquiere un carácter innovador por contener estudios de la neurociencia y la psicología política, además de la informática y el procesamiento de datos.

6. Bibliografía

Arias Maldonado, M. (2016). La digitalización de la conversación pública: redes sociales, afectividad política y democracia. *Revista de Estudios Políticos*, 173, 27-54. <http://dx.doi.org/10.18042/cepc/rep.173.01>

Bakir, V. & McStay, A. (2018). Fake News and The Economy of Emotions. *Digital Journalism*, 6(2), 154-175. <https://doi.org/10.1080/21670811.2017.1345645>

Benkler, Y. (2006). *The wealth of networks: How social production transforms markets and freedom*. Yale University Press.

Brockington, G. (2011). *Neurociência e Educação: investigando o papel da emoção na aquisição e uso do conhecimento científico* (Doctoral Dissertation, Universidade de São Paulo).

Campos-Domínguez et al. (2021). Robot Strategies for Combating Disinformation in Election Campaigns: A Fact-checking Response from Parties and Organizations. En G. López-García et al (Ed.). *Politics of Disinformation*. John Wiley & Sons.

Castells, M. (1999). *A sociedade em rede*. São Paulo: Paz e Terra.

Castells, M. (2012). *Redes de indignação e esperança*. Zahar.

Castells, M. (2013). *Communication Power*. Oxford University Press, Oxford.

Castells, M. (2018). *Ruptura: a crise da democracia liberal*. Schwarcz-Companhia das Letras.

Chadwick, A. (2014). *The Hybrid media system. Politics and power*. Public Administration. 1106-1114.

Chadwick, A. & Vaccari, C. (2019). *News sharing on UK social media: Misinformation, disinformation and correction* (Version 1). Loughborough University. <https://hdl.handle.net/2134/37720>

de Camargo Penteadó, C. L., Goya, D. H., dos Santos, P. D., & Jardim, L. (2022). Populismo, desinformação e Covid-19: comunicação de Jair Bolsonaro no Twitter. En *Media & Jornalismo*, 22(40), 239-260. https://doi.org/10.14195/2183-5462_40_12

Ekman, P. (1992). An Argument for Basic Emotions. En *Cognition and Emotion*. 169-200

Ekman, P. (2011). *El rostro de las emociones*. RBA Libros.

Fuks, M., & Marques, P. (2020). *Afeto ou ideologia: medindo polarização política no Brasil*. 12º ENCONTRO DA ABCP.

Iyengar, S., Sood, G., & Lelkes, Y. (2012). Affect, not ideology social identity perspective on polarization. *Public opinion quarterly*, 76(3), 405-431.

Kalpokas, I. (2019). *A political theory of post-truth*. Londres: Palgrave Macmillan.

López-García, G. et al (2021). *Politics of Disinformation*. John Wiley & Sons.

Lupton, D. (2014). *Digital sociology*. Routledge.

Manfredi, J. L., Amado, A. & Gómez-Iniesta, P. (2022). State disinformation: emotions at the service of the cause. *Communication & Society*, 35(2), 205-221. <https://doi.org/10.15581/003.35.2.205-221>

Marwick, A. E. (2018). Why do people share fake news? A sociotechnical model of media effects. *Georgetown law technology review*, 2(2), 474-512.

Mercenier et al. (2021). Teens, Social Media, and Fake News: A User's Perspective. En G. López-García et al (Ed.). *Politics of Disinformation*. John Wiley & Sons.

Napolitano, C. J., & Stroppa, T. (2017). O Supremo Tribunal Federal e o discurso de ódio nas redes sociais: exercício de direito versus limites à liberdade de expressão. *Revista Brasileira de Políticas Públicas*, 7(3), 313-332.

Nowak, J. (2021). That Prodigious Machinery Designed to Exclude?: The Discourse of

Post-truth. En Algorithmic Culture. En G. López-García et al (Ed.). *Politics of Disinformation*. John Wiley & Sons.

Palau-sampio et al. (2021). Checking Verifications: Focus and Scope of Collaborative Projects to Monitor Election Campaigns in France, Brazil, and Spain. En G. López-García et al (Ed.). *Politics of Disinformation*. John Wiley & Sons.

Papacharissi, Z. (2008). The virtual sphere 2.0: The Internet, the public sphere, and beyond. En *Routledge handbook of Internet politics* (pp. 230-245). Routledge.

Papacharissi, Z. (2015a). *Affective publics: Sentiment, Technology and Politics*. Oxford University Press.

Papacharissi, Z. (2015b). *Affective publics and structures of storytelling: sentiment, events and media-
lity*. Oxford University Press.

Prinz, J. (2021). Emotion and Political Polarization. En *The Politics of Emotional Shockwaves*. Palgrave Macmillan, 1-25.

Rasmussen, T. (2013). Internet-based media, Europe and the political public sphere. *Media, Culture & Society*, 35.1: 97-104.

Recuero, R. (2017). *Introdução à Análise de Redes Sociais Online*. EDUFBA, Salvador.

Sampaio, R. C., & Lycarião, D. (2021). *Análise de conteúdo categorial: manual de aplicação*. Brasília, DF: Enap.

Sapienza y Massa. (2021). Using International Relations Theories to Understand Disinformation. En G. López-García et al (Ed.). *Politics of Disinformation*. John Wiley & Sons.

Serrano-Puche, J. (2021). Digital disinformation and emotions: exploring the social risks of affective polarization. *International Review of Sociology*, 31(2), 231-245. <https://doi.org/10.1080/03906701.2021.1947953>

Sunstein, C. (2018). As mídias sociais são boas ou ruins para a democracia?. *Revista Internacional de Direitos Humanos*, v. 15, n. 27, 85-92.

Thamm, R. A. (2006). The classification of emotions. En Stets, J. E. and Turner, J. H. (eds) *Handbook of the Sociology of Emotions*. Boston, MA: Springer. 11-37

Vinhas, O. I., Sainz, N. G., & Recuero, R. (2019). Antagonismos discursivos no Twitter du-

rante as Eleições de 2018 no Brasil: análise das hashtags# marqueteirosdojair e# bolsolão. Anais de Resumos Expandidos do Seminário Internacional de Pesquisas em *Midiatização e Processos Sociais*, 1(3).

Wardle, C. y Derakhshan, H. (2017). *Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policymaking*.

Wardle, C., & Derakhshan, H. (2018). Thinking about ‘information disorder’: formats of misinformation, disinformation, and mal-information. Ireton, Cheryl; Posetti, Julie. *Journalism, ‘fake news’ & disinformation*. Paris: Unesco.

Weeks, B. E. (2015). Emotions, Partisanship, and Misperceptions: How Anger and Anxiety Moderate the Effect of Partisan Bias on Susceptibility to Political Misinformation. *Journal of Communication*, 65(4), 699–719. <https://doi.org/10.1111/jcom.12164>



Licencia Creative Commons
Miguel Hernández Communication Journal
mhjournal.org

Cómo citar este texto:

Claudio Luis de Camargo Penteadó y Julia Marks Santana Chaves (2023): Desórdenes informativos y polarización afectiva: en un análisis de las emociones en publicaciones con desinformación en tres conflictos políticos brasileños en Twitter, en *Miguel Hernández Communication Journal*, Vol. 14 (1), pp. 67 a 88. Universidad Miguel Hernández, UMH (Elche-Alicante). DOI: 10.21134/mhjournal.v14i.1811