

**A CONTROVÉRSIA WEINTRAUB:
Atores, traços digitais e posicionamentos políticos no Twitter**

***THE WEINTRAUB CONTROVERSY:
Actors, Digital Traits, and Political Positions on Twitter***

Helga de Almeida*

Marcus Abílio Pereira**

Cláudio Luís de Camargo Penteadó***

Bruno Anunciação Rocha****

Resumo

Com o objetivo de compreender o comportamento e o posicionamento ideológico dos usuários que participam de conflitos políticos no Twitter, investigamos as interações discursivas na plataforma nos dias 18 e 19 de junho de 2020 sobre a demissão do até então ministro da educação, do governo federal, Abraham Weintraub. Nossa estratégia foi a de analisar 100 perfis de usuários que participaram do que chamamos de “controvérsia Weintraub” no Twitter, tendo como referência o termo “weintraub”. Foram selecionados os 50 perfis de usuários que produziram os *tweets* mais retuitados e os 50 perfis de usuários que produziram *tweets* que tiveram mais comentários. Investigamos os traços digitais dos perfis, com o intuito de compreender se eles oferecem informações sobre o posicionamento dos usuários nessa controvérsia e também seu posicionamento ideológico. Os resultados mostram que: (i) influenciadores mais jovens são mais retuitados e políticos mais velhos são mais comentados; (ii) a maior parte dos *tweets* retuitados e comentados manifestava apoio a Weintraub; (iii) usuários alinhados ideologicamente à direita se posicionaram de maneira diversa entre si, o que indica uma divisão interna nesse campo; (iv) todos os usuário alinhados a Bolsonaro se posicionaram em apoio a Weintraub, o que indica uma coesão da direita bolsonarista na comunicação via Twitter, não obstante haver alguma divergência se se leva em consideração usuários de direita não bolsonaristas; (v) os usuários alinhados ideologicamente à esquerda que se posicionaram sobre o conflito foram todos contrários a Weintraub, o que indica uma coesão da esquerda em geral na comunicação via Twitter. Os resultados obtidos nesta pesquisa corroboram a utilidade e a relevância do método de análise de traços digitais, na medida em que ele permite compreender outras dimensões dos fenômenos sociais e políticos nas plataformas digitais que são inescrutáveis por métodos mais tradicionais, como a análise de redes.

Palavras-chave: Controvérsia. Twitter. Traços digitais. Weintraub.

* Professora Adjunta da Universidade Federal do Vale do São Francisco (UNIVASF). Professora do PPGCP-UFPI e do POCAM-Univasf. Doutora em Ciência Política pela UFMG. Pesquisadora do Observa - Observatório de Conflitos na Internet e do CEPPI - UFMG. Coordenadora do Politik – UNIVASF. Email: helgaalmeida@gmail.com

** Universidade Federal de Minas Gerais, Departamento de Ciência Política, Programa de Pós-graduação em Ciência Política, Coordenador do Centro de Pesquisas em Política e Internet (CePPI). Email: magopebh@gmail.com

*** Professor Titular da UFABC. Doutor em Ciências Sociais pela PUC/SP. Pesquisador do Laboratório de Tecnologias Livre (LabLivre/UFABC), do Núcleo de Estudos em Arte, Mídia e Política (NEAMP/PUCSP), do INCT de Democracia Digital (INCT-DD) e do grupo de estudos do Observatório de Conflitos Online (Observa).

Email: claudio.penteadó@ufabc.edu.br

****Doutorando pelo Programa de Pós-graduação em Ciência Política da Universidade Federal de Minas Gerais. Pesquisador do CePPI/UFMG. Email: bruno.a.rocha@gmail.com

Abstract

In order to understand the behavior and the ideological positioning of users who participate in political conflicts on Twitter, we investigated the discursive interactions on the platform on June 18 and 19, 2020, on the resignation of the then Minister of Education of the federal government Abraham Weintraub. Our strategy was to analyze 100 profiles of users who participated in what we call the “Weintraub controversy” on Twitter, using the term “weintraub” as a reference. The 50 user profiles that produced the most retweeted tweets and the 50 user profiles that produced tweets that had the most comments were selected. We investigated the digital traces of the profiles in order to understand whether they offer information about the positioning of users in this controversy and also their ideological positioning. The results show that: (i) younger influencers are more retweeted and older politicians are more commented; (ii) most of the tweets retweeted and commented expressed support for Weintraub; (iii) users ideologically aligned to the right positioned themselves differently from each other, which indicates an internal division in this field; (iv) all users aligned with Bolsonaro expressed support for Weintraub, indicating cohesion among the Bolsonaro-supporting right wing in communication via Twitter, despite some divergence when considering non-Bolsonaro right-wing users; (v) ideologically left-aligned users who commented on the conflict were all opposed to Weintraub, indicating general cohesion among the left wing in communication via Twitter. The results obtained in this research corroborate the usefulness and relevance of the digital trace analysis method, as it allows to understand other dimensions of social and political phenomena on digital platforms that are inscrutable by more traditional methods, such as network analysis.

Keywords: Controversy. Twitter. Digital traces. Weintraub.

Introdução

Em uma sociedade cada vez mais digitalizada, as mídias sociais e os aplicativos de troca de mensagens digitais se tornaram, na última década, um dos *loci* fundamentais para a interação discursiva, possibilitando que novas temáticas sejam trazidas a público, sendo elaboradas, contestadas ou absorvidas pela opinião pública. As diferentes formas de interação entre os atores que se fazem presentes nessas mídias sociais complexificam as formas de entendimento da ação coletiva, das maneiras com que os usuários que ali se encontram se comportam e se relacionam em controvérsias sobre variadas temáticas, expressando a diversidade e heterogeneidade da sociedade. Nesse sentido, os desafios para pesquisadores, agentes públicos e desenvolvedores das plataformas são imensos na compreensão das interações, muitas vezes expressas em forma de disputas discursivas que expressam as controvérsias da vida social e política, como no caso em estudo.

No presente trabalho, abordaremos algumas dessas questões ao analisarmos uma controvérsia que ocorreu no Twitter durante os dias 18 e 19 de junho de 2020, sobre a demissão de Abraham Weintraub, ex-ministro da educação (2019-2020) do ex-presidente Jair Bolsonaro. A referida demissão ocorreu no dia 18 de junho e foi seguida pela indicação de Weintraub a um posto no Banco Mundial, no dia 19 de junho. Weintraub esteve ao lado de Bolsonaro comandando a pasta por mais de 14 meses e, no fim de sua gestão, acumulou desentendimentos com a comunidade judaica, com os representantes da China no Brasil, além de defender com ofensas a prisão dos ministros do Superior Tribunal Federal (STF) (Quinan; Araújo; Albuquerque, 2021).

Em um contexto político marcado por forte polarização ideológica e afetiva (Fuks; Marques, 2023), expressa principalmente nas plataformas digitais, o objetivo deste trabalho é estudar o comportamento e o posicionamento ideológico dos usuários que participaram do conflito político no Twitter, observados por meio do embate discursivo em torno da demissão de Abraham Weintraub, a partir da análise dos traços digitais deixados nesta rede social pelos usuários. Esses traços revelam, além da postura dos usuários sobre a controvérsia em si, algum posicionamento no espectro ideológico (“direita”, “esquerda” e “não se alinha”), bem como “apoio” ou “oposição” ao ex-presidente da República Jair Bolsonaro.

Para a classificação dos traços digitais, utilizamos a proposta metodológica de análise dos traços digitais de perfis em plataformas digitais de atores políticos no Canadá, desenvolvida por Crosset, Tannet e Campana (2018) nos estudos sobre articulações on-line. Essa metodologia, através de elementos simbólicos (imagens, *emojis* e textos) disponíveis nos perfis, possibilita identificar as características dos usuários dentro da plataforma. Com esse intuito, analisamos os traços digitais dos 100 perfis mais participativos, sendo 50 perfis de usuários que produziram os *tweets* mais retuitados e os 50 perfis de usuários que produziram *tweets* que tiveram mais comentários/respostas.

Buscamos, assim, responder à seguinte pergunta: em um contexto de forte polarização afetiva e ideológica – verificada pelas controvérsias discursivas em torno de temas políticos, como a demissão de Weintraub – quais são os elementos comuns expressos nos perfis, por meio de traços digitais, como imagens, símbolos e outras formas de identificação, pelos quais se estruturam as redes que disputam discursivamente o sentido da “controvérsia Weintraub”? O objetivo é analisar se há elementos comuns nos traços digitais entre os perfis que se posicionaram sobre o assunto e protagonizaram o debate, buscando sinais que permitam reconhecer a posição desses usuários na “controvérsia Weintraub”, no espectro ideológico (em um contexto de alta polarização política), bem como seu posicionamento em relação ao então presidente da República, Jair Bolsonaro. Dessa forma, os perfis digitais dos usuários da plataforma são compreendidos como um “cartão de visitas”, uma apresentação das credenciais que podem indicar os posicionamentos políticos dos usuários e sua atuação dentro das discussões on-line.

Acreditamos que essa análise colabora para uma melhor compreensão do que aqui chamamos de “controvérsia Weintraub” e suas conexões com o contexto político brasileiro, indo além da questão inicial de verificar apenas quem foi a favor ou contra a demissão do

controverso ministro da educação. Com essa estratégia analítica, inserimos uma segunda camada de elementos que pode nos oferecer uma visão mais complexa e nuançada da controvérsia em análise.

Além desta introdução, o artigo possui outras quatro seções. Na seção 2, tratamos das questões teóricas sobre o que é uma controvérsia em ambiente digital e descrevemos a tipologia de traços digitais, através da revisão da literatura sobre o tema. Em seguida, apresentamos nossas estratégias metodológicas e discutimos o fenômeno que estamos investigando a partir da análise dos traços. Na seção 4, desenvolvemos a discussão sobre os dados analisados e, por último, apresentamos nossas considerações finais.

Cartografia de controvérsias e traços digitais

Desde a última década, um grupo de pesquisadores tem buscado desenvolver estratégias metodológicas e métodos específicos para analisar fenômenos sociais e políticos que ocorrem na internet (Marres; Weltevrede, 2013; Marres, 2015; Rogers, 2016; Venturini *et al.*, 2017; Condie; Costa, 2018; D'Andréa, 2018). Neste campo de pesquisas, chamado de “programa de métodos digitais”, a internet (e suas plataformas) pode ser entendida tanto como **ferramenta quanto o ambiente de pesquisa a ser estudado** (Condie; Costa, 2018), cada vez mais central em uma sociedade mais digitalizada.

Para Richard Rogers (2016), um dos mentores do grupo, o fundamental é reconhecer que a internet é, além de objeto de estudo, uma fonte para os estudos e, sendo assim, “**o conhecimento pode ser construído com base em dados coletados e analisados por dispositivos**” (Rogers, 2016, p. 5). Isso significa que “a internet permite que pesquisadores a tratem como uma fonte de dados, um método, uma técnica” (Rogers, 2016, p. 13) para a compreensão das interações mediadas em seus canais de comunicação.

Para Rogers (2016), seguir o meio é uma forma particular de pesquisar as suas especificidades, levando em consideração os recursos e objetos digitais, em contraponto a objetos digitalizados. Essa distinção entre digital e digitalizado é fundamental para a proposta do autor, pois nos permite analisar recursos e objetos nativos digitais e seus modos de funcionamento, tornando possível analisarmos os dados coletados por meio do processo de cartografia de controvérsias (D'Andréa, 2018).

A cartografia de controvérsias é uma proposta de pesquisa que tem colaborado para a compreensão das discussões políticas em contextos digitais. Trata-se de um conjunto de

técnicas para explorar e visualizar temáticas, sendo um método de pesquisa para observar e descrever debates sociais (Venturini, 2010). O desenvolvimento desse método tem permitido que pesquisadores definam a existência ou não de uma controvérsia, assim como quem são os atores que participam de uma controvérsia on-line.

Para os objetivos deste trabalho, a controvérsia será entendida como o reconhecimento de uma discordância que abrange desde a necessidade de reconhecimento do outro até a percepção da inevitabilidade da vivência partilhada. “Qualquer coisa entre estes dois extremos [...] pode ser considerado como uma controvérsia” (Venturini, 2010, p. 6). Em suma, as controvérsias podem ser entendidas como uma situação de confronto, de uma contestação entre racionalidades distintas, na busca pela compreensão e sentido de um determinado problema no mundo social, expressas por meio de embates discursivos entre perfis em plataformas digitais.

Todo esse fenômeno ocorre em plataformas privadas operadas por algoritmos e, por isso, também existe a necessidade de entendermos o funcionamento técnico delas, as práticas de apropriação pelos usuários dos canais e as estratégias de comunicação e mobilização dos atores, como, por exemplo, o uso de *hashtags*, robôs de impulsionamento, uso de desinformação e outras táticas de comunicação.

Apesar do avanço das pesquisas e o desenvolvimento nas formas de coletas de dados nas plataformas digitais, as especificidades das redes, o anonimato e a descontextualização do discurso trazem um conjunto de questões metodológicas acerca da validade e da qualidade dos dados coletados (Crosset; Tanner; Campana, 2018). O conceito de traços digitais pode colaborar para lidar com essas dificuldades. Os traços se referem à detecção e gravação de uma ação on-line e a uma ferramenta usada para produzir e detectar esta ação (Marres; Weltevrede, 2013). Estes traços digitais são **inscrições produzidas por dispositivos digitais em sua mediação de ações coletivas** (Venturini *et al.*, 2017, p. 2).

Foram Crosset, Tanner e Campana (2018) que desenvolveram uma tipologia dos traços digitais para mapear ações de usuários da extrema direita canadense no Twitter. Na tipologia, há um conjunto específico de elementos simbólicos (imagens, *emojis*, textos, etc.), chamado neste artigo de “traço 1”, que considera a autoapresentação do indivíduo nas redes em seus perfis dentro de uma plataforma, isto é, pseudônimos, biografias, avatares, pela qual o usuário desenha sua identidade on-line e, simbolicamente, se constrói diante dos olhares dos demais usuários. O conjunto de traços 2 são encontrados nos *tweets*, postagens de até 280 caracteres que permitem analisar o conteúdo dos discursos on-line e, assim, identificar quais são as

afiliações políticas dos usuários. O conjunto de traços 3 é formado pelas conversas e interações on-line que permitem identificar a quais ideologias e grupos ideológicos os usuários pertencem e aqueles com os quais manifestam discordância. Finalmente, o conjunto de traços 4 emergirá a partir da análise das imagens e memes compartilhados. De acordo com Crosset, Tanner e Campana (2018), a mídia social é pictórica, formando imagens, símbolos e memes que ganham destaque em mídias sociais e podem dizer muito sobre o usuário.¹

O perfil digital se configura, assim, como um arranjo coletivo que conecta: arranjos técnicos (plataformas de mídia social), identidades políticas (ideologias e posicionamentos políticos) e arranjos econômicos (modelos de negócio das plataformas). Para as autoras, os perfis funcionam como uma representação digital construída por meio da expressão e do compartilhamento de conteúdo. Assim, neste estudo, investigamos em profundidade o “traço 1” dos perfis mais relevantes na, aqui denominada, “controvérsia Weintraub”.

Metodologia

Para este estudo, o Twitter foi selecionado² para analisar a “controvérsia Weintraub”. Por sua dinâmica comunicacional, o Twitter se configura como um espaço de sociabilidade, conversação, divulgação de informações e rede de discussão (Boyd; Golder; Lotan, 2010), onde os principais agentes produtores de notícias políticas também publicam seus conteúdos (Bruns; Burgess, 2012), podendo fomentar controvérsias on-line. No Twitter, as principais formas de interação entre os perfis são através do retuíte de uma mensagem (*tweet*), do compartilhamento dessa mensagem com os seguidores do perfil e da resposta (*reply*) a um conteúdo publicado³.

Utilizamos três técnicas de análise para alcançarmos os objetivos traçados: acompanhamento da conjuntura política em diferentes meios de comunicação para mapearmos quando, como e por que surgiram discussões políticas na rede; análise estatística do volume e repercussão das

¹ A diferença entre o conjunto de traços 2 e 4 consiste no fato de um *tweet* não conter sempre e necessariamente todos os elementos: texto, imagem, memes e *links* externos (Crosset; Tanner; Campana, 2018). Dessa forma, “memes, símbolos e imagens” e “*tweets*” podem ser tratados, para fins analíticos, como objetos distintos.

² Apesar de ter menos usuários que o Facebook, WhatsApp e Instagram no Brasil, no Twitter, por suas características sociotécnicas de interatividade menos restrita pelos algoritmos, é possível fazer a identificação do conflito e da disputa de narrativas entre os perfis. Com a compra da plataforma por Elon Musk, em 2022, a plataforma mudou o nome para X.

³ Os retuítes são principalmente utilizados para reforçar um ponto de vista compartilhado, uma concordância com a mensagem original (Boyd; Golder; Lotan, 2010; Del Valle; Bravo, 2018), enquanto os *replies* podem ser utilizados para expressar uma discordância ou uma contra-argumentação à postagem original, principalmente em situações de conflitos (Schantl *et al.*, 2013).

publicações sobre o tema (basicamente a quantidade de retuítos e respostas de determinados perfis); e análise de traços digitais dos principais contendores na disputa discursiva.

Por meio das ferramentas computacionais desenvolvidas pelo laboratório ao qual este trabalho está associado⁴, foram coletados *tweets* com o termo “weintraub” através da API do Twitter. A coleta teve início no dia 18 de junho de 2020 às 16:22 horas (mesmo dia da saída do ministro) e terminou no dia 19 de junho de 2020 às 17:07 (aproximadamente 24 horas de coleta, tempo-padrão utilizado pelo laboratório). O banco de dados gerado teve um total de 443.325 *tweets*, sendo que desse total, 347.703 (78%) foram retuítos e 19.311 (4%) de comentários/respostas (*reply*). Com a coleta e montagem do banco de dados, foi possível perceber um claro embate entre temáticas interligadas, tais como argumentos a favor e contra o ministro, a favor e contra sua saída do ministério, e a favor e contra o governo Bolsonaro, demonstrando a existência de uma controvérsia conforme definida por Venturini (2010).

Neste momento inicial, os dados coletados foram processados e nos permitiram identificar os principais atores nessa controvérsia. Para tanto, foi gerado um sumário, por meio de um *script* desenvolvido pelo projeto, identificando as 50 mensagens com mais retuítos e as 50 mensagens com maior número de comentários.

Na segunda etapa da pesquisa, analisamos os perfis dos 50 usuários mais retuitados e os 50 usuários mais comentados⁵ naquele conflito a partir dos indicadores desenvolvidos por Crosset, Tanner e Campana (2018). A descrição e análise desses perfis no debate nos ajudam a compreender a identidade daqueles perfis mais relevantes com base na posição adotada na disputa, seja ela “a favor”, “contra” ou “neutra” em relação à demissão de Weintraub e ao governo de Jair Bolsonaro, assim como a posição ideológica do perfil no espectro político (“esquerda”, “direita” e “centro”)⁶.

Dentro dos perfis que protagonizaram os debates do conflito Weintraub, definimos 15 variáveis independentes que compõem o conjunto do “traço 1” e contribuem para caracterizar a posição do usuário na “controvérsia Weintraub”. Separamos essas variáveis independentes em dois grandes grupos: aquelas relativas a conteúdo e aquelas relativas a imagens.

⁴ O nome do projeto foi retirado para mantermos o anonimato dos autores do artigo.

⁵ Com o objetivo de proporcionarmos uma leitura mais fluida do texto, adotaremos, no presente trabalho, a tradução em português “comentados ou comentários” para a palavra inglesa “*reply*”, mas é importante ressaltar que *reply* significa tanto comentários quanto respostas.

⁶ Analisamos e classificamos individualmente os perfis com base nos critérios explicados adiante. Em seguida, os resultados foram comparados e as divergências discutidas coletivamente com o intuito de criar uma percepção compartilhada sobre o posicionamento ideológico, o posicionamento em relação ao então presidente Jair Bolsonaro e o posicionamento em relação a Weintraub em cada um dos perfis.

Traço 1 - Análises de conteúdo**Objetiva**

- 1) Localização: opção na qual o usuário pode definir ou não sua localização (cidade, estado e país);
- 2) Perfil verificado⁷: serviço oferecido pela plataforma de autenticação do usuário, serve para reconhecer um usuário real e distingui-lo de perfis falsos e robôs;
- 3) Sexo: identificação por meio da foto de perfil do usuário em masculino, feminino e não identificado/ não se aplica (caso de empresas, avatares e outros);
- 4) Raça: classificação por meio da foto de perfil (se existente) do usuário em branca, negra/indígena e não identificado/ não se aplica (caso de empresas, avatares e outros);
- 5) Idade: classificação por meio de informação do usuário em jovem (abaixo de 40 anos) ou não jovem (acima de 40 anos);
- 6) Seguidos: número de perfis seguidos pelo usuário;
- 7) Seguidores: número de perfis que seguem o usuário.

Chamamos atenção para as variáveis a seguir. Através delas foi construído o “Índice de alinhamento observado através de análise de conteúdo dos perfis”, ou seja, a partir do agrupamento de informações textuais abaixo, buscou-se avaliar se haveria sinais de algum alinhamento político/ideológico do usuário.

Índice de alinhamento observado através de análise de conteúdo dos perfis

- 8) *Tweet* fixado: existência ou não de um *tweet* em destaque e fixo, que oferece alguma informação sobre o usuário;
- 9) @nome (ID usuário): nome (ID) do usuário que pode expressar alguma identificação sociopolítica. Ex.: Bolsoneas; Sargento FAHUR;
- 10) Nome: nome utilizado pelo usuário que pode ou não corresponder ao ID usuário. Ex.: Brasil Sem Medo;
- 11) Biografia: existência ou não de uma descrição biográfica do usuário.

⁷ No momento da coleta, a equipe técnica do Twitter, hoje nomeado como X, ainda premiava com um pequeno selo azul ao lado do usuário, e chamava de “perfil verificado”, contas que ela considerava autênticas, relevantes e que ofereciam conteúdos regulares e de qualidade sobre determinado assunto. No entanto, desde 1º de abril de 2023, o selo de verificado é dado para aquelas pessoas que pagam o X Premium.

Já as próximas variáveis analisadas nos permitiram construir o que chamamos de “Índice de alinhamento observado através de análise de imagens dos perfis”, ou seja, a partir do agrupamento de informações imagéticas abaixo, buscou-se avaliar se haveria sinais de algum alinhamento político/ideológico do usuário.

Análises da imagem

Índice de alinhamento observado através das análises de imagens

- 12) Uso de *emojis* no nome – existência ou não de algum símbolo/*emoji* que caracterize o usuário;
- 13) Foto de perfil: existência ou não de foto selecionada pelo usuário;
- 14) Figura de capa: existência ou não de figura de capa, que pode conter imagens, mensagens e símbolos.

Para dar sequência às nossas análises de conteúdo, no momento seguinte da nossa estratégia metodológica, unimos esses dois índices acima em apenas um, de forma tal que este novo índice incluisse tanto o “alinhamento observado através da análise de conteúdos dos perfis” quanto o “alinhamento observado através das análises de imagens”.

Perfil do usuário

- 15) Tipologia dos perfis: Buscamos criar uma tipologia dos perfis analisados. Com as informações do traço 1, pudemos classificar os perfis da seguinte maneira: **político** (usuário que ocupe ou tenha ocupado algum cargo eletivo ou que ocupe ou tenha ocupado algum cargo de nomeação política em algum momento de sua vida); **celebridade** (usuário oriundo dos meios massivos, como por exemplo apresentador de programa televisivo, ou um ator ou atriz); **influenciador** (usuário que é oriundo dos próprios meios digitais e que possui mais de 10.000 seguidores)⁸; **mídia tradicional** (portais de notícias de conglomerados de mídia massiva); **mídia digital** (alguma fonte de notícia criada originalmente na internet); **jornalista** (usuários que se autodeclaram jornalistas); **usuário comum** (que não se encaixa em nenhum anterior).

⁸ Influenciadores (re)produzem conteúdo para influenciar a opinião, atitude ou comportamento das audiências. Especificamente, podemos definir os influenciadores nesta amostra como lideranças de opinião (Dubois; Gaffney, 2014; Soares *et al.*, 2018). Para este estudo, foi adotado o critério arbitrário de número de seguidores (maior potencial de influência) para diferenciar o usuário comum de influenciador.

Criamos, ainda, uma tipologia das identidades produzida a partir da análise dos traços dos perfis e que geraram dois eixos de análise:

- A posição do perfil no espectro ideológico (direita/ esquerda/ não se alinha)⁹;
- A posição do perfil em relação ao presidente Bolsonaro (opositor ou apoiador).

A importância dessa tipologia se justifica pelo contexto extremamente polarizado em que se encontrava, e ainda se encontra, a sociedade brasileira. Podemos reconhecer a existência de polos políticos que se repartem entre “esquerda”, “direita” e um grupo de “não alinhados”, além de uma outra divisão entre “apoiadores” e “opositores” do ex-presidente da República Jair Bolsonaro. É relevante mencionar essa segunda divisão política dado que, no cenário nacional, dentro da própria direita há essa divisão, ou seja, há atores políticos que são de direita, mas foram opositores de Bolsonaro, como, por exemplo, a ex-deputada federal Joice Hasselmann, do Partido Social Liberal (PSL), e o ex-governador de São Paulo, João Dória, do Partido da Social-Democracia Brasileira (PSDB).

A controvérsia que analisamos está fortemente influenciada por essas duas divisões políticas, já que o principal tema em discussão era a demissão de um ministro da educação do governo federal e sua indicação para um posto-chave no Banco Mundial. Desta forma, os argumentos mobilizados durante essa disputa discursiva tinham como pano de fundo uma divisão no espectro ideológico (“esquerda”, “não alinhado” e “direita”) e uma divisão entre “apoiadores” e “opositores” de Bolsonaro. A partir desta construção analítica, procuramos observar o conjunto focado no “traço 1”, localizando na biografia, nome de usuário, entre outras informações de apresentação do perfil, características que pudessem ser resumidas em quatro grupos de perfis diferentes dentre os 100 usuários que estamos analisando (50 perfis mais comentados e 50 perfis mais retuitados):

- 1) se alinha a Bolsonaro;
- 2) se alinha à direita;
- 3) se alinha à esquerda;
- 4) não se alinha.

⁹ Para distinguirmos direita e esquerda, utilizaremos a proposta clássica de Norberto Bobbio (1995) em seu livro “Direita e esquerda – razões e significados de uma distinção política”.

Um perfil que se alinha a Bolsonaro seria reconhecido a partir de traços que explicitem o apoio ao então presidente, tais como foto do mandatário, alguma frase na biografia de apoio, o nome, o ID ou um *emoji* que façam alguma referência positiva ao ocupante da cadeira presidencial.

Um perfil alinhado à direita pode ser reconhecido por traços que fazem referência a símbolos patriotas, como a bandeira brasileira e as cores verde e amarelo, além de menções a valores conservadores, como família, Deus, armas, e posicionamentos contra o aborto, entre outros. Já um perfil alinhado à direita, porém com uma orientação econômica liberal, pode ser identificado por traços que fazem referência ao empreendedorismo, ao liberalismo e a valores pró-mercado, como *emojis* de saco de dinheiro, notas de dinheiro, banco e saco de compras, simbolizando o consumo. Este último perfil englobaria tanto apoiadores de Bolsonaro quanto usuários que são de direita, mas opositores do presidente.

Um perfil de usuários reconhecido como de esquerda evidenciaria símbolos explícitos de militantes de esquerda, tais como bandeiras vermelhas e frases de oposição ao presidente.

Por último, um perfil que não apresenta nenhuma tendência à esquerda ou direita é o que não oferece nenhuma indicação de se vincular a qualquer um dos polos.

As tabelas 1 e 2 contêm, respectivamente, a lista dos perfis que serão analisados e perfis com maior participação na controvérsia estudada.

Tabela 1 - Lista dos usuários autores dos 50 tweets mais comentados e 50 tweets mais retuitados no conflito da saída do ex-ministro da educação Weintraub no Twitter, 2020

Mais retwittados		Mais comentados	
mateusno	6	QuebrandoOTabu	AbrahamWeint 26 carlosjordy
jpgadelhaof	7	Bolsoneas	jdoriajr 27 Joubberth19
AbrahamWeint	8	CassiDebiasi	AbrahamWeint 28 BolsonaroSP
mateusbandeiraa	9	RevistaTerca	AbrahamWeint 29 SF_Moro
GuilhermeBoulos	0	jdoriajr	exame 30 allantercalivre
lucasrohan	1	Luis_R_Oficial	AbrahamWeint 31 marciolabre
henriolliveira	2	LuizHenrique_RJ	LucianoHuck 32 SF_Moro
leandroruschel	3	EmmanuelMoraes	RodrigoMaia 33 MarinaSilva
g1	4	blogdojefferson	CarlaZambelli38 34 SenadorKajuru

Ivanavanab	5	jornalnacional	0	joicehasselmann	35	carteiroreaca
1 JornalBSM	6	taoquei1	1	DouglasGarcia	36	Cesarbeapbeap
2 _kaymeow	7	marivedder	2	dudamendoncab	37	GuilhermeBoulos
3 lacombeopressor	8	Jouberth19	3	DamaresAlves	38	gugachacra
4 dimacgarcia	9	RaquelStasiaki	4	veramagalhaes	39	ContaratoSenado
5 dimacgarcia	0	GuilhermeBoulos	5	allantercalivre	40	arthurmoledoval
6 carmelonetobr	1	veraholtzirreal	6	ArthurWeint	41	CrysthianeA
7 AbrahamWeint	2	leandroruschel	7	SF_Moro	42	folha
8 Robinnh1Wolver	3	conexaopolitica	8	mateusno	43	MarceloLins68
9 SargentoFAHUR	4	MarceloFreixo	9	g1	44	DedaAladim
0 luscazou	5	Clauwild1	0	SenadorKajuru	45	bollemdb
1 dobrevbrien	6	dimacgarcia	1	AbrahamWeint	46	ArthurWeint
2 Suellen9m	7	leandroruschel	2	miriamleita0	47	UOLNoticias
3 tlmota	8	IanMdo	3	henriolliveira	48	CarlaZambelli38
4 blogdojefferson	9	BolsonaroSP	4	AbrahamWeint	49	jairbolsonaro
5 sensacionalista	0	babi	5	tabataamaralsp	50	henriolliveira

Fonte: Elaboração dos autores.

Tabela 2 - Usuários que tiveram mais de um tweet entre os mais retuitados e comentados, conflito Weintraub, 2020.

Listas	Usuário	Número de tweets
50 tweets mais retuitados	dimacgarcia	3
	leandroruschel	3
	blogdojefferson	2
	GuilhermeBoulos	2
	AbrahmWeint	2
50 tweets mais comentados	AbrahmWeint	6
	SF_Moro	3
	henriolliveira	2
	blogdojefferson	2
	ArthurWeint	2
	CarlaZambelli38	2
	SenadorKajuru	2

Fonte: Elaboração dos autores.

Análise dos dados

Este artigo trabalha com os dados daqueles usuários cujos *tweets* foram mais retuitados e dos usuários cujos *tweets* receberam mais comentários. Para uma análise mais detalhada, dividiremos o mapeamento dos perfis responsáveis por essas postagens. Primeiramente, procuraremos entender as identidades daqueles por trás dos *tweets* mais retuitados na “controvérsia Weintraub”. Em um segundo momento, investigaremos quem são os responsáveis pelos *posts* mais comentados. Importante salientar que alguns usuários foram responsáveis por mais de uma postagem no grupo das mais retuitadas e comentadas. Ainda assim, há uma grande heterogeneidade de autores de *posts* nessa controvérsia.

Abaixo apresentamos as duas subseções, com as análises separadas dos perfis e variáveis independentes dos 50 perfis que foram mais retuitados e os 50 mais comentados.

Análise de perfis com *tweets* mais retuitados

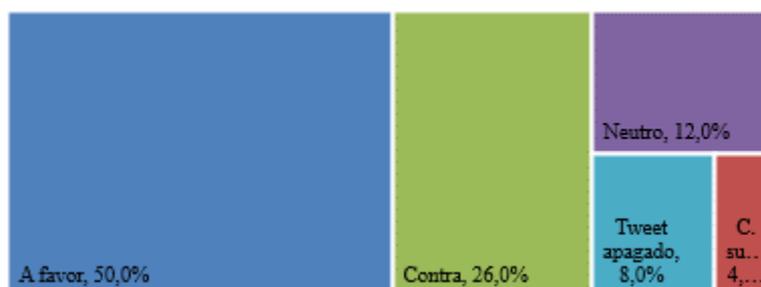
Iniciamos nossa análise dos retuítes fazendo uma leitura mais geral dos 50 perfis mais retuitados. A partir da Tabela 2 se nota, por exemplo, que 5 perfis foram responsáveis por 12 dos *tweets* mais retuitados. As contas responsáveis foram @dimacgarcia, @leandroruschel, @blogdojefferson, @GuilhermeBoulos e @AbramWeint. Ressalta-se que estas são figuras com origens biográficas diversas e que tiveram grande exposição no momento do estudo por causa de posts que foram republicados por dezenas de pessoas. Além disso, as duas primeiras contas citadas são de influenciadores e as três últimas são de políticos. É ainda interessante ver que o próprio ministro demissionário, Abraham Weintraub, foi responsável por três dos “*tweets* mais retuitados” e sete dos “*tweets* mais comentados”, o que faz sentido já que ele era o centro da controvérsia e por ser um usuário muito ativo no Twitter. Abaixo apresentamos o gráfico que demonstra a distribuição dentro do eixo de “apoio” ou “oposição” a Weintraub.

Podemos constatar que o polo mais forte no conflito Weintraub dentre os “*tweets* mais retuitados” são mensagens a favor do ex-ministro, 50%. Mensagens “contrárias” a ele foram 26%, “neutras” foram 12% e “*tweets* que foram apagados ou que não puderam ser lidos porque as contas foram suspensas” foram 12%.

Além disso, dos “*tweets* a favor”, seis deles, ou seja, 20%, atacam Rodrigo Maia, o então presidente da Câmara dos Deputados, acerca de sua declaração sobre a saída e a nomeação do ex-ministro para cargo no Banco Mundial, “No Banco Mundial? É...Porque não sabem que ele

trabalhou no Banco Votorantim, que quebrou em 2009 e ele [Weintraub] era um dos economistas do banco”¹⁰.

Gráfico 1 - Posição dos 50 tweets mais retweetados no conflito em relação a weintraub, 2020



Fonte: Elaboração dos autores.

Na sequência podemos observar os dados apresentados na Tabela 3, onde 62% dos usuários informam a localização. Desse total, os “perfis com maior número de retuítos” são da “região Sudeste” (32,33%), seguidos de “perfis que se declaram localizados no Brasil” e sem especificar região, estado ou município (22,6%). A maior parte são “perfis não verificados”, com 64% de ocorrências. Há um predomínio de perfis “masculinos” (60%), “brancos” (76%) e “jovens” (52%). Vale destacar que não há perfis de pessoas negras e indígenas. Os dados também revelam que a média de perfis seguidos pelo Top 50 é alta (3.129), entretanto essa média é elevada por causa dos perfis @RaquelStasiaki (segue mais de 91 mil) e @Suellen9m (mais de 18 mil), que destoam dos demais com menos perfis seguidos. Em relação à média de seguidores dos “perfis mais retuitados”, pode-se dizer que é alta (mais de 488 mil seguidores). No entanto, há ocorrência de perfis com menos de mil seguidores, como @mateusbandeiraa com 266. Essa média elevada está associada a perfis muito populares, com mais de um milhão de seguidores (por exemplo: @g1 com mais de 11 milhões e @BolsonaroSP com mais de 2 milhões).

Em relação aos “perfis mais retuitados que apoiaram Weintraub” podemos perceber que a maior parte dos usuários que informam sua localização regional está no “Sudeste” (37,5%), em seguida aparecem “Centro-Oeste” (12,9%), “Nordeste” (9,7%), “Sul” (6,5%) e “Norte” (3,2%). O restante dos perfis está localizado no “exterior” (12,9%) ou limita-se a informar que estão no “Brasil”, sem mais especificações, (22,6%). A maioria dos “apoiadores” é composta

¹⁰<https://istoe.com.br/maia-ironiza-indicacao-de-weintraub-para-o-banco-mundial-trabalhou-no-banco-votorantim-que-quebrou-em-2009/>

por “perfis não verificados” (80%), formados principalmente por “homens” (60%), “brancos” (88%) e “jovens” (56%). Já os perfis contrários são localizados principalmente na região “Sudeste” (57,1%), sendo que 61,5% são “verificados”. Há a predominância (88%) de perfis “masculinos” e “brancos” (58,3%). No entanto, em relação à “idade”, a maior incidência é formada por “não identificada/não se aplica” com 41,7%. Os perfis “neutros” se caracterizam por serem em sua maioria “verificados” (66,7%) e “homens” (60%), não sendo possível identificar ou não se aplicam às categorias “raça” e “idade”, ambas com 60% de ocorrências.

Na avaliação das médias de “perfis seguidos” é possível verificar que os “favoráveis” têm uma média muito superior aos “contrários” e “neutros”. Contudo, em relação aos “seguidores”, os perfis “neutros mais retuitados” na disputa possuem a maior média, puxados por perfis de “mídia” (como por exemplo @g1 e @jornalnacional), com milhões de seguidores.

Tabela 3 - Caracterização objetiva perfis usuários responsáveis pelos 50 tweets mais retuitados, conflito Weintraub, 2020.

Localização			
Não informa	38%	Informa	62%
Dos que informa			
Sudeste	32,3%	Posicionamento a favor:	
Centro-Oeste	12,9%	Sudeste	37,5%
Nordeste	9,7%	Brasil	25%
Sul	6,5%	Outros	37,5%
Norte	3,2%	Posicionamento contrário	
Brasil	22,6%	Sudeste	57,1%
Exterior	12,9%	Outros:	42,9%
Perfil verificado			
Não	64%	Sim	36%
	Não		Sim
Posicionamento a favor Weint.	80,0%		20,0%
Posicionamento contrário a Weint.	38,5%		61,5%
Posicionamento neutro.	66,7%		33,3%
Sexo			
feminino			22,0%
masculino			60,0%
não identificável/não se aplica			18,0%
	Feminino	Masculino	Não ident/NSA
Posicionamento a favor Weint.	28%	60%	12,0%
Posicionamento contrário a Weint.	0%	88%	12,0%
Posicionamento neutro.	20%	60%	20%
Raça			
branca			76%
negra/índigena			0%
não identificável/não se aplica			24%
	Branca	Negra/índigena	Não ident/NSA
Posicionamento a favor Weint.	88%	0%	22,0%

Posicionamento contrário a Weint.	58,3%	0%	41,7%
Posicionamento neutro.	40%		60%
Idade			
jovem			52%
não jovem			18%
não identificável/não se aplica			30%
	Jovem	Não Jovem	Não ident/NSA
Posicionamento a favor Weint.	56%	24%	30%
Posicionamento contrário a Weint.	33%	25%	41,7%
Posicionamento neutro.	40%		60%
Seguidos			
Média			3129,2
Média posicionamento a favor Weint.			5523,9
Média posicionamento contrário a Weint.			415,2
Média posicionamento neutro.			1703,5
Seguidores			
Média			488.994,7
Média posicionamento a favor Weint.			270.317,4
Média posicionamento contrário a Weint.			763.497,7
Média posicionamento neutro.			987.788,3

Fonte: Elaboração dos autores.

Podemos observar na Tabela 4, a partir das análises do conteúdo textual e imagético dos perfis daqueles que fizeram “*tweet* a favor do ex-ministro Weintraub”, que 88% deles mostraram estar alinhados à “direita”, 56% a “Bolsonaro” e 12% deram sinais textuais e imagéticos de serem “neutros”. Lembrando que “aqueles que se alinham a Bolsonaro” estão contidos nos que “se alinham à direita”, por isso há possibilidade de sobreposição das duas categorias. Dentre aqueles que fizeram “*tweet* contra Weintraub” constatamos uma distribuição interessante, 7,7% dessas mensagens vieram de perfis que apresentavam traços de serem de “direita”, 46,2% eram de “esquerda” e 46,2% “não se alinharam a ideologias” em seus perfis. Já entre os “*tweets* neutros”, ou seja, aqueles que apenas noticiaram o fato e não tomaram partido, estavam presentes massivamente pessoas de “direita” e pessoas que “não tinham perfis que se alinhavam claramente”.

Tabela 4 - Posicionamento do tweet X alinhamentos observados na análise de conteúdo e imagem dos perfis responsáveis pelos 50 tweets mais retuitados, conflito Weintraub, 2020.

	Tweet a favor	Tweet Contra	Tweet Neutro	Tweet apagado/conta suspensa
Se alinhar a Bolsonaro	56,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Se alinhar à direita	88,0%	7,7%	75,0%	50,0%
Se alinhar à esquerda	0,0%	46,2%	0,0%	0,0%
Não se alinou	12,0%	46,2%	25,0%	50,0%

Fonte: Elaboração dos autores.

Por fim, em relação aos 50 *tweets* mais retuitados, vê-se que, em relação aos tipos de perfis que tuitaram “a favor”, 56% foram feitos por “influenciadores”, o que demonstra a rede de apoio de perfis formada dentro da própria *web*. Além disso, na Tabela 5, 16% eram perfis de “políticos”, outros 16% eram *tweets* de “usuários comuns” e 8% de “mídia digital”. Em relação aos *tweets* “contrários”, 30,8% foram feitos por perfis de “políticos”, 23,1% de contas de “influenciadores” e outros 23,1% da “mídia digital”, 15,4% de “usuários comuns” e 7,7% de perfis de “celebridades”. Em relação aos “*tweets* neutros”, em grande medida, foram feitos por “usuários comuns” (66,7%) e pela “mídia tradicional” (33,3%).

Tabela 5 - Posição do 50 *tweets* mais retuitados X tipo de perfil entre os 50 *tweets* mais retuitados, Conflito Weintraub, 2020.

Tipo de Perfil	Tweet a favor	Tweet Contra	Tweet Neutro	Tweet apagado/conta suspensa
Celebridade	0,0%	7,7%	0,0%	0,0%
Influenciador	56,0%	23,1%	0,0%	50,0%
Jornalista	0,0%	0,0%	0,0%	16,7%
Mídia	0,0%	0,0%	33,3%	0,0%
Mídia digital	8,0%	23,1%	0,0%	0,0%
Político	16,0%	30,8%	0,0%	33,3%
Usuário Comum	16,0%	15,4%	66,7%	0,0%
Sem informação	4,0%	0,0%	0,0%	0,0%

Fonte: Elaboração dos autores.

A análise dos 50 perfis mais retuitados revela uma dinâmica interessante sobre a “controvérsia Weintraub” observada no Twitter. Perfis de influenciadores e políticos foram os principais protagonistas entre as mensagens mais retuitadas, com uma prevalência de mensagens “a favor” de Weintraub. A distribuição geográfica dos perfis que fizeram os *tweets* mais retuitados mostra uma concentração na região Sudeste, com predominância de perfis não verificados, masculinos, brancos e jovens. Como esperado, a maioria dos perfis favoráveis a Weintraub é alinhada à direita e também ao bolsonarismo, enquanto a oposição é majoritariamente de perfis de esquerda ou não alinhados ideologicamente. Os *tweets* neutros, em sua maioria, vieram de perfis de mídia tradicional e usuários comuns, ressaltando a diversidade das fontes de informação e a complexidade do debate público no Twitter.

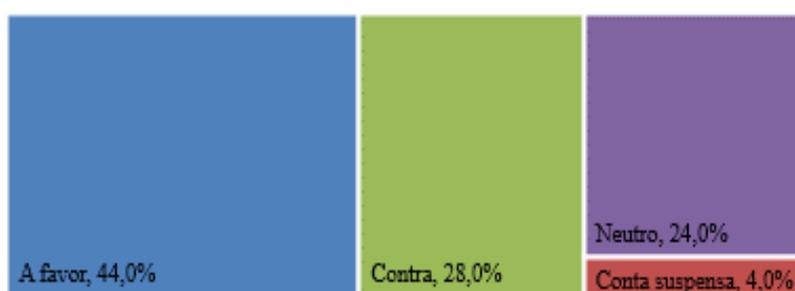
Análise dos perfis com *tweets* mais comentados

Retomamos aqui a Tabela 2 para uma primeira observação sobre aqueles perfis que tiveram suas mensagens mais comentadas no Twitter na ocasião da “controvérsia Weintraub”. Naquele momento, 6 contas foram responsáveis por 18 dos *tweets* mais comentados.

Chamamos atenção para o fato de que 4 dos autores são políticos (@AbrahmWeint, @SF_Moro, @CarlaZambelli38, @SenadorKajuru) e 2 são influenciadores (@allantercalivre e @henriolliveira)

Os dados do Gráfico 2 ilustram que a maior parte dos “*tweets* mais comentados” se posicionou “a favor” de Weintraub (44%), 28% foram “contrários” ao ex-ministro e 24% tuitaram mensagens “neutras” sobre esse conflito. É importante observar que, tanto no caso dos “*tweets* com mais retuítes” quanto no caso dos “*tweets* mais comentados”, a maior parte foi feita com conteúdo de “apoio” a Weintraub. Isso pode sinalizar uma militância mais ativa dos apoiadores do ministro e do ex-presidente Bolsonaro nessa controvérsia.¹¹

Gráfico 2 - Posição dos 50 tweets mais comentados no conflito em relação a Weintraub, 2020



Fonte: Elaboração dos autores.

Além disso, como podemos verificar na Tabela 6, a maior parte dos “perfis que mais tiveram respostas” informou sua localização (82%). Desse universo, 46,3% se localizam no “Sudeste”, seguido por 26% na região “Centro-Oeste”. A maioria dos perfis (82%) é “verificado”, “masculino” (66%), “branco” (86%) e “não jovem” (64%). Assim como nos dados relativos aos retuítes, os “perfis mais comentados” têm uma média alta de seguidos, inclusive superior aos *tweets* mais retuítes, e com grande diversidade entre eles. A média é puxada para cima por conta do perfil @folha, com mais de 177 mil seguidores. Contudo, a maioria dos perfis segue menos de mil perfis. Por outro lado, chama a atenção que os perfis “com maior número de respostas” no conflito tenham muitos seguidores, com uma média geral superior (de mais de um milhão e 600 mil seguidores). Há somente dois casos com valores menores que dez mil (@mateusno e @Cesarbeapbeap).

Os perfis “favoráveis a Weintraub” se caracterizam pela maior incidência nas regiões “Centro-Oeste” (50%) e “Sudeste” com 44%. A maioria (77%) tem perfil “verificado”. O

¹¹ Não ignoramos a possibilidade de parte dessas contas serem automatizadas (contas robô ou *ciborgue*). Contudo, tendo em vista os limites da pesquisa proposta, a verificação dessa possibilidade poderá ser objeto de trabalhos futuros.

padrão dos apoiadores mais comentados é composto por “homens” (77%), “brancos” (91%) e “não jovens” (64%). Os perfis “contrários” ao ex-ministro se localizam principalmente no “Sudeste” (80%) e todos (100%) são “verificados”. Os “perfis mais comentados contrários” ao ministro demissionário são caracterizados por serem “homens” (57%), predominantemente “brancos” (91%) e “não jovens” (71%).

A maior média de “perfis seguidos” é dos “apoiadores de Weintraub”, com mais de 11 mil perfis seguidos. Por outro lado, a média superior de “seguidores” é de perfis classificados como “neutros”, com média de quase 3 milhões de seguidores. Os perfis “contrários” vêm em seguida com mais de 1.700.000 “seguidores”.

Tabela 6. Caracterização objetiva perfis usuários responsáveis pelos 50 tweets mais comentados, conflito Weintraub, 2020.

Localização			
Não informa	18%	Informa	82%
Dos que informam			
Sudeste	46,3%		Posicionamento a favor:
Centro-Oeste	26,8%	Centro-Oeste	50%
Nordeste	0,0%	Sudeste	44%
Sul	2,4%	Norte	6%
Norte	9,8%		Posicionamento contrário
Brasil	7,3%	Sudeste	80%
Exterior	7,3%	Outros:	20%
Perfil verificado			
Não	18%	Sim	82%
	Não		Sim
Posicionamento a favor Weint.	22,7%		77,3%
Posicionamento contrário a Weint.	0,0%		100,0%
Posicionamento neutro.	16,7%		83,3%
Sexo			
feminino			24,0%
masculino			66,0%
não identificável/não se aplica			10,0%
	Feminino	Masculino	Não ident/NSA
Posicionamento a favor Weint.	18%	77%	4,5%
Posicionamento contrário a Weint.	43%	57%	0,0%
Posicionamento neutro.	17%	58%	25%
Raça			
branca			86%
negra/indígena			4%
não identificável/não se aplica			10%
	Branca	Negra/indígena	Não ident/NSA
Posicionamento a favor Weint.	91%	5%	5%
Posicionamento contrário a Weint.	93%	7%	0%
Posicionamento neutro.	75%	0%	25%
Idade			
jovem			26%
não jovem			64%
não identificável/não se aplica			10%
	Jovem	Não Jovem	Não ident/NSA

Posicionamento a favor Weint.	32%	64%	5%
Posicionamento contrário a Weint.	29%	71%	0,0%
Posicionamento neutro.	16,7%	58,3%	25%
Seguidos			
Média			5341,7
Média posicionamento a favor Weint.			11044,6
Média posicionamento contrário a Weint.			645,2
Média posicionamento neutro.			758,9
Seguidores			
Média			1.607.971,7
Média posicionamento a favor Weint.			936.827,9
Média posicionamento contrário a Weint.			1.729.485,7
Média posicionamento neutro.			2.903.164,5

Fonte: Elaboração dos autores.

A Tabela 7 mapeia os conteúdos dos *tweets* daqueles responsáveis pelas “50 postagens mais comentadas” e a ideologia demonstrada nos perfis dos usuários mais comentados, através do conteúdo textual e imagético das contas. Podemos verificar que a grande maioria dos usuários que mais fizeram *tweets* “a favor” de Weintraub eram de “direita” (95,5%). Os perfis “bolsonaristas” também estão fortemente presentes (72,7%) e, por fim, os “não alinhados” são pouco representativos (4,5%). Esse panorama demonstra que há uma presença ideológica da “direita” e de “alinhados a Bolsonaro” dentre os perfis que tuitaram “a favor” de Weintraub. Também chama atenção que a “direita contrária” a Weintraub esteja um pouco mais presente (28,6%) se comparada à Tabela 4. Além disso, 35,7% foram feitos pela “esquerda” e 35,7% “não se alinham”. Dos *tweets* “neutros”, 83,3% foram de perfis “não alinhados”. Assim, podemos conjecturar que há uma forte presença da “direita” entre os perfis que mais geraram debates.

Tabela 7 - Posicionamento do tweet X alinhamentos observados na análise de conteúdo e imagem dos perfis responsáveis pelos 50 tweets mais comentados, conflito Weintraub, 2020.

	Tweet a favor	Tweet Contra	Tweet Neutro	Tweet apagado/conta suspensa
Se alinhar a Bolsonaro	72,7%	0,0%	8,3%	0,0%
Se alinhar à direita	95,5%	28,6%	16,7%	50,0%
Se alinhar à esquerda	0,0%	35,7%	0,0%	0,0%
Não se alinhou	4,5%	35,7%	83,3%	50,0%

Fonte: Elaboração dos autores.

Por último, temos a Tabela 8 que analisa a relação entre as categorias de “perfis com *tweets* mais comentados” com o conteúdo dos *tweets*. Para começar, podemos afirmar que os perfis de “políticos” foram os mais comentados, seja com *tweets* “a favor”, “contra” ou “neutros”. Os *tweets* “neutros”, como era de se esperar, foram produzidos majoritariamente

pela “mídia tradicional”. “Influenciadores” (27,3%) e “políticos” (63,6%) concentraram grande parte dos “apoiadores de Weintraub” neste conflito, ou seja, juntos, eles respondem por mais de 90% dos *tweets* de apoio ao ex-ministro. Em relação aos *tweets* “contrários a Weintraub”, eles se concentram nos “jornalistas” com suas contas pessoais (21,4%) e nos “políticos” (64,3%), vindo na sequência “celebridades” e “influenciadores” com 7,1% (cada). Por fim, os *tweets* “neutros” foram produzidos majoritariamente por “políticos” (41,7%), “mídia” (25%) e “influenciadores” (16,6%).

Tabela 8 - Posição do 50 tweets mais comentados X tipo de perfil entre os 50 tweets mais comentados, conflito Weintraub, 2020.

Tipo de Perfil	Tweet a favor	Tweet Contra	Tweet Neutro	Tweet apagado/conta suspensa
Celebridade	0,0%	7,1%	0,0%	0,0%
Influenciador	27,3%	7,1%	16,6%	0,0%
Jornalista	0,0%	21,4%	0,0%	100,0%
Mídia	4,5%	0,0%	25,0%	0,0%
Mídia digital	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Político	63,6%	64,3%	41,7%	0,0%
Usuário Comum	4,5%	0,0%	0,0%	0,0%

Fonte: Elaboração dos autores.

É importante destacar que nos “*tweets* mais comentados” há tanto sinalizações de apoio quanto manifestações de críticas ao ministro, ao contrário do comportamento de retuítes, que geralmente indicam concordância com a mensagem original. Essa característica da interação através de respostas é um fator que contribui para explicar o grande número de ocorrências envolvendo perfis de políticos, que frequentemente recebem críticas e ironias dos usuários.

A análise dos traços digitais dos perfis que geraram os *tweets* mais comentados durante a “controvérsia Weintraub” revela também uma predominância de políticos e influenciadores, com uma maior presença de apoio a Weintraub. A maioria desses perfis eram verificados, masculinos, brancos e não jovens e falavam do Sudeste e do Centro-Oeste do Brasil. Novamente, como esperado, os perfis favoráveis a Weintraub mostraram uma forte orientação ideológica à direita e alinhamento ao bolsonarismo. Interessante perceber que a oposição era composta principalmente por perfis verificados do Sudeste. Além disso, a interação por meio de comentários refletiu tanto apoio quanto críticas, diferenciando-se do comportamento observado na análise das mensagens mais retuitadas. Isso expressa que, de fato, o retuite tende a expressar concordância com a mensagem original e o comentário nem sempre. Essa dinâmica destaca o papel de políticos profissionais na polarização do debate, atraindo tanto apoio quanto críticas e, assim, protagonizando conflitos.

Por fim, notamos que os perfis bolsonaristas que aparecem nas análises possuem um discurso muito alinhado. Se por um lado há algum posicionamento contrário a Weintraub vindo da direita mais ampla (7,7% e 28,6%, respectivamente mais retuitados e comentados), por outro, se o recorte é feito exclusivamente sobre os perfis bolsonaristas, percebemos uma unanimidade entre eles: todos apoiam Weintraub. Acreditamos que isso pode ser um indício de articulação da direita bolsonarista, uma estratégia de comunicação no Twitter a fim de defender o governo Bolsonaro.

Considerações Finais

A proposta inicial deste trabalho foi acompanhar uma controvérsia política da discussão pública on-line que se desenvolveu no Twitter em torno da demissão de Weintraub do ministério da educação, partindo da análise dos perfis dos usuários que produziram os 50 *tweets* mais tuitados e os usuários que produziram os 50 *tweets* mais comentados durante 24 horas entre os dias 18 e 19 de junho de 2020.

Grande parte das análises sobre conflitos no Twitter se limita aos métodos de análise de redes e de conteúdos dos *tweets*. Com intuito de expandir estratégias metodológicas, adotamos uma abordagem que reconhece os dispositivos digitais como elementos constitutivos dos fenômenos sociopolíticos no ambiente on-line, caracterizados por uma maior complexidade sociotécnica. Entendemos que esses dispositivos participam da própria controvérsia e da definição das questões (Marres, 2015, p. 677). A partir dessa abordagem, realizamos uma cartografia da “controvérsia Weintraub” com auxílio da tipologia dos traços digitais (Crosset; Tanner; Campana, 2018).

No trabalho, focamos na análise do “traço 1” para compreender a posição dos usuários do Twitter em relação à “controvérsia Weintraub” (“a favor”, “contra” ou “neutro”), bem como sua posição no espectro ideológico (“esquerda”, “direita” e “centro”). O “traço 1” foi definido por Crosset, Tanner e Campanha (2018) como o conjunto de características contidas na apresentação feita pelo próprio indivíduo em suas respectivas redes, incluindo biografia, pseudônimo e avatar, entre outros. Para organizar melhor a análise desses traços, dividimos as variáveis independentes em dois grupos principais: as relacionadas ao conteúdo e as relacionadas à imagem.

Dentro das “Análises de Conteúdo”, incluímos: 1) A primeira, denominada “Objetiva”, que capturou informações como localização, verificação do perfil, sexo, raça, idade, número de perfis

seguidos e número de seguidores; 2) A segunda, chamada “Índice de alinhamento observado através de análise de conteúdo dos perfis”, focada no *tweet* fixado, na ID do usuário (@), no nome e na biografia.

Dentro das “Análises de Imagem”, desenvolvemos o “Índice de alinhamento observado através das análises de imagens”, que se baseou na análise do uso de *emojis* no nome, na foto de perfil e na imagem de capa.

A combinação dessas metodologias adotadas no estudo possibilitou uma compreensão mais aprofundada das controvérsias, indo além das interações e conteúdos publicados nas redes. Essas controvérsias são articuladas dentro de uma infraestrutura sociotécnica (plataforma digital), mediadas por perfis de usuários que são constituídos por componentes socioculturais expressos pelos traços digitais, que incluem comportamentos, posicionamentos e apoio a candidatos, além de referências simbólicas como *emojis* e imagens que compõem o universo cultural do ambiente digital.

A pergunta que norteou nosso trabalho nos levou a investigar quais eram os elementos comuns expressos nos perfis por meio de traços digitais, como imagens, símbolos e outras formas de identificação pelos quais se estruturam redes que disputam discursivamente o sentido da “controvérsia Weintraub”. Por meio da análise dos traços digitais produzidos por 100 usuários (50 com os *tweets* mais retuitados e 50 com *tweets* mais comentados), constatamos que aqueles usuários que tuitaram “contra”, “a favor” ou de forma “neutra” na disputa política partilhavam algumas características comuns em seus perfis.

Inicialmente, pudemos afirmar que, majoritariamente, os usuários dos perfis analisados são homens, da região Sudeste e brancos. Identificamos uma diferença geracional significativa. No caso dos “*tweets* mais retuitados”, os homens são majoritariamente mais jovens, e nos “*tweets* mais comentados”, os homens são em sua maioria “não jovens”. Constatamos também que há diferenças relevantes em relação à “tipologia dos perfis” quando se observa aqueles perfis “mais retuitados” e “os mais comentados”. Nos “perfis com *tweets* mais retuitados”, os “influenciadores” foram os que mais tiveram seus conteúdos sobre Weintraub reproduzidos (56% com *tweets* “a favor”, 23,1% “contra” e 0% “neutro”). No caso dos “perfis com *tweets* mais respondidos”, os “políticos” foram os mais comentados (63,6% “a favor”, 64,3% “contra” e 41,7% “neutros”). Esses dados, conectados àqueles sobre idade/geração, demonstram que temos “influenciadores” mais “jovens” sendo mais retuitados e “políticos” mais “velhos” sendo mais comentados. Independentemente dessas diferenças, constatamos que tanto nos “*tweets*

mais retuitados” quanto nos “*tweets* mais comentados”, a maioria foi de conteúdo de apoio a Weintraub, evidenciando a força da direita bolsonarista nas redes.

As características etárias da amostra e a predominância de “influenciadores” como os mais retuitados e “políticos” como os mais comentados nos permite sugerir uma hipótese a ser testada em trabalhos futuros. A primeira sugestão é que o número de comentários nos *tweets* de “políticos” pode estar relacionado à sua condição de representantes eleitos, cujas ações e opiniões são alvo preferencial de cobranças e/ou manifestações de apoio ou rejeição. Para esse tipo de interação, o comentário em resposta ao *tweet* parece ser mais adequado, enquanto o retuíte, por ser uma reprodução que amplia o alcance do *tweet*, parece ser mais apropriado para a divulgação e corroboração do conteúdo (Boyd; Golder; Lotan, 2010; Del Valle; Bravo, 2018).

O passo seguinte da nossa análise foi compreender a relação entre o conteúdo dos *tweets* e as características dos perfis. Nesse aspecto, os achados foram reveladores. Tanto nos “perfis com mais *retweets*” quanto nos “perfis mais comentados”, ficou evidente uma divisão no campo da direita, entre uma direita bolsonarista e uma direita de oposição ao presidente. É interessante observar que há uma parcela da direita que se posicionou contra o ministro demitido, indicando uma fissura na coalizão de apoio dentro desse campo ideológico. Em relação aos perfis identificados como “esquerda”, todos os *tweets* analisados foram contrários a Weintraub.

Por último, mas não menos interessante, os “perfis não alinhados ideologicamente” (ou seja, que não apresentavam elementos que permitissem identificar se eram de esquerda ou direita) e que receberam mais *retweets* produziram conteúdo majoritariamente contrário a Weintraub (46,2%). Esse percentual contrasta com a posição dos “perfis neutros”. Ou seja, nos *tweets* mais comentados, uma significativa maioria (83,3%) produziu conteúdo neutro sobre a controvérsia.

Os perfis bolsonaristas analisados apresentam um discurso muito alinhado. Enquanto a direita mais ampla tem algum posicionamento contrário a Weintraub (7,7% dos retuítes e 28,6% dos comentários), os perfis bolsonaristas mostram unanimidade em seu apoio a Weintraub. Isso pode indicar uma articulação estratégica da direita bolsonarista para defender o governo Bolsonaro no Twitter.

Com este texto buscamos, por meio de um exercício metodológico, demonstrar a relevância da análise cuidadosa dos traços digitais que compõem os perfis dos usuários no Twitter. Consideramos que o foco nesses elementos pode contribuir significativamente para a compreensão das controvérsias que ocorrem nas redes. Com o objetivo de aprofundar este

esforço inicial e avançar na agenda de pesquisa, vislumbramos alguns passos futuros: (i) testar a hipótese sugerida nestas considerações finais; (ii) aprofundar a descrição e a análise dos próprios perfis, buscando conectar esta análise com possíveis identidades coletivas construídas, compartilhadas e reforçadas nos espaços digitais; (iii) investigar o papel das contas automatizadas na configuração das controvérsias no Twitter.

Referências

- BOBBIO, Norberto. **Direita e Esquerda** - razões e significados de uma distinção política. São Paulo: Editora da Universidade Estadual Paulista, 1995.
- BOYD, Danah; GOLDBERGER, Scott; LOTAN, Gilad. Tweet, tweet, retweet: Conversational aspects of retweeting on twitter. *In: HAWAII INTERNATIONAL CONFERENCE ON SYSTEM SCIENCES*, 43., 2010, Kauai. **Proceedings of 43rd Hawaii International Conference on System Sciences**. Kauai: 2010. p. 1-10.
- BRUNS, Axel; BURGESS, Jean. Researching news discussion on Twitter: New methodologies. **Journalism studies**, v. 13, n. 5-6, p. 801-814, 2012.
- CONDIE, Jenna; COSTA, Cristina. Conclusion: (re-)exploring the practical and ethical contexts of digital research. *In: CONDIE, Jenna; COSTA, Cristina. Doing Research In and On the Digital: Research Methods Across Fields of Enquiry*. London: Routledge, 2018. p. 205-212.
- CROSSET, Valentine; TANNER, Samuel; CAMPANA, Aurélie. Researching far right groups on Twitter: Methodological challenges 2.0. **New media & society**, v. 21, n. 4, p. 939-961, 2019.
- D'ANDRÉA, Carlos Frederico de Brito. Cartografando controvérsias com as plataformas digitais: apontamentos teórico-metodológicos. **Galáxia**, São Paulo, n. 38, p. 28-39, 2018.
- DEL VALLE, Marc Esteve; BRAVO, Rosa Borge. Echo chambers in parliamentary Twitter networks: The Catalan case. **International journal of communication**, v. 12, p. 1-21, 2018.
- DUBOIS, Elizabeth; GAFFNEY, Devin. The multiple facets of influence: Identifying political influentials and opinion leaders on Twitter. **American behavioral scientist**, v. 58, n. 10, p. 1260-1277, 2014.
- FUKS, Mario; MARQUES, Pedro Henrique. Polarização e contexto: medindo e explicando a polarização política no Brasil. **Opinião Pública**, Campinas, v. 28, n. 3, p. 560-593, 2023.
- MARRES, Noortje. Why map issues? On controversy analysis as a digital method. **Science, Technology, & Human Values**, v. 40, n. 5, p. 655-686, 2015.
- MARRES, Noortje; WELTEVREDE, Esther. Scraping the social? Issues in live social research. **Journal of cultural economy**, v. 6, n. 3, p. 313-335, 2013.
- QUINAN, Rodrigo; ARAUJO, Mayara; ALBUQUERQUE, Afonso de. A Culpa é da China! : O discurso sino-conspiratório no governo Bolsonaro em tempos de COVID-19. **Revista Eco-Pós**, Rio de Janeiro, v. 24, n. 2, p. 151-174, 2021. Disponível em: https://revistaecopos.eco.ufrj.br/eco_pos/article/view/27698. Acesso em: 24 nov. 2023.
- ROGERS, Richard. O fim do virtual: os métodos digitais. **Lumina**, Juiz de Fora, v. 10, n. 3, p. 1-34, 2016.
- SCHANL, J *et al.* The utility of social and topical factors in anticipating repliers in Twitter conversations. *In: ANNUAL ASSOCIATION FOR COMPUTING MACHINERY WEB SCIENCE CONFERENCE*, 5., 2013, New York. **Proceedings of the 5th Annual Association for Computing Machinery Web Science Conference**. New York: 2013. p. 376-385.
- SOARES, Felipe Bonow; RECUERO, Raquel; ZAGO, Gabriela. Influencers in polarized political networks on

Twitter. In: **Proceedings of the 9th international conference on social media and society**. 2018. p. 168-177.

VENTURINI, Tommaso. Diving in magma: how to explore controversies with actor-network theory. **Public understanding of science**, v. 19, n. 3, p. 258-273, 2010.

VENTURINI, Tommaso *et al.* An unexpected journey: A few lessons from sciences Po médialab's experience. **Big Data & Society**, v. 4, n. 2, p. 1-11, 2017.

Recebido em: 19/12/2023

Aceito em: 30/08/2024