

UNIVERSIDADE FEDERAL DE OURO PRETO – UFOP
INSTITUTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS – ICSA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO

MARCOS TÚLIO RESENDE LIMA

**A MATERIALIDADE DAS REDES SOCIAIS NO CENÁRIO POLÍTICO
BRASILEIRO: COMUNICAÇÃO E HUMANIDADES DIGITAIS**

Mariana
2019

Marcos Túlio Resende Lima

**A MATERIALIDADE DAS REDES SOCIAIS NO CENÁRIO POLÍTICO
BRASILEIRO: COMUNICAÇÃO E HUMANIDADES DIGITAIS**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Ouro Preto como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em Comunicação.

Linha de Pesquisa: Interações e emergências da comunicação

Orientadora: Prof.^a Dr.^a Débora Cristina Lopez.

Mariana

2019

SISBIN - SISTEMA DE BIBLIOTECAS E INFORMAÇÃO

L732m Lima, Marcos Tulio Resende.

A materialidade das redes sociais no cenário político brasileiro
[manuscrito]: comunicação e humanidades digitais. / Marcos Tulio
Resende Lima. - 2019.
134 f.

Orientadora: Profa. Dra. Débora Cristina Lopez.
Dissertação (Mestrado Acadêmico). Universidade Federal de Ouro
Preto. Instituto de Ciências Sociais Aplicadas. Programa de Pós-
Graduação em Comunicação.

Área de Concentração: Comunicação e Temporalidades.

1. Messias, Sérgio Bolsonaro, 1939-. 2. Silva, Luíz Inácio Lula da,
1945-. 3. Facebook (Rede social on-line). 4. Humanidades digitais. 5.
Planejamento político. I. Lopez, Débora Cristina. II. Universidade Federal
de Ouro Preto. III. Título.

CDU 316.77

Bibliotecário(a) Responsável: Essevalter De Sousa-Bibliotecário Coordenador
CBICSA/SISBIN/UFOP-CRB6a1407

Marcos Túlio Resende Lima

A MATERIALIDADE DAS REDES SOCIAIS NO CENÁRIO
POLÍTICO BRASILEIRO: COMUNICAÇÃO E HUMANIDADES
DIGITAIS

Trabalho apresentado ao Programa de Pós-Graduação em
Comunicação do Instituto de Ciências Sociais Aplicadas
(ICSA) da Universidade Federal de Ouro Preto (UFOP)
como requisito parcial para a obtenção do grau de Mestre(a)
em Comunicação, aprovado em 29 de agosto de 2019.

Banca Examinadora:



Prof.(a). Dr.(a). Débora Cristina Lopez – Orientador(a)
(UFOP)



Prof.(a). Dr.(a). Lorena Peret Teixeira Tárzia (UniBH)



Prof.(a). Dr.(a). Marcelo Freire Pereira de Souza (UFOP)

RESUMO

Propomos com a presente pesquisa refletir sobre as ressonâncias das tecnologias digitais de comunicação na sociedade, em especial, examinar como as redes sociais, enquanto componentes significativos dessa vertente, promovem mudanças epistêmicas em suas formas de organização. É nosso objetivo, também, refletir sobre como as infraestruturas e métodos digitais podem contribuir para a compreensão de fenômenos e estruturas sociais formados pelas atividades sociais *online* e *offline*. Em vista dos objetivos apresentados, utilizamos neste trabalho uma metodologia híbrida composta pelo método quantitativo de análise de redes sociais e pelo método qualitativo de análise de conteúdo, utilizando ainda métodos de mineração, classificação automática e visualização de grandes quantidades de dados retirados da rede social Facebook. Com esse aparato ferramental nos debruçamos sobre a questão da polarização política da sociedade civil brasileira e direcionamos nosso olhar para as redes formadas por e no entorno de Jair Messias Bolsonaro e Luiz Inácio Lula da Silva no Facebook, expoentes dos pólos em embate. Com a análise das dinâmicas de associação e dissociação dos nós envolvidos nessa rede, caminhamos no sentido da compreensão das mudanças estruturais e amplificações promovidas pela mediação da atividade social pelas infraestruturas digitais e na apreensão de dinâmicas específicas que contribuem para a condição polarizante da sociedade civil brasileira.

Palavras-chave: Humanidades Digitais, Facebook, Polarização política, Lula, Bolsonaro

ABSTRACT

We propose in this research to reflect on the resonance of digital communication technologies in society, especially on how social networks, as central component of this stream, promote epistemic changes in their forms of organization. It is also our intent to reflect on how digital infrastructures and methods can contribute to the understanding of social phenomena and social structures formed by online and offline social activities. In view of the objectives presented, we made use of a hybrid methodology composed by the quantitative method of social network analysis and by the qualitative method of content analysis, using also methods of data mining, automatic classification and data visualization taken from the social network Facebook. With this set of tools we focused on the issue of political polarization of brazilian civil society and directed our gaze upon the networks formed by and around Jair Messias Bolsonaro and Luiz Inácio Lula da Silva on Facebook, exponents of each political fields in conflict. With an analysis of the dynamics of association and dissociation of nodes involved in this network, we move towards understanding the changes and amplifications promoted by digital infrastructures mediation of social activity and in the apprehension of specific dynamics that contribute to the polarizing condition of brazilian civil society.

Keywords: Digital Humanities, Facebook, Political polarization, Lula, Bolsonaro

LISTA DE SIGLAS E ABREVIATURAS

AC - Análise de Conteúdo

API - Interface de Programação de Aplicativos

ARS - Análise de Redes Sociais

BNDES - Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social

CRM - *Customer Relationship Management*

DIKW - *Data-Information-Knowledge-Wisdom*

Fies - Financiamento Estudantil

FMI - Fundo Monetário Internacional

HD - Humanidades Digitais

HTTP - *Hypertext Transfer Protocol*

IA - Inteligência Artificial

IP - *Internet Protocol*

KPIs - Indicadores de Performance

LGBT -

NPL - Algoritmo de Processamento de Linguagem Natural

OCDE - Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico

ONU - Organização das Nações Unidas

PDC - Partido Democrata Cristão

PFL - Partido da Frente Liberal

PISA - Programa Internacional de Avaliação de Alunos

PP - Partido Progressista

PP - Partido Progressista

PPB - Partido do Povo Brasileiro

PPR - Partido Progressista Reformador

Prouni - Programa Universidade para Todos

PSC - Partido Social Cristão

PSL - Partido Social Liberal

PT - Partido dos Trabalhadores

PTB - Partido Trabalhista Brasileiro

Reuni - Programa de Apoio a Planos de Reestruturação e Expansão das Universidades Federais

RSIs - Redes Sociais de Internet

SI - Sistemas de Informação

TCP - *Transmission Control Protocol*

TI - Transparência Internacional

USP - Universidade de São Paulo

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Algoritmo EdgeRank do <i>Facebook</i>	23
Figura 2 - Pirâmide DIKM	35
Figura 3 – Taxonomia de criada para delimitar o contexto da busca do painel de pesquisa ...	67
Figura 4 - Cabeçalho da configuração de pesquisa do <i>War Room</i>	68
Figura 5 - Filtro de publicações do software <i>War Room</i>	71
Figura 6 - Ranking de influência dos perfis dos pré-candidatos no <i>Facebook</i>	77
Figura 7 - Cabeçalhos da função <i>Zoom</i> do <i>War Room</i> , identificando as principais métricas dos perfis de Lula e Bolsonaro no <i>Facebook</i> durante o período de maio de 2017 a março de 2018	78
Figura 8 - Detalhamento da configuração para coleta de publicações proprietárias de Lula e Bolsonaro	79
Figura 13 - Grafo retratando pico de publicações da página de Bolsonaro no dia 06 de outubro de 2018.....	87
Figura 14 - Total de publicações das páginas proprietárias de Lula e Bolsonaro durante todo o período da coleta.....	89
Figura 15 - Evolução temporal da página de Lula.....	90
Figura 16 - Grafo formado pelas publicações da página de Lula relativas ao período de 24 a 29 de outubro de 2017.....	91
Figura 17 - Linha do tempo Bolsonaro	92
Figura 18 - Grafo formado pelas publicações da página de Lula relativas ao final de janeiro de 2018.....	93
Figura 19 - Grafo formado pelas publicações da página de Lula relativas ao dia 21 de fevereiro de 2018	94
Figura 20 - Grafo formado pelas publicações da página de Lula relativas ao final de março de 2018.....	95
Figura 21 - Mídias visuais publicadas pela página de Lula durante o evento de sua prisão em abril de 2018	96

Figura 22 - Grafo formado pelas publicações da página de Lula relativas ao evento de sua prisão em abril de 2018	97
Figura 23 - Grafo formado pelas publicações da página de Lula relativas ao final de agosto de 2018.....	98
Figura 24 - Grafo formado pelas publicações da página de Lula relativas ao dia 06 de outubro de 2018.....	99
Figura 25 - Evolução temporal da página de Bolsonaro	100
Figura 26 - Grafo formado pelas publicações da página de Bolsonaro relativas ao dia 14 de outubro de 2017.....	101
Figura 27 - Grafo formado pelas publicações da página de Bolsonaro relativas ao dia 15 de dezembro de 2017	102
Figura 28 - Grafo formado pelas publicações da página de Bolsonaro relativas ao dia 24 de janeiro de 2018	103
Figura 29 - Grafo formado pelas publicações da página de Bolsonaro relativas ao dia 24 de maio de 2018	104
Figura 30 - Grafo formado pelas publicações da página de Bolsonaro relativas ao período de 22 de agosto a 05 de setembro de 2018.....	105
Figura 31 - Grafo formado pelas publicações da página de Bolsonaro relativas ao dia 30 de setembro de 2018	106
Figura 32 - Grafo formado pelas publicações da página de Bolsonaro relativas ao dia 27 de outubro de 2018.....	107
Figura 33 - Gráfico de volume de comentários por temática	109
Figura 34 - Gráficos de temáticas versus volume de publicações, curtidas, comentários e compartilhamentos relativos à página de Lula	110
Figura 35 - Evolução temporal do volume de publicações versus temáticas da página de Lula	113
Figura 36 - Gráficos de temáticas versus volume de publicações, curtidas, comentários e compartilhamentos relativos à página de Lula	114
Figura 37 - Evolução temporal do volume de publicações versus temáticas da página de Lula	116
Figura 38 - Comparação dos coeficientes de influência das páginas de Lula e Bolsonaro ...	117

Figura 39 - Quadro de interações reunindo, da esquerda para a direita, total de interações gerais, totais de interações da página de Lula e total de interações da página de Bolsonaro. 119

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Detalhamento dos operadores de análise.....	81
Quadro 2 - Resumo das taxonomias das temáticas elencada	83
Quadro 3 - Taxas de interação das páginas de Lula e Bolsonaro	117
Quadro 4 - Taxas de interação das páginas de Lula e Bolsonaro levando em conta seus respectivos números de seguidores.....	118

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	13
1 A MATERIALIDADE DO NEWS FEED DO FACEBOOK: IMPLICAÇÕES ALGORÍTMICAS E REPERCUSSÕES SOCIOAFETIVAS	18
1.1 Quantificação e agenciamentos de atividades sociais <i>online</i>	20
1.2 Agenciamentos algorítmicos e afetivos das ações de curtir, comentar e compartilhar no <i>Facebook</i>	21
1.2.1 Análise algorítmica do <i>News Feed</i> do <i>Facebook</i>	22
1.2.2 Análise socioafetiva do <i>News Feed</i> do <i>Facebook</i>	27
2 HUMANIDADES DIGITAIS E TECNOLOGIAS DIGITAIS DA COMUNICAÇÃO: MATERIALIDADE E AFETAÇÕES.....	32
2.1 Humanidades e mediações digitais	32
2.2 Abordagem de artefatos culturais pela metodologia de Humanidades Digitais	34
2.3 A materialidade dos meios digitais como meio para uma tecnologia humanística	37
3 ANAMNESE NAS REDES SOCIAIS: COMUNIDADE, PERSPECTIVA E INTERAÇÕES	42
3.1 Comunidade e perspectiva	42
3.2 Temporalidades e perspectivas	44
4 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS.....	48
4.1 Caracterização do objeto	51
4.1.1 Caraterização Luiz Inácio Lula da Silva	51
4.1.2 Caracterização Jair Messias Bolsonaro	55
4.2 Perspectivas teórico-metodológicas de análise.....	59
4.3 Caraterização <i>Stilingue & War Room</i>	64
4.4 Caraterização da amostra, ferramentas acionadas e operadores de análise.....	72
5 ANÁLISE	89
5.1 Evolução temporal das páginas oficiais de Lula e Bolsonaro	89
5.1.1 Evolução temporal da página oficial de Lula	90
5.1.2 Evolução temporal da página oficial de Bolsonaro.....	100
5.2 Performance, repercussões afetivas e estratégias de conteúdo nas páginas de Lula e Bolsonaro	108

5.2.1 Métricas sociais, repercussões afetivas e estratégias de conteúdo na página oficial de Lula	110
5.2.2 Estratégias de conteúdo adotadas pela página oficial de Lula durante a transição para o segundo turno das Eleições 2018.....	112
5.2.3 Métricas sociais, repercussões afetivas e estratégias de conteúdo na página oficial de Bolsonaro	113
5.2.4 Estratégias de conteúdo adotadas pela página oficial de Bolsonaro durante a transição para o segundo turno das Eleições 2018	115
5.3 Performance, métricas sociais e comportamentos de consumo nas páginas de Lula e Bolsonaro	117
5.4 Estratégias midiáticas, procedimentos anamnese e polarização política: apontamentos finais acerca das páginas de Lula e Bolsonaro	122
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	124
REFERÊNCIAS.....	126

INTRODUÇÃO

O presente estudo pretende refletir sobre as ressonâncias das tecnologias digitais de comunicação na sociedade, em especial, examinar como as redes sociais, enquanto componentes significativos dessa vertente, promovem mudanças epistêmicas nas formas de organização do corpo social.

Tendo em vista as transformações geradas por uma das principais inovações tecnológicas e econômicas do século passado, a web, e o avanço das tecnologias digitais de comunicação, observamos um gradual entrelaçamento entre a vida coletiva diária e os meios digitais. Tal mediação produz implicações no corpo social, desde a tradução de suas atividades em dados susceptíveis ao monitoramento - encontros pessoais, atividades profissionais e mercadológicas, compartilhamento de interesses, lazer, etc. - a mudanças na própria organização de suas estruturas fundantes, como as comunidades, a opinião pública e a política.

Nesse âmbito, a união da apropriação dos usuários à materialidade das novas tecnologias digitais, caracterizada por seus algoritmos, confere às redes sociais propriedades singulares de afetação sobre a vida coletiva. Neste trabalho nos interessa, portanto, examinar tais propriedades tendo como foco à polarização política da sociedade civil, suas formas de discussão nas redes sociais e sua influência na configuração do cenário político brasileiro.

Segundo Ortellado (2017), passamos por um processo histórico de polarização que teve início em 2005 sob os escândalos de corrupção nos governos do Partido dos Trabalhadores, mas que foi catalisado pela eleição de Dilma Rousseff em 2014, e por todos os episódios dele decorrentes¹, marcando o despertar de um ciclo de combate antagônico entre o campo autodenominado antipetista e o campo que se identifica como esquerda. A partir desse evento observamos, então, um gradual acirramento da polarização e da disputa pelo poder e pela hegemonia da narrativa em torno da política nas plataformas de redes sociais.

A polarização, de acordo com o autor, é caracterizada por dois aspectos principais: o antagonismo e o alinhamento de ideias. O antagonismo é a característica mais comum à polarização, se referindo à forte oposição de ideias, à incompatibilidade e rivalidade entre grupos sociais. Já o alinhamento de ideias nos remete ao próprio mecanismo de formação e manutenção deste agudo antagonismo. Conforme aponta Ortellado (2018), o alinhamento de ideias diz respeito ao espelhamento dos pontos de vista, isto é, cada polo se define não pela negação do outro, mas pela negação da imagem criada por si do outro. Desta forma, quando

¹ Entendemos como episódios decorrentes a campanha “a culpa não é minha, eu votei no Aécio”, a campanha pelo impeachment da presidente eleita e, finalmente, o impeachment de Dilma.

determinado campo político defende uma ideia ou toma um posição, o polo oposto, quase automaticamente, as nega e se coloca em posicionamento contrário, produzindo o que o autor chama de “pares de oposições perfiladas”.

Tal cenário, no entanto, não é inédito no Brasil, tendo ocorrido também nos anos 40 e 70, isto é, anteriormente à profusão das redes sociais de internet (RSIs). Sendo assim, conforme ressalta Ortellado (2017), mais do que midiático, o forte antagonismo fundante da polarização está nos cidadãos e na sociedade civil em si.

Em vista disso, faz-se necessário ultrapassar a leitura simples da realidade polarizada da política nacional, baseada em pressupostos e inferências superficiais para, então, transpormos as aparências e explorarmos a complexa conjuntura que faz realidade o fenômeno da polarização. Para isto, portanto, a atenção está focada não só na conjuntura política, de crise de imagem e valores, mas também no palco digital onde as discussões são travadas e o imaginário político é gradualmente trabalhado.

Dessa forma, somada à conjuntura política estão a materialidade própria das tecnologias digitais de comunicação, suas possibilidades de ação e principalmente suas propriedades formadas pela consonância de seus algoritmos e da apropriação por seus usuários.

Destarte, apesar de não constituir elemento imprescindível para a polarização, as RSIs trazem singulares aspectos e implicações a ela que vão desde novas formas de engajamento, manutenção e corroboração aos polos, até modificações no próprio fazer jornalístico dos meios digitais e na organização da esfera pública midiaticizada, culminando, por fim, em mudanças epistêmicas na formação da opinião pública e do cenário político brasileiro.

Nosso objetivo, portanto, é precisamente investigar e identificar na materialidade das redes sociais os elementos que trazem particulares implicações para a polarização política e identitária da sociedade civil, de forma a refletir sobre as tecnologias digitais de comunicação e suas afetações na sociedade e em suas formas de organização. Para tal, pretendemos somar as potencialidades dos meios digitais aos métodos de análise contextuais e qualitativos da comunicação, experimentando metodologias híbridas no campo de humanidades digitais, o que também é um dos objetivos centrais do presente estudo.

Além disso, pretendemos 1) refletir sobre a influência das redes sociais na configuração do cenário político brasileiro e 2) pensar a formação de comunidades online por intermédio do ciclo de engajamento e interações em redes sociais.

Para atender ao objetivos propostos, portanto, empreendemos um estudo de natureza qualitativa-quantitativa, onde utilizamos métodos de data mining e visualização de dados nas

RSIs e, a partir disso, interpolamos o corpus coletado com os métodos de análise de conteúdo e estudo de caso.

O foco de nossa investigação está concentrado na observação dos movimentos e anamneses das redes e atravessamentos formados em torno de duas figuras centrais na política brasileira - Jair Bolsonaro e Lula. Cada qual corolária a um campo da polarização, Bolsonaro e Lula figuram como estandartes de seus respectivos polos e são responsáveis direta e indiretamente por vários dos movimentos das dimensões afetiva, política e identitária do antagonismo que incide sobre a sociedade civil.

Sendo assim, investigaremos o protagonismo destas figuras no *Facebook*, analisando como suas representações ideológicas empregadas por meio da linguagem refletem sobre os pólos antagônicos da sociedade civil brasileira, buscando identificar como a apropriação e a materialidade das RSIs como um todo contribuem e trazem novas implicação ao fenômeno da polarização.

Desta forma, analisaremos paralelamente às representações de Bolsonaro e Lula, identificando os elementos-chave e a estrutura de seu conteúdo assim como seu impacto na formação da comunidade em torno de suas figuras nas redes sociais, identificando destas suas principais formas de expressão.

Para dar sustentação a tal estudo, contamos com um arcabouço teórico formado por três capítulos. No primeiro deles tratamos da materialidade própria do *Facebook*, em especial de seu *NewsFeed* e sua Interface de Programação de Aplicativos (API). Neste capítulo tergiversamos ainda sobre o agenciamento das atividades sociais online pela plataforma, além de fazer análises algorítmicas e socioafetivas de suas principais formas de consumo e comportamento.

O segundo capítulo traz em suas linhas uma discussão sobre como as comunidades e perspectivas se formam a partir de pulsões afetivas de atração e repulsão em decorrência da experiência diária de acontecimentos da vida cotidiana, suas crises, rituais e reafirmações. A partir disso, discutimos como a figura do tempo é chave para apreender as associações e dissociações dessas perspectivas em rede. Com base nesse panorama, então, discutimos como as redes sociais, enquanto importante palco desses procedimentos de anamnese, podem atuar no constante rearranjo de perspectivas em torno de tópicos da vida diária.

Já no terceiro capítulo refletimos sobre as tecnologias digitais da comunicação, a mediação da vida coletiva diária por suas estruturas e a formação de uma conjuntura tecnológica que fomenta transformações epistêmicas nos movimentos e na organização da sociedade. Para empreender tal reflexão partimos dos pressupostos do campo das Humanidades Digitais e nos

propomos a discutir a relevância do entendimento da materialidade das tecnologias digitais e da elaboração de novas metodologias para, através dos novos fluxos de informação e conhecimento, caminharmos no sentido da compreensão dos objetos socioculturais contemporâneos mediados pelos meios digitais.

No âmbito das contribuições ao campo, a presente pesquisa se justifica ao investigar a ressonância das atuações de Bolsonaro e Lula nas redes sociais enquanto fenômeno, apurando as circunstâncias que as propiciam, articulações que as possibilitam e a conjuntura que formam, para, ao final, desvelarmos o fascínio que envolve ambas as figuras e refletirmos sobre a força motriz que impulsiona a polarização.

É também pertinente em nosso estudo a reflexão em torno das relações desenroladas nas redes sociais e no modo como a associação de pontos de vista dá forma às comunidades online em torno de influenciadores, no nosso caso, agentes da política brasileira.

Além disso, no presente trabalho há um esforço metodológico em desenvolver um método de análise filiado ao campo das humanidades digitais que supere, no âmbito das pesquisas acadêmicas, o uso simples de aplicações computacionais para fins exclusivamente quantitativos e a compreensão da tecnologia somente como ferramenta servil.

Seguindo as proposições de Berry (2012) pretendemos olhar para o componente digital das humanidades digitais à luz dos meios e suas especificidades, de forma a refletir como a materialidade dos meios digitais produzem afetações epistêmicas na sociedade.

Sendo assim, ainda no tocante à metodologia, propomos neste trabalho uma hibridização de procedimentos para aliar as potencialidades dos meios digitais, utilizando da análise de redes sociais e da coleta e gerenciamento de grandes quantidades de dados, aos métodos de análise contextuais e qualitativos clássicos do campo da comunicação, como a análise de conteúdo e o estudo de caso.

Por fim, uma das maiores contribuições da pesquisa está na reflexão sobre como as novas tecnologias digitais, somadas ao uso para elas dado, estão esculpindo novas formas de existir e relacionar-se no mundo contemporâneo.

O presente trabalho é de caráter experimental e procura contribuir com a elaboração de novas metodologias que possam levar à compreensão dos fenômenos coletivos enquanto entidades entrelaçadas às tecnologias de comunicação digitais.

Por fim, a pesquisa contribui com campo da Comunicação ao refletir sobre como suas tecnologias estão moldando nossa forma de existir e interagir com o mundo ao nosso redor e também ao refletir sobre o protagonismo social de Jair Bolsonaro e Lula nas redes sociais, fenômenos comunicacionais compostos por um emaranhado formado por estratégias de

linguagem, propriedades singulares de interação e repercussão e apoiado por uma conjuntura política singular de nossa época.

1 A MATERIALIDADE DO NEWS FEED DO FACEBOOK: IMPLICAÇÕES ALGORÍTMICAS E REPERCUSSÕES SOCIOAFETIVAS

A materialidade segundo Hafermalz e Riemer (2015) tem sido um tópico de muita discussão no campo de Sistemas de Informação (SI) e passa por um processo de renascença sob o prisma das Ciências Sociais. Segundo os autores, no que concerne ao campo de SI, o conceito de materialidade é consensualmente relativo à existência corpórea de objetos, à sua “física” e na definição estrita de sua técnica.

No entanto, Hafermalz e Riemer (2015) comentam que essa definição não é suficiente quando consideramos entidades típicas de interesse dos pesquisadores de SI e, mais recentemente, de Ciências Sociais, tais como o estudo de software e de fenômenos emergentes da sociedade em rede, como em redes sociais on-line, por exemplo.

Sob esse ponto de vista, os autores argumentam que a materialidade, enquanto visão restrita à esfera física e técnica dos objetos, nos leva a uma série de distinções e contradições que não são úteis ao estudo de fenômenos emergentes de uma sociedade cada vez mais mediada pela tecnologia (HAFERMALZ; RIEMER, 2015). Os autores sugerem então que separações entre o “real” e o “virtual” cedam lugar a estudos onde ambas as instâncias são tomadas enquanto em constante contato, confluência e relação, fazendo referência ao que chama de sociomaterialidade.

Na mesma linha, Holmes (2016) tece críticas ao estudo exclusivo do código para compreensão de fenômenos sociais emergentes da relação entre o homem e as infraestruturas digitais, críticas estas que são especialmente direcionadas ao campo de estudos de software.

Segundo o autor, o surgimento do campo de estudos de software se deu como contrapartida às discussões sobre desenvolvimento tecnológico que não compreendem as condições de produção tecnológica (teoria vapor) e aos estudos de mídia e eventos digitais que focam unicamente na tela e não compreendem todo o mecanismo técnico subjacente (essencialismo da tela) (HOLMES, 2016).

Holmes (2016) argumenta, portanto, que o campo de estudos de software surgiu para fazer contraponto a esse “imaterialismo” dialético existente no estudo da tecnologia, especialmente pelo campo de Ciências Sociais, trazendo seu foco para as condições de produção tecnológica e para os mecanismos técnicos subjacentes aos eventos digitais, isto é, para a dimensão físico-técnica dos objetos. No entanto, o teórico demonstra que faz pouco sentido mudar o foco dos estudos de mídia computacional da tela para o código, se os pesquisadores

mantiverem uma visão improdutiva ou ontologicamente empobrecida da realidade, da percepção, da agência e, por fim, da materialidade.

Há então uma crítica ao campo dos estudos de software por entender as pesquisas de forma binária: literal (código) ou metafórica (tela). Tal visão binária indica o código enquanto definidor cabal de sua materialidade, igualando materialidade à fisicalidade/técnica do software.

Entretanto, Holmes (2016) salienta que tomar o código enquanto definidor único da materialidade do software nos leva a um caminho de pesquisa empobrecido, dado que a programação não é um processo linear, sem desvios e objetivo. O programador, indica o autor, ao escrever o código não o faz ciente de todas as possibilidades que surgirão dele e nem está completamente consciente do processo de criação e do uso futuro do software que constrói. A codificação, então, não é um ato totalmente intencional e redutível à completa manipulação humana, pois a participação do código em um conjunto social e material retém uma dinâmica que excede as intenções dos programadores (HOLMES, 2016).

Dada essa característica própria do software de exceder intenções quando imersa no contexto sócio-técnico, espacial e temporal de seu uso, Hafermalz et al. (2015) comentam que à medida que nos movemos em direção a uma sociedade cada vez mais conectada, a necessidade por compreender os fenômenos emergentes dessa conjuntura gradativamente aumenta, desafiando nossa compreensão do mundo.

A esse respeito Cramer (2008), ao comentar sobre as dimensões sintática e pragmática da formal linguagem do código, compactua que o software não é definido somente por seu código, mas sim figura como uma forma simbólica de práticas culturais em suas maneiras de aplicação e apropriação. No entanto, a autora argumenta que programar em uma linguagem de controle computacional é o que fisicamente compõe o software, não sendo possível pensar criticamente sobre suas afetações sem se atentar para o formalismo estrutural de suas linguagens de controle.

Entender tais afetações requer então, conforme convergem Cramer (2008), Holmes (2016) e Hafermalz e Riemer (2015), que pensemos na materialidade como uma qualidade relacional, uma realização prática de como a tecnologia e as pessoas através da tecnologia significam, tomando o software enquanto instância em relação com o mundo e seus agentes, de forma que sua análise seja uma ocasião para teorizar sobre a relação entre homem, tecnologia e mundo e sobre a realidade enquanto composição formada pelas afetações de diversos agentes humanos e não humanos (LATOURET, 2012).

Portanto, no presente capítulo discutiremos as diferentes dimensões do código do *feed* de notícias do *Facebook* – sintática e semântica, técnica e afetiva, teórica e pragmática – adotando as noções de materialidade e agenciamento para empreendermos um estudo bibliográfico que reflete sobre como as redes sociais, expoentes do atual patamar de mediação tecnológica da sociedade, produzem mudanças epistêmicas na sociedade e nas formas de organização de suas estruturas fundantes, como as comunidades, a opinião pública e principalmente a política.

1.1 Quantificação e agenciamentos de atividades sociais *online*

De acordo com Grosser (2014), um dos componentes mais significativos do *Facebook* está na quantificação de curtidas, comentários e compartilhamentos em sua interface. Esses indicadores de interação representam a quantificação, orientada por software, de toda nossa atividade social *online*, isto é, a decodificação da atividade social em métricas.

No contexto do *Facebook*, Grosser (2014, *online* – tradução nossa) define métricas como “enumerações de categorias ou grupos de dados que são facilmente obtidos através de operações de banco de dados típicas, e que representam uma medida desses dados.

Tal processo de metrificação da atividade social *online* acontece em grande escala. Por dia, segundo estudo da *We Are Social Media* (SIMOS, 2015), estima-se que aproximadamente 6 bilhões de curtidas sejam feitas pelos usuários do *Facebook* atualmente.

Segundo Grosser (2014), essas métricas não só apresentam a quantificação da atividade social *online*, mas prescrevem a própria socialidade na rede social a partir da transformação da necessidade humana de valor pessoal em o que o autor chama de um insaciável desejo por mais, traço fundamental do capitalismo.

O autor traça, então, uma analogia entre o desejo capitalista de constante crescimento e acúmulo - de dinheiro, produtos, lucro - e o desejo de constante incremento nas métricas que representam nossas atividades sociais - mais amigos, mais *likes*, mais compartilhamentos. Tal analogia é justificada pela relação entre as necessidades humanas desenvolvidas evolutivamente e a penetração do capitalismo na sociedade ocidental (GROSSER, 2014).

O valor pessoal, conforme salienta Grosser (2014), é uma necessidade humana essencial que foi adaptada e desenvolvida através da evolução. Essa necessidade está ligada à estima, ao auto-respeito e autoconfiança. O valor pessoal funciona, então, como um motivador comum ao ser humano, de forma a atuar na satisfação de nossa necessidade por relacionamento, conexão e valorização pelos outros.

O capitalismo interfere nesse processo de valoração pessoal ao aplicar seu sistema de equivalência, onde os objetos culturais, independente de sua criticidade, são ligados a um valor monetário. Dessa forma, nossas interações passam a atuar na chave da troca, pontua o autor.

Dado que nossa necessidade de valor pessoal é altamente dependente de nossas interações sociais, isto é, do relacionamento e estima fruto da relação com outros, o desejo por mais, de qual fala o autor, se refere a um estado onde quanto mais se troca (interações), maior nosso capital simbólico e, por conseguinte, maior nosso valor pessoal ou nossa sensação de incremento de valor pessoal.

Por esse prisma, Grosser (2014) contribui para a compreensão de como as relações no *Facebook* se dão, em como tal rede social se consolida como um novo espaço de visibilidade e valoração social e nos oferece pistas de como sua materialidade, formada pela fisicalidade do software em relação com o contexto social, espacial e temporal, perpetram mudanças na forma como nos relacionamos com o mundo, criando padrões de agência e orientando determinados tipos de uso em detrimentos a outros.

1.2 Agenciamentos algorítmicos e afetivos das ações de curtir, comentar e compartilhar no *Facebook*

Para adentrarmos as discussões sobre as mudanças epistêmicas e os padrões de agência estimulados pela materialidade do *Facebook*, antes esmiuçaremos as possibilidades de ação do usuário nesta rede social.

Por padrão, os usuários se comunicam no *Facebook* via três comportamentos que são: curtir, comentar e compartilhar. Para cada uma dessas ações há componentes socioafetivos intrínsecos e componentes maquínico-algorítmicos. Os componentes sociais dizem respeito às implicações de ordem afetiva decorrentes daquela ação. Já os componentes algorítmicos estão relacionados à repercussão maquínica que determinadas ações gerarão no software.

No âmbito da fisicalidade do software, Kim e Yang (2017) comentam que o algoritmo do *feed* de notícias do *Facebook* atribui um peso diferente a cada comportamento para determinar o que será apresentado na tela dos usuários. Nos interessa, neste ponto, analisar de que forma a opção, estratégica ou não, por determinado tipo de comportamento implica em diferenças nas repercussões na dimensão afetiva das relações e nas formas de difusão, consumo e interação do conteúdo.

1.2.1 Análise algorítmica do *News Feed* do *Facebook*

Para isso analisaremos o algoritmo do *News Feed* do *Facebook*. Tal abordagem de análise possui limitações, dado que não temos acesso ao algoritmo em si. Como comenta Napoli (2014 apud DEVITO, 2016), o algoritmo do *feed* de notícias do *Facebook* é altamente protegido e se trata de um sistema tão complexo que mesmo membros do *Facebook* e da equipe do *feed* de notícias podem não ter uma visão clara de como ele funciona individualmente. Sendo assim, do ponto de vista tradicional de pesquisa, o *News Feed* é inacessível. No entanto, pretendemos, pelo estudo dos vestígios de seu processo de evolução e pela abordagem baseada em valores desenvolvida por DeVito (2017), analisar e obter *insights* sobre como a rede social estipula critérios para fazer a curadoria daquilo que é exibido, de forma personalizada, no *feed* de cada usuário do *Facebook*.

Conforme argumenta DeVito (2017), a questão sobre o que impulsiona o *feed* de notícias do *Facebook* não é nova para acadêmicos e profissionais de marketing. No entanto, o autor comenta que pesquisas envolvendo o *Facebook*, em geral, apresentam um caráter disperso e fragmentado e com foco em como as pessoas se comportam e usam o *Facebook* e não como o próprio *Facebook* se comporta enquanto objeto.

Sendo assim, de acordo com o autor, o entendimento dos mecanismos de decisão do *News Feed* por parte do mundo acadêmico ainda é fraco, o que se reflete na oferta de trabalhos que se debruçam sobre essa perspectiva. Dada essa limitação, a análise algorítmica que faremos será baseada, em grande parte, em comunicados proprietários do *Facebook* e em análises, entrevistas e notícias de portais especializados e, em menor parte, em pesquisas que tangenciam a mirada que desejamos alcançar (DEVITO, 2016).

Dando início à análise, o algoritmo responsável pelo *feed* de notícias do *Facebook* atua no estudo de relevância dos conteúdos veiculados na rede social a partir daquilo que é geralmente consumido por determinado perfil e suas conexões próximas. Dessa forma, todas as publicações, comentários, curtidas, atualizações de status, eventos entre outros tipos de publicação que são apresentadas em determinado *feed* de notícias já passaram pela curadoria do algoritmo antes de serem exibidas.

Tal mecanismo objetiva manter os usuários engajados na plataforma, ao apresentá-los conteúdo relevante e de acordo com suas preferências. O algoritmo do *feed* do *Facebook* é também central em controvérsias sobre como tal curadoria interfere na percepção de mundo de seus usuários, como a questão do filtro bolha (PARISER, 2012), por exemplo.

Analisando a evolução histórica do algoritmo, o *feed* de notícias do *Facebook* surgiu em setembro de 2006, conforme aponta matéria do *Huffington Post* (KANALLEY, 2013) com o intuito de levar aos usuários as histórias publicadas por suas conexões sem que fosse preciso visitar seus perfis. Nessa época as opções de visualização do *feed* eram ajustadas individualmente de acordo com o *feedback* dos usuários e exibidas de forma cronológica, conforme apontou o vice-presidente de Produto, Chris Cox, em evento de mídia do *feed* de notícias do *Facebook* em 2013 (MCGEE, 2013a).

Após o rápido crescimento da rede social, no ano de 2007 foi lançado o algoritmo *EdgeRank* que determinava, a partir das interações e preferências dos usuários, quais das várias histórias oriundas de suas conexões seriam qualificadas para aparecer em seu *feed* de notícias. O *EdgeRank* representa a sofisticação da curadoria do *Facebook* e também o início de uma série de algoritmos responsáveis pela seleção do que seria exibido no *feed* de notícias de cada usuário.

O *EdgeRank* fazia tal classificação a partir de três critérios, sendo eles: afinidade, peso e depreciação no tempo.

A afinidade diz respeito ao grau de relacionamento entre você e fonte do conteúdo (página, usuário). Dessa forma, quanto mais interações feitas pelo usuário a partir do conteúdo criado por essas fontes, maior a pontuação de afinidade desse perfil. O peso, por sua vez, diz respeito a quanto vale cada interação levada a cabo no *Facebook*, de maneira que compartilhamentos e comentários tinham maior peso do que as curtidas. Já a depreciação no tempo pondera o quão recente é a história. Assim sendo, uma postagem que foi publicada a mais de uma semana possui uma depreciação maior que uma postada há 2 dias, tendo menor chance de ser exibida.

Figura 1 - Algoritmo *EdgeRank* do *Facebook*



Fonte: Digital Result.

Dessa forma, como pontuou o gerente de produto do *Facebook* em 2012, Will Cathcart, como resultante do algoritmo *EdgeRank* (CONSTANTINE, 2012), quatro fatores eram analisados para conduzir o *feed* de notícias:

1. Histórico de interações do usuário com publicações de um mesmo autor. Se o usuário curtiu todos os posts de uma página que apareceram em sua *timeline*, o *EdgeRank* exibirá mais publicações daquele autor;
2. Reações de outras pessoas a uma publicação específica. Isto é, se os usuários que visualizaram determinado conteúdo o ignoraram ou enviaram reclamações sobre ele, suas chances de ser exibido diminuem;
3. Interações com posts do mesmo tipo do passado. Por exemplo, se o usuário interage muito com vídeos, as chances de conteúdos do mesmo tipo serem apresentados em seu *feed* é maior;
4. Reclamações de usuários sobre publicações ou páginas. Se uma postagem específica tiver recebido reclamações de outros usuários que a viram ou se a página que a postou recebeu muitas reclamações no passado, é menos provável que publicações desse tipo sejam exibidas.

De acordo com matéria veiculada pelo portal de notícias especializado *Marketing Land* (MCGEE, 2013a), onde foram entrevistados o vice-presidente de produtos e gerente de engenharia do *Facebook*, o *EdgeRank* foi descontinuado em meados de 2011. Nessa época, a rede social estava a um ano de alcançar a marca de 1 bilhão de usuários ativos (YAROW, 2012) e possuía cerca de 18 milhões de páginas buscando por visibilidade.

Com a imensa quantidade de conteúdo gerada por usuários e páginas, o *Facebook* apontou que, à época, um usuário comum possuía cerca de 1500 histórias diferentes que poderiam ser exibidas em seu *feed* para cada visita feita. Sendo assim, conforme aponta Lars Backstrom, gerente de engenharia do *ranking* de *feed* de notícias do *Facebook*, com o aumento exponencial do número de usuários e do volume de publicações, a curadoria de conteúdo do *feed* se tornou tarefa cada vez mais difícil.

A dificuldade oferecida pelo imenso volume de conteúdo e usuários levou a uma nova etapa do processo evolutivo do algoritmo do *feed* de notícias do *Facebook*, de forma que em meados de 2011 o termo *EdgeRank* deixou de ser usado pela rede social.

A nova etapa, conforme salientou Backstrom, consistiu em diversificar e ampliar os critérios utilizados previamente e na aplicação de *machine learning*, técnica de computacional de aprendizado de máquina, para a curadoria de conteúdo. Estima-se que após esse avanço

evolutivo tenham sido estipulados aproximadamente 100 mil critérios individuais para compor o modelo que forma o *feed* de notícias, entre eles tempo médio gasto em conteúdo, horário da publicação, engajamento geral, número de palavras da publicação, teor informativo, entre outros.

Os critérios originais do antigo algoritmo *EdgeRank*, no entanto, não deixaram de ser usados e ainda são fatores de peso na seleção do conteúdo, mas passaram a possuir diferentes facetas, como categorias e subcategorias de afinidade, por exemplo, além de dividir espaço com outros critérios agora igualmente importantes, conforme pontuou Backstrom.

A partir dessa etapa histórica da evolução do algoritmo do *feed* do *Facebook* esbarramos em duas limitações levantadas também por DeVito (2016, p. 06), sendo elas “a impermanência das tecnologias da internet e a natureza das caixas-pretas dos algoritmos mais influentes”.

A respeito do primeiro ponto, o autor comenta sobre o contínuo processo de iteração pelos quais os algoritmos passam, dado que nenhum algoritmo é estrutura definitiva, acabada e imutável, mas sim passam por constante retrabalho e redefinição por intermédio da agência do mercado, das instituições e dos usuários. Sendo assim, o processo de mudança do algoritmo do *Facebook* supera o passo de sua documentação ou abordagem por pesquisas do campo, de forma que acompanhar suas rápidas mudanças e redefinições se torna tarefa árdua, senão impossível (DEVITO, 2016).

Já o segundo ponto, já comentado por nós no início desta seção, diz respeito à natureza obscura desse grande algoritmo, cujo funcionamento interno é propositalmente velado da visão pública seja por fins mercadológicos ou de segurança. Como resultado, DeVito (2016) comenta sobre o quão raro é a obtenção de informações objetivas sobre os principais processos baseados em valores, como a definição de variáveis, por exemplo.

A partir dessa etapa da evolução do algoritmo do *News Feed* do *Facebook*, observamos, então, um movimento de rápidos, contínuos e graduais ajustes nos parâmetros de curadoria do *feed* de notícias, como, por exemplo a adição dos critérios *Story Bumping* e *Last Actor* (MCGEE, 2013b) e ajustes nas configurações de exibição do *feed*, como o último feito em 2018, quando Mark Zuckerberg anunciou (SCHÄFERHOFF, 2018) que a plataforma iria priorizar o conteúdo que chama de “conversas significativas” em detrimento de *posts* públicos de empresas, marcas e meios de comunicação.

Sendo assim, chegamos a uma complexa, obscura e metamórfica caixa preta de centenas de milhares de diferentes parâmetros que nos oferece o conteúdo que acessamos em base diária na rede social.

O que o estudo do processo de evolução do algoritmo do *News Feed* do *Facebook* traz de útil ao entendimento de tal caixa preta é a distinção de um observável padrão de valoração de conteúdo, sendo este constituído por 1) a relação de usuários com conteúdo e 2) a relação entre usuários, ambas possíveis por intermédio das interações disponibilizadas no *software*.

A assertiva também é suportada pela abordagem alternativa elaborada por DeVito (2016), por meio da qual, usando de uma análise das patentes do *Facebook*, comunicados de imprensa e arquivamentos da Comissão de Títulos e Câmbio dos Estados Unidos, foram identificados um conjunto principal de nove valores algorítmicos que orientam a seleção de histórias no *feed* de notícias do *Facebook*. Em ordem de grandeza, os valores são: 1) relacionamentos com amigos, 2) interesses explícitos dos usuários, 3) envolvimento prévio do usuário, 4) preferências de usuário implicitamente expressas, 5) idade da postagem, 6) prioridades da plataforma, 7) relacionamentos com a página, 8) preferências expressas negativamente e 9) qualidade do conteúdo.

Os elementos 1, 2, 3, 4 e 7 estão diretamente relacionados e são imputados no *software* por meio das reações, comentários e compartilhamentos, o que corrobora a perspectiva do protagonismo das interações como agente fundamental de valoração e curadoria de conteúdo pelo *news feed* do *Facebook*.

Seguindo os aconselhamentos de Grosser (2014) acerca da penetração do capitalismo em diferentes esferas e tendo em vista que redes sociais também são negócios e seus produtos servem, em última análise, a interesses comerciais, outra característica que podemos elencar para essa caixa preta da qual falamos e que contribui para o entendimento de seus mecanismos seria “regida por interesses”. No caso do modelo de negócio do *Facebook* especificamente, há a necessidade por dados micro-segmentados para venda a anunciantes, logo, como comenta DeVito (2006), enquanto produto o *feed* de notícias precisa avaliar a entrada contínua do usuário e a interação direta entre eles a fim de identificar preferências de produto preexistentes, o que também é feito por intermédio das entradas de dados oriundas das interações.

Sendo assim, a partir dos indícios oriundos de seu processo de evolução, da abordagem baseada em valores algorítmicos desenvolvida por DeVito (2016) e concebendo a penetração do capitalismo na própria materialidade do *Facebook*, conforme postula Grosser (2014), podemos então identificar que o input de dados para valoração via interações - reações, comentar e compartilhar - detêm protagonismo na definição e diversificação de critérios de classificação de publicações e se apresentam como pontos de entrada de dados centrais para a

alimentação de todo o mecanismo que rege as dinâmicas de difusão e visibilidade de publicações no *Facebook*.

1.2.2 Análise socioafetiva do News Feed do *Facebook*

No campo das dimensões afetivas, o primeiro e fundamental ponto a se destacar é que, conforme aponta Holmes (2016) ao argumentar sobre a revelação retórica do código, nunca conseguiremos exaurir completamente as possibilidades do software e nem nomear na totalidade suas reverberações. Sendo assim, não é nossa intenção ser definitivo quando do estabelecimento das ações e repercussões das interações do *Facebook* no âmbito afetivo, mas sim identificar as mais recorrentes entre os usuários no sentido de expressão e formação de perspectivas políticos-identitárias, corroborando o viés de análise que tem como foco as mudanças promovidas pelas infraestruturas digitais em estruturas fundantes da sociedade, como as comunidades, a opinião pública e principalmente a política.

Adiante, as ações de curtir, comentar e compartilhar no *Facebook* estão ligadas a três níveis de comportamento existentes nas redes sociais que são consumir, contribuir e criar. (MUNTINGA; MOORMAN; SMIT, 2011 apud KIM; YANG, 2017).

Consumir, segundo os autores, é o nível mais baixo de engajamento, envolvendo comportamentos que focam no consumo passivo deste, como, por exemplo, ler, assistir e escutar. O nível intermediário de comportamento seria contribuir. Contribuir compreende as ações que visam participar ativamente das discussões sobre o conteúdo já criado, envolvendo, portanto, tecer comentários sobre o tema exposto. Já o terceiro e mais alto nível de engajamento é o comportamento de criar. Criar, conforme expõem os autores, envolve produzir e publicar conteúdo (KIM; YANG, 2017).

Cada nível de comportamento, portanto, como pontuam os autores, requer de seus usuários um esforço cognitivo diferente, de modo que indivíduos se esforçam mais cognitivamente criando que consumindo conteúdo.

Da mesma forma, para cada tipo de comportamento haverá uma resposta tanto na dimensão afetiva quanto na dimensão algorítmica, de maneira que uma curtida significará afetivamente diferente de um compartilhamento e um compartilhamento terá uma implicação algorítmica diferente de um comentário e vice-versa.

Iniciando pela ação mais básica do *Facebook*, curtir, como aponta Grosser (2014), é a expressão central de agência, uma espécie de recurso assinatura dessa rede social e também constitui um dos mais visíveis símbolos do *Facebook*. A ação de curtir é possível em

praticamente todos os tipos de acontecimentos existentes na rede social. Podemos curtir uma publicação, um status, um anúncio, um evento, uma página, a avaliação de uma página feita por outros e até mesmo podemos curtir a “curtida” que outra pessoa deu em uma página. Dada sua amplitude de uso e a necessidade de pouco esforço cognitivo, a ação de curtir acontece em praticamente todos os lugares do *Facebook*, em todos os posts, todas as fotos e todas as colunas.

O curtir, segundo Recuero (2014a), é a forma de participação na conversa que requer investimento mínimo do usuário, fazendo relação ao comportamento de consumo nas redes sociais. Ao curtir um enunciado, segundo a autora, o usuário sinaliza que a mensagem foi recebida e se inserem no contexto enunciado pela publicação de forma que sua ação é veiculada na linha do tempo de suas conexões e seu nome fica registrado junto à postagem como sujeito que esteve em contato com o conteúdo criado.

No âmbito dos sentidos, um “curtir” adquire variados significados. Recuero (2014a) argumenta que inicialmente a curtida é uma forma menos comprometida de se expressar nas redes sociais pois, dado que está ligada ao comportamento de consumo e não de contribuição ou criação, não há elaboração de um enunciado que precisará a posição do autor em relação ao conteúdo e seu contexto. Em segundo lugar, a curtida também pode ser vista como uma forma de apoio e confirmação de visibilidade, confirmando sua presença junto à rede composta pelo autor da curtida, o autor da publicação e outros agentes humanos.

Curtidas, de acordo com Grosser (2014), também demonstram nosso gosto, costumes e cultura às conexões que possuímos, enquanto curtidas que recebemos em conteúdo por nós criado sugerem compartilhamento de gostos com nossas conexões e, principalmente, que nossas expressões são dignas de reconhecimento, um dos mecanismos que estão por trás do desejo sempre crescente por mais de qual fala o autor.

No âmbito afetivo, com o lançamento das *Reactions* no ano de 2016, além de curtir, o usuário do *Facebook* passou a dispor de outros cinco tipos de reação, o que diversificou ainda mais as possibilidades de expressão de consumo na rede social dificultando, assim, a identificação de todas as repercussões que determinada reação pode abarcar. Isso pois uma mesma reação pode designar diferentes repercussões na dimensão afetiva e, em determinados casos, sinalizar posicionamentos totalmente contrários, como a reação “Grr”, relativa à raiva, que pode sinalizar não concordância com o conteúdo, concordância com conteúdo, mas insatisfação com o contexto relatado por ele, insatisfação ou discordância com atores presentes no conteúdo, insatisfação e discordância com o autor do conteúdo, entre outros.

Sendo assim, de acordo com as reflexões de Bertolini e Bravo (2004 apud RECUERO, 2014a), a curtida seria uma forma de capital social de primeiro nível focada na difusão de conteúdo e difusão de apoio estabelecida do agente humano para a rede formada por ele.

Já os comentários, práticas ligadas ao comportamento de contribuição, são atividades evidentemente conversacionais e que visam não só a participação, mas a contribuição efetiva, como aponta Recuero (2014a), e que requerem também maior esforço cognitivo e exposição dos usuários.

Um comentário, assim como uma publicação, expressará um conteúdo e poderá ser também curtido e comentado por outros usuários, criando uma nova conversação sob o prisma da contribuição.

A ação de comentar ocorre quando o usuário é engajado pela publicação de tal maneira que o primeiro nível de interação, a curtida, não basta para suprir sua necessidade por participação. Sendo assim, os comentários suprem a necessidade de participação ativa daqueles que foram engajados por determinado conteúdo e possuem algo a dizer. Dessa forma, os comentários podem objetivar repercussões afetivas iguais às das curtidas, como demonstrar apoio ou discordância, por exemplo, mas trazem em sua dinâmica uma interação de maior grau de envolvimento.

Comentar pressupõe também maior visibilidade, como aponta Calero (2013 apud KIM; YANG, 2017). Segundo o autor, comentários possuem, em média, 7 vezes mais peso que curtidas nos critérios do *feed* de notícias do *Facebook*, o que concede à ação de comentar não só mais visibilidade, mas exposição e propensão a gerar reações diversas. Sendo assim, corroborando Recuero (2014a), ao decidir por comentar em uma publicação o usuário pondera, mesmo que de forma não percebida, se seu desejo por um engajamento de maior grau vale sua exposição em frente à rede de conexões.

Em vista disso, precisamente pela visibilidade, exposição e propensão a repercussões diversas, comentários figuram como uma das formas de interação preferidas daqueles usuários que estão imersos na conjuntura de anseio constante por mais interações exposta por Grosser (2014).

Já os compartilhamentos, por sua vez, possuem diferentes dinâmicas e repercussões afetivas. Também ligado ao comportamento de contribuição, Recuero (2014a) aponta que o ato de compartilhar visa dar visibilidade para a conversação ou mensagem, ampliando seu alcance, de forma que o usuário que compartilha, como pontua a autora, geralmente objetiva mostrar as suas conexões, o que para ele é interessante, ou algo que ele julga ser de interesse de suas

conexões ou ainda algum conteúdo que pode não ser do interesse de todos, mas que deveria ser visto por seu apelo de interesse público.

Compartilhar, portanto, é outra forma de “tomar parte na difusão da conversação, na medida em que permite que os usuários construam algo que pode ser passível de discussão, uma vez que é de seu interesse, para sua rede social” (RECUERO, 2014a, p. 120).

Conforme pontua Ortellado (2018), um dos mais importantes atos contemporâneos de difusão da notícia é o ato de compartilhar. O compartilhamento não está restrito às tradicionais redes sociais *online* como *Facebook*, *Twitter*, *Instagram* e *Youtube*, mas, em um movimento de transcendência, já detém centralidade nos estudos de difusão de notícia é compreendido, por exemplo, como elemento de vital importância nas investigações sobre o efeito e difusão das *fake news* (NEWMAN et al., 2017).

Apesar dos comentários, curtidas e reações também atuarem enquanto mecanismos de difusão, ao pensarmos na dimensão afetiva somada à fisicalidade do software podemos identificar diferenças entre o compartilhar e as demais interações. As ações de comentar e reagir sempre são feitas diretamente em publicações, isto é, estas interações estão amarradas às postagens feitas por páginas/perfis, de forma que as reações são reunidas na publicação e o comentário é anexado à área de comentários da publicação com que se interagiu.

Já o compartilhamento traz uma dinâmica diferente. A publicação compartilhada é apresentada na linha do tempo do perfil que o compartilhou, de forma que o conteúdo chega a um público que não teria sido alcançado por outras vias. Sendo assim, o ato de compartilhar é altamente viral e compreende o alcance de novos públicos e a criação de novas instâncias de debate que serão disseminadas pela rede.

No ponto de vista afetivo, assim como o comentário, o compartilhamento também pode estar ligado a movimentos de apoio ou crítica, sendo o primeiro destes o mais comum, como aponta Recuero (2014b). Em maior medida, quem compartilha o faz no sentido de apoiar determinado manifesto ideia e ao fazê-lo, busca auto legitimar seu posicionamento.

A esse respeito, Ortellado (2018) argumenta que em uma sociedade altamente polarizada - como a sociedade civil brasileira, americana, francesa, entre outras - o ato de compartilhar também é um ato de guerra. O compartilhamento em tempos de guerra de informação, então, para o autor, cumpre duas funções, sendo a primeira a de referendar o pertencimento do usuário a determinado campo político e a segunda para atacar o campo político adversário com base no conteúdo explicitado. Nesse contexto, portanto, a conjuntura de polarização e conflito entre campos políticos amplifica o uso do compartilhamento por conta de suas dinâmicas de difusão e especialmente por sua representação na dimensão afetiva.

Sendo assim, nas interações encontramos expressões de nossos movimentos sociais *online* enquanto na busca comunicacional pela tradução das diferenças, como pontua Sodré (2014). Podemos identificar também indicadores de nossas conexões e dos caminhos que formamos enquanto atores em uma rede na busca pela construção e afirmação de nossa identidade, um dos movimentos principais de consumo de mídia.

2 HUMANIDADES DIGITAIS E TECNOLOGIAS DIGITAIS DA COMUNICAÇÃO: MATERIALIDADE E AFETAÇÕES

2.1 Humanidades e mediações digitais

O modo como fazemos pesquisa está sendo alterado gradativamente pelas tecnologias digitais. Berry (2012) comenta que ao serem mediadas por essas tecnologias, as ontologias e epistemologias de planos de pesquisa são modificadas de modo que se torna cada vez mais raro encontrar trabalhos acadêmicos que não utilizaram, em alguma medida, tecnologias digitais, seja buscando por bibliotecas e coleções *online*, uso mínimo das tecnologias digitais, ou abraçando o uso de técnicas e ferramentas digitais, cenário este que fundou a formação da recente campo chamado Humanidades Digitais (HD).

As Humanidades tradicionais, segundo Moretti (2007 apud BERRY, 2012), focam em uma fração do campo literário que se dispõe a estudar - uma novela, uma série de peças teatrais, uma música, um álbum composto por várias músicas, etc. Conforme argumenta Manovich (2017, p. 55), enquanto uma amostra reduzida nos permite identificar o “típico” e o “mais popular”, uma amostra maior e substancial nos revela as especificidades de tal atividade, ou seja, “tipos particulares de características semânticas e/ou estéticas compartilhada em números moderados”.

Para isso, as humanidades digitais, segundo Berry (2012), trabalham com a chave do sistema coletivo formado pela vastidão do campo literário - 20 mil novelas, todas as músicas de um artista, toda a obra de um escritor. Ao fazer isso, o campo literário é visto não como pequenos pontos individuais de conhecimento espalhados entre os objetos, mas como um sistema coletivo, um todo que desvela uma série de características singulares.

As humanidades digitais se debruçam, portanto, sobre a plasticidade das formas digitais e em como elas apontam para um novo caminho de trabalhar a representação e mediação do campo sociocultural. Conforme rotula Berry (2012, p. 02), há uma “dobradura digital” da memória e dos arquivos pela qual se pode aproximar e mediar a cultura de maneiras diferentes.

No entanto, para que essa mediação digital de objetos culturais seja possível é preciso que os objetos e seus movimentos sejam traduzidos em códigos para então serem apreendidos pelas ferramentas digitais, ou seja, sem a possibilidade de codificação discreta não há objeto sociocultural para ser processado e representado pelas ferramentas digitais, o que inviabiliza a coleta de dados, leitura e apreensão das atividades e movimentos das relações sociais.

Conforme argumentam Venturini, Munk e Jacomy (2018), com o avanço das tecnologias de comunicação, as relações sociais e seus objetos gozam de uma mediação digital cada vez mais intrincada o que, através do processo de codificação discreta, tornam as relações e seus objetos materiais e palpáveis e, por consequência, mais susceptíveis ao monitoramento e leitura.

Contudo, no âmbito da coleta de dados, os autores argumentam não se trata da codificação e coleta simples de qualquer tipo de dado sociocultural, pois a potencialidade tradução destes em conhecimento não está relacionada ao volume do corpus, mas sim à natureza relacional deste.

As infraestruturas digitais seguem protocolos baseados na relação, o que contribui para a formação de um banco de dados estritamente relacional. As infraestruturas digitais e seus protocolos – *Transmission Control Protocol (TCP) / Internet Protocol (IP)*, *Hypertext Transfer Protocol (HTTP)* –, portanto, contribuíram para a organização das relações em formas de redes representadas pelos computadores, transformando o fluxo social diário em uma rede que pode ser armazenada enquanto uma representação desses movimentos e, posteriormente, manejada e rearranjada pelos algoritmos de forma a produzir novos conhecimentos e métodos de apreensão das relações sociais.

Temos, portanto, cada vez mais aspectos da vida diária mediados pelas infraestruturas digitais e organizados em redes - nossas opções de viagem e estadia são mediadas por infraestruturas como Trivago e *Airbnb*, nosso gosto musical mediado por *softwares* como *Spotify* e *Deezer*, nossas preferências de leitura mediadas pelo *Kindle*, nossas conexões e posicionamentos mediados por redes sociais, entre tantas outras facetas de nossa vida cotidiana.

Em vista disso, conforme afirmam Venturini, Munk e Jacomy (2018), quanto mais mediada por infraestruturas digitais, mais a vida coletiva pode ser lida enquanto uma rede intrincada de relações e mais a sociedade em si tende em se organizar em forma de rede, como, por exemplo, rede de amigos (*Facebook, Twitter, Instagram*), rede profissional (*LinkedIn, LoveMondays*), rede de interesses (*Pinterest, Grupos em redes sociais*), rede comercial (*OLX, Mercado Livre*), entre outras.

É precisamente na confluência, imbricação e confusão de uma rede, no nosso caso formada por objetos culturais e relações sociais, que está o poder de tradução dos dados da mediação digital em conhecimento. Isso pois, conforme expõem os autores, os fenômenos coletivos são melhor descritos não por sua substância e definição, mas pelas relações que constituem e pelas inscrições e rastros deixados por ação no âmbito social coletivo (VENTURINI, MUNK; JACOMY, 2018).

Logo, com as informações provenientes dessas estruturas, o campo de HD é provido com um corpus de representações do fluxo diário da vida coletiva e seus objetos socioculturais e, a partir deles, pode então trabalhar na investigação e articulação dos indícios propiciados pelos dados para, ao final, caminhar no sentido da compreensão das forças que regem suas dinâmicas e movimentos.

2.2 Abordagem de artefatos culturais pela metodologia de Humanidades Digitais

Em vista dos avanços e da conjuntura discutida acima, a quantidade de informação produzida pela sociedade através das infraestruturas digitais está em acelerado crescimento e a imensa quantidade de dados criada impõe ao campo das HD desafios ao exacerbar a oferta de materiais com que trabalhar.

Com milhões de livros, imagens, *tweets*, *streams*, vídeos e outros tipos de material, é necessário habilidade para lidar com a abundância de informação e com isso o pensamento crítico e contextual e novas metodologia de análise dos dados se constituem cada vez mais importantes para as HD.

Para Berry (2012), é necessário que novos métodos e práticas de leitura crítica dos dados como código, visualização de dados, padrões, narrativa, entre outros, sejam usados para transformar dados e informação em formas computacionais úteis e utilizáveis para a formação de conhecimento e sentido.

Nessa perspectiva, Bradshaw (2014), ao falar sobre Big Data, corrobora o pensamento de Berry ao argumentar que é preciso estabelecer relações e reconhecer padrões de contexto para que, ao fim, consigamos transformar dados crus em informação útil.

Fazendo uso da pirâmide *Data-Information-Knowledge-Wisdom* (DIKW), de Russell Ackoff, Bradshaw (2014) faz alusão à necessidade de transformar dados cruz em conhecimento e em como tal progressão é feita a partir de um conjunto de dados.

Figura 2 - Pirâmide DIKM

Fonte: BRADSHAW (2014).

Sem nos aprofundarmos neste modelo teórico, a estrutura da pirâmide sintetiza como informação, conhecimento e sabedoria podem ser suscitadas ao identificar relações entre os dados ou entre os dados e outros tipos de informação. Para Bradshaw (2014), portanto, sem a habilidade de entender e comunicar dados, podemos acabar coletando dados errados, ignorando os dados corretos, não aplicando os dados (ou aplicando-os incorretamente), extraindo o significado errado ou manipulando os resultados para suportar nossos preconceitos e hipóteses. Dessa forma, a autora destaca a importância da *data literacy* e do domínio do uso de dados para diversos fins, do ensino ao mercado.

Voltando à Berry (2012) e adentrando o universo das redes sociais temos no que o autor chama de fluxo de dados em tempo real outro desafio para o campo das HD. Diferentemente dos conjuntos de dados tradicionais das humanidades - livros, músicas, peças teatrais, etc - nas redes sociais podemos acompanhar, em tempo real, como novos dados relacionais entre pessoas, marcas, governos, figuras públicas entre outros agentes são gerados.

Além disso, cada rede social possui uma materialidade e estrutura própria. No *Twitter*, por exemplo, podemos optar por filtrar por @autor para deixar de acompanhar o fluxo de *tweets* de vários autores e passarmos a acompanhar somente os *tweets* de determinado autor. Da mesma forma, podemos filtrar por *hashtags* ou termos para acompanharmos o fluxo de dados respectivos a determinado evento ou acontecimento, entre outras formas de filtragem (BERRY, 2012).

Conseqüentemente, a própria metodologia de análise dos dados deve levar em conta a materialidade das redes sociais para que o recorte delimitado e as ferramentas utilizadas sejam relevantes e coerentes com o movimento de compreensão e transformação dos dados em informação útil e conhecimento.

Novos métodos e abordagens, portanto, são necessários para monitorar e entender as novas formas de fluxo de conhecimento e informação em termos de padrões e narrativas. E, conforme alerta Berry (2012, p. 16) não se trata meramente de coletar “verdades e fatos em tempo real ou da mera acumulação de pedaços de informação”, mas sim de entender, criar e somar metodologias que possam ser aplicadas a essas formas de informação em tempo real, metodologias estas que serão cruciais para a compreensão dos objetos socioculturais mediados pelos meios digitais.

Domenico Fiormonte (2012), professor e pesquisador da área de Computação aplicada às Ciências Sociais, avalia, no entanto, que falta às pesquisas de HD uma visão mais crítica e diversa do ponto de vista cultural e uma infraestrutura intelectual mais aprimorada de abordagem de seus artefatos, questões que resumem, em grande parte, as principais críticas tecidas ao modelo teórico-metodológico utilizado pelas HD.

Segundo o pesquisador, essa fissura é um reflexo da hegemonia anglo americana na área. Fiormonte afirma que o campo de HD é dominado materialmente por uma elite anglo americana e intelectualmente por uma visão cultural monofacetada, ao passo que também falta às HD um modelo teórico que reflita criticamente sobre seus próprios instrumentos, principalmente pela ótica cultural.

Para superar tais limitações, Fiormonte (2012) sugere uma HD baseada no conceito de conhecimento como um bem comum e no cultivo das margens culturais dos métodos e objetos do campo. Seguindo a proposição de Vygotsky (1978 apud FIORMONTE, 2012) acerca da lei cultural do artefato, o autor aponta que artefatos materiais e cognitivos produzido por humanos estão sujeitos à influência de seu ambiente, cultura e hábitos sociais de indivíduos e grupos que deles fazem uso. Dessa forma, Fiormonte (2012) busca agregar ao campo de HD a visão de que a tecnologia e a ciência da computação não somente agem ou são afetadas pela cultura, mas estão integradas e fazem parte dela, de modo que para entender o artefato por meio do uso de ferramentas e métodos do campo de HD, antes precisamos nos debruçar sobre a composição cultural não só do artefato em si, mas também das ferramentas que se propõem a abordá-lo.

Conforme comenta Fiormonte (2012), as tecnologias digitais e os fenômenos emergentes neste ambiente, são resultados de uma dupla natureza, parte técnica e parte cultural. Ambas as naturezas estão emaranhadas de tal forma que é impossível discernir o que é técnico e o que é cultural.

Exemplificando, ao analisar publicações em redes sociais temos um artefato cultural composto por sintaxe, semântica e, acima de tudo, pela técnica necessária para que o mecanismo de publicação funcione como se espera, como aponta Fiormonte (2012). Ao traçarmos uma

metodologia capaz de abordar tal artefato, teremos agências técnicas e culturais intrínsecas que partirão do pesquisador, de suas opções metodológicas e das condições de produção e dinâmicas de uso da rede social a ser analisada (artefato cultural), todas estas que devem ser devidamente consideradas pelo pesquisador ao longo da investigação.

Seguindo nosso exemplo, ao analisar as dinâmicas de uma rede social devemos, portanto, conforme afirma Fiormonte (2012), considerar a influência de nossas escolhas metodológicas e bibliográficas, as pressões organizacionais das instituições às quais estamos vinculados, a subjetividade de nossas hipóteses e inferências sobre os dados, entre outros importantes pontos.

Da mesma forma, ao pensarmos tanto no artefato cultural quanto na ferramenta que utilizaremos para abordá-lo, não podemos tomar tais construções como imparciais ou neutras e nem nos sujeitar acriticamente às suas possibilidades. Ao contrário, devemos revelar o viés tecno-cultural por trás destas estruturas e buscar entender nestas como o casamento entre técnica e cultura contribui para com os fenômenos sociodigitais com os quais lidamos hoje (FIORMONTE, 2012).

O paradoxo das HD é portanto, conforme aponta Fiormonte (2012, p. 67), “demonstrar capacidade de acompanhar as tecnologias (com seus protagonistas reais e virtuais) e, ao mesmo tempo, não se sujeitar a elas”.

2.3 A materialidade dos meios digitais como meio para uma tecnologia humanística

Diante desse cenário, faz-se necessário que o próprio pensamento sobre tecnologia e a materialidade de suas emergentes formas evoluam para conformar novas metodologias e formas de pensar as HD não como um quadro teórico-metodológico nascido no vácuo, mas como uma emergência transdisciplinar, conforme defendem Berry (2012), Fiormonte (2012), Sculley e Pasanek (2008), Holmes (2016), entre outros estudiosos do campo.

Para tal exercício é imprescindível, no entanto, entender como o campo se originou, como se desenvolveu gradativamente e quais são as direções que estão sendo tomadas para que ele se consolide como uma disciplina.

Historicamente, nos estágios iniciais as HD, à época chamada de “computação nas humanidades” ou “humanidades computacionais” (BERRY, 2012, p. 03), eram vistas como um simples suporte tecnológico para o trabalho das humanidades tradicionais, campo que dirigia o real interesse dos projetos.

O autor expõe que neste primeiro momento a tecnologia era adotada por conta de seu potencial de eficiência e as aplicações computacionais utilizadas enquanto ferramentas servis em vez de participarem do processo crítico metodológico dos trabalhos, o que conferia ao campo um status de baixo prestígio (BERRY, 2012).

Como comenta Hayles (2012 apud BERRY, 2012), a mudança e legitimação do nome HD veio logo em seguida, sinalizando que o campo havia emergido do status de serviço de suporte tecnológico para um campo de genuíno esforço intelectual, com práticas próprias e padrões de qualidade. A partir desse segundo momento das humanidades digitais, as pesquisas se tornaram mais complexas e robustas, o corpus de trabalho exponencialmente maior e a computação se tornou progressivamente indispensável para o pensamento sobre humanidades no campo. “A tecnologia computacional tornou-se a própria condição de possibilidade necessária para pensar sobre muitas das questões levantadas nas humanidades de hoje” (BERRY, 2012, p. 03).

À respeito dessa evolução, Schnapp e Presner (2009 apud BARRY, 2012, p. 03 – tradução nossa) comentam que:

[...] a primeira onda das Humanidades Digitais era baseada no trabalho quantitativo, mobilizando os poderes de busca e recuperação do banco de dados, automatizando corpus linguísticos, empilhando hiperligações em matrizes críticas. A segunda onda é qualitativa, interpretativa, experimental, emotiva, de caráter generativo. Ela se aproveita de ferramentas digitais à serviço das forças metodológicas fundamentais das Humanidades: atenção à complexidade, especificidade dos meios, contexto histórico, profundidade de análise, crítica e interpretação.

Portanto, como discute Presner (2010 apud BERRY, 2012), no primeiro momento das HD, os trabalhos tendiam a focar na digitalização em larga escala, no estabelecimento de infraestruturas tecnológicas e praticamente eram baseados em análise de textos retirados de repositórios digitais. Já o segundo momento foca na criação de ambientes e ferramentas para interagir com informação que já nasce digital e se desenrola em variados contextos digitais, expandindo a noção de limite do campo e estabelecendo novos paradigmas disciplinares, convergindo campos e hibridizando metodologias.

Berry (2012) propõe ainda um terceiro momento chamado por ele de virada computacional, momento este concentrado nas características implícitas da computação existentes nas formas mantidas pelo meios computacionais. Isto é, assim como outros autores já citados neste capítulo, ele nos convida a olhar para o componente digital das HD “à luz das especificidade dos meios enquanto um caminho para refletir sobre como as mudanças nos meios produzem mudanças epistêmicas” na sociedade (BARRY, 2012, p. 56).

Voltamos, então, às redes sociais para exemplificar tal ideia. Enquanto uma forma mantida pelos meios computacionais, as redes sociais detêm características implícitas e específicas de seu meio. Seus percursos, funcionalidades, mecanismos de visualização e interação possuem uma materialidade específica descrita pelas linhas de código de seus algoritmos e sua plataforma é apropriada culturalmente por seus usuários que fazem dela distintos usos.

Em caráter de exemplificação quanto à maior rede social do mundo e seu impacto no Brasil, segundo Pablo Ortellado (2017 apud OLIVEIRA, 2017), o *Facebook* é um dos pilares da informação política no Brasil e a segunda principal forma de busca por informação do país depois da TV. Se trata então de um ecossistema imbricado, com características implícitas descritas por seus algoritmos, apropriada por seus usuários em um contexto local e global em termos de usabilidade, e que exerce profunda influência, por exemplo, na forma como este se informa e discute política a nível nacional.

Em virtude disso temos, por exemplo, discussões sobre o filtro-bolha (PARISER, 2012), acentuação da polarização de opinião (ORTELLADO, 2017 apud OLIVEIRA, 2017), isolamento em zonas de conforto (BAUMAN, 2016 apud QUEROL, 2016) entre outras questões que dizem respeito especificamente à materialidade destes meios e em como estes produzem mudanças epistêmicas na sociedade.

Para Manovich (2001), a camada de computador e a camada dos media/cultura influenciam-se mutuamente e têm sido compostas juntas, culminando em uma nova cultura do computador: um mescla entre formas tradicionais de cultura humana que modelam o mundo e lógicas próprias do computador para representá-las.

Os novos media podem ser pensados como compostos por duas camadas distintas: “a camada cultural” e a camada de computador. [...] Uma vez que os novos media são criados em computadores, distribuídos através de computadores, armazenados e arquivados em computadores, é de se esperar que a lógica de um computador influencie de modo significativo a lógica cultural tradicional dos media. Ou seja, podemos esperar que a camada de computador afeta a camada cultural. As maneiras pelas quais os computadores modelam o mundo, representam dados e nos permitem operar sobre ele; as operações-chave por trás de todos os programas de computador (tais como as buscas, as combinações, classificações, filtros); as convenções das Interações Humanos-Computadores [...] influenciam a camada cultural dos novos media: a sua organização, seus gêneros emergentes, o seu conteúdo (MANOVICH, 2001, p. 63-64).

Diante disso, segundo Presner (2010 apud BERRY, 2012, p. 05), estamos no início de uma mudança nos padrões que regem os problemas, conceitos e explicações e também em meio

a uma “transformação das condições institucionais e conceituais de possibilidade para a geração, transmissão, acessibilidade e preservação do conhecimento”.

Portanto, conforme complementa o autor, para entender as formas nascidas digitais contemporâneas é preciso que acendamos a um terceiro momento onde o foco está na programação computacional, ponto que está “entrelaçado a todos os aspectos da cultura e da memória, incluindo a reflexividade sobre a quantidade de código que infiltra na própria academia” (PRESNER, 2010, p. 05).

A esse respeito, Sculley e Pasanek (2008) comentam que com o aumento do uso de tecnologias digitais nos métodos do campo de Humanidades, como mineração de dados e *machine learning* por exemplo, se torna cada vez mais importante analisar os vieses implícitos, inferências e limitações que estes métodos trazem consigo, além de convergir para a adoção de boas práticas como usar múltiplas representações e metodologias, deixar claro todas as inferências feitas pelo pesquisador, reportar todos os testes feitos durante a pesquisa, manter os dados acessíveis e os métodos reproduzíveis e engajar na revisão metodológica junto à comunidade (*peer review*).

Portanto, para trabalhar na revelação destas dinâmicas sociodigitais é preciso um quadro teórico-metodológico que seja capaz de abordar tais objetos enquanto artefatos compostos por dimensões técnicas e culturais imbricadas e em constante mutação/evolução. Se faz necessário, portanto, que os métodos do campo de HD estejam, assim como os artefatos que se dispõe investigar, 1) em constante evolução, para que estejam a par das mudanças em seus objetos, 2) em um exercício de autocrítica, para que os pesquisadores não se submetam aos métodos utilizados, e 3) na trilha de consolidação de boas práticas, para que a comunidade e o campo colham os frutos de pesquisas bem fundadas, verificáveis, reproduzíveis e de impacto positivo para a sociedade.

Em conclusão, para o entendimento das mudanças epistêmicas na mídia, na cultura, nos costumes, na economia e em outras esferas da sociedade, a computação e seus algoritmos devem ser tomados como materialmente e culturalmente como chave e é também de suma importância que se engaje e entenda o código que rege e está por trás destes dispositivos e formas computacionais, o que nos leva a uma série de novas questões como, por exemplo, a dificuldade de acesso ao próprio código e a prática de códigos *open-source*.

O campo das HD tem, portanto, a obrigação de problematizar a “computacionalidade” das novas formas e meios para que então possamos refletir sobre como o conhecimento no século XXI é transformado em informação através de técnicas computacionais.

Trata-se de um movimento seminal de reaprendizado do próprio conceito de informação o que, nas palavras de Berry (2012), é um chamado para o desenvolvimento não de uma inteligência digital, que tenta capturar, manipular, reordenar ou ajustar a informação, mas de um intelecto digital que examina, pondera, questiona, teoriza, critica, imagina e caminha para uma forma humanística de entender e fazer uso da tecnologia.

3 ANAMNESE NAS REDES SOCIAIS: COMUNIDADE, PERSPECTIVA E INTERAÇÕES

3.1 Comunidade e perspectiva

O indivíduo existe no plano de uma cultura de laços sociais, de atrações e repulsões, de agregações e dissociações. Ele está imerso em um tecido social que, ao mesmo tempo, é palco e é organizado por encontros, experiências e afetos. Dessa forma, o indivíduo, por intermédio da vida banal e de seus espectros - a cultura, o lazer, e principalmente a comunicação - é ligado a outros indivíduos na formação de um grupo, uma comunidade que compartilha de uma disposição afetiva comum (MAFFESOLI, 1998).

Essa disposição afetiva comum, conforme argumenta Maffesoli (1998, p. 111) se concretiza na materialidade do “estar-junto”. Ao compartilharmos com outros sujeitos um presente que é vivido coletivamente, são despertadas pulsões afetivas e sentimentos que nos aproximam de outros sujeitos com base em um todo de minúsculos e múltiplos comuns.

Ao discorrer sobre o tribalismo, o autor expõe que existe uma nebulosa afetiva em torno da coexistência social que atua precisamente na interligação entre os sujeitos. Essa nebulosa paira sobre a vida corrente e se porta como uma imanência fruto dos encontros e rituais da vida diária. As comunidades são fundamentadas, então, por pulsões afetivas - de atração e repulsão - frutos do sujeito social e da sua relação com outros indivíduos, ou seja, da experiência do outro (MAFFESOLI, 1998).

A comunicação, por sua vez detém um papel chave no contínuo trabalho de formulação e manutenção da disposição afetiva comum, pois atua como uma das próprias constituidoras desse comum. Ao partilhar de um presente vivido, os sujeitos, através do fazer comunicativo, tornam comum as diferenças das experiências partilhadas em sociedade.

Portanto, relacionada ao conceito grego de *philia*, retomado por Sodré (2014), o ato de comunicar, enquanto processo simbólico, circunscreve a organização, decodificação e elaboração do comum humano, este que é a cola intersubjetiva que fundamenta o vínculo de uma pessoa a uma comunidade.

Comunicar é a ação de sempre, infinitamente, instaurar o comum da comunidade, não como uma entidade agregada, mas como uma vinculação, portanto, como um nada constitutivo, pois o vínculo é sem substância física ou institucional, é pura abertura na linguagem (SODRÉ, 2014, p. 214)

Assim sendo, há uma sinergia de forças, ou, como expõe Maffesoli (1998), uma religiosidade - no sentido de uma de suas etimologias: *religare* - que age e agrega indivíduos na vida social, unindo-os a partir de uma solidariedade, um imaginário vivido em comum que é instaurado pela comunicação.

O comum, no entanto, não deve ser confundido com uma suposta homogeneidade de visões e reações sobre uma mesma experiência. O comum é a experiência em si ao ser colocada em perspectiva, podendo tanto gerar atração, pela identificação com pontos de vista, quanto repulsa, pela negação do prisma adotado para lidar com determinada experiência.

Desse modo, o comum é a matéria-prima dos chamados procedimentos de anamnese explicitados por Maffesoli (1998). São, pois, fatos, acontecimentos da vida cotidiana que “selam as alianças, atenuam as oposições ou restauram as amizades abaladas” (MAFFESOLI, 1998, p. 122).

Nesse sentido, essa religião da humanidade pode servir de pano de fundo para o entendimento de fenômenos grupais que nos confrontam nos tempos atuais, tal qual a polarização política, a temática LGBT, entre outras questões.

Esses fenômenos dizem respeito à lógica da perspectiva e da identidade, estas que são forjadas, em grande parte, também nas redes sociais, nossa atual *Ágora*. Aqui uso da concepção de *Ágora* não só por se referir a um local de reuniões, assembleias e debates, mas sobretudo por derivar etimologicamente do conceito de “reunir”.

Conforme defende Maffesoli (1998, p. 122), “as novas agregações sociais e o nascimento dos valores alternativos passa pelo que podemos chamar, a lógica da rede”. Isto é, as agregações sociais não se estruturam a partir de um único pólo, mas sim de uma diversidade de experiências e ocorrências que fazem surgir uma infinidade de grupos de afinidade, cada qual tributária a uma perspectiva, a um ponto de vista, a uma alma coletiva.

A noção de ponto de vista, por conseguinte, conforme argumenta Viveiros de Castro (1996), está ligada à lógica de rede, tendo em conta que cada pessoa é um ponto desse emaranhado que se desdobra em uma trama de múltiplas atrações, repulsões e agregações.

Esse desdobramento se dá na ordem de uma malha que é habitada por diferentes naturezas de sujeitos que percebem o mundo ao seu redor segundo perspectivas distintas e se relacionam entre si (ARHEM, 1993 apud VIVEIROS DE CASTRO, 1996). Portanto, na relação entre os sujeitos, há um jogo entre pontos de vista e perspectivas que é estruturante do eu enquanto ser e da própria comunidade enquanto sensação coletiva.

A noção de *Outrem* deleuziana, evocada por Viveiros de Castro (2002), compactua com essa conceituação ao colocar em evidência a relação com outros sujeitos. *Outrem*, como reflete

o autor, antes de ser um sujeito ou objeto com o qual se relaciona, se apresenta como pura possibilidade, como “expressão de um mundo possível” (DELEUZE, 1969, p. 335 apud VIVEIROS DE CASTRO, 2002).

Outrem, portanto, não representa um ponto de vista particular e único do Outro, mas sim se refere à pura possibilidade de se ter pontos de vista e perspectivas diferentes sobre um mesmo comum. Por consequência, conforme ressalta Deleuze (1969 apud VIVEIROS DE CASTRO, 2002), Outrem é um dos elementos constituintes da comunidade por conceber que o Eu e o Outro acendamos a um mesmo ponto de vista ou a pontos de vista diferentes, desencadeando, a partir disso, as pulsões afetivas que fundam os grupos afinitários.

Logo, as noções de comunidade e perspectiva se entrelaçam em uma complexa trama instaurada pelo ato comunicativo de colocar as coisas em comum. Com base nisso, nosso propósito é justamente argumentar sobre a efervescência e efemeridade das relações de agregação e dissociação de grupos engendradas no ambiente massificado das redes sociais.

3.2 Temporalidades e perspectivas

Uma das chaves para a compreensão da formação e dissociação de redes, pontos de vistas e perspectivas é a figura do tempo. Toda rede, em concordância com Malini (2016, p. 10), “é uma sobreposição de camadas de redes que vão adensando relações e se dissociando entre si no tempo”. A formação dessas camadas revela a constância da formação de perspectivas particulares sobre fenômenos, evidenciando grupos de opinião, julgamentos, mobilizações e a difusão de discursos.

Em cada tempo, então, são desenroladas interações coletivas diversas, de forma que a sedimentação e constituição de perspectivas em rede não pode ser concebida sem o pano de fundo do tempo social, ou seja, como uma mera união de interações sobre um mesmo acontecimento (MALINI, 2016).

Dessa forma, descartar o tempo da análise de perspectivas para Malini (2016, p. 11) significa “destituir a produção histórica inerente em redes de opinião, objeto do campo da Comunicação Social”. Isso pois, em cada temporalidade são somados aspectos particulares sobre as perspectivas que formam a totalidade da rede. Sendo assim, o tempo dá forma à composição da rede e revela as pulsões afetivas de atração e repulsão de pontos de vista. “Não é a rede final que explica uma mobilização social, mas sua constituição no tempo” (MALINI, 2016, p. 11).

Como falamos anteriormente, as pulsões afetivas que formam as perspectivas estão atadas aos procedimentos de anamnese de que fala Maffesoli (1998), ou seja, elas derivam dos acontecimentos da vida cotidiana, suas crises, rituais e reafirmações. Na pós modernidade ou, conforme designa Bauman (2001), na modernidade líquida, é arrebatadora a velocidade com que esses acontecimentos de sobrepõem uns aos outros. Os acontecimentos de hoje repercutem na dimensão dos afetos e criam laços diversos. Ao chegar do amanhã, esses mesmos acontecimentos já envelheceram e novos acontecimentos criam novas repercussões no âmbito das pulsões afetivas, re-operando, reciclando, substituindo e sobrepondo pontos de vistas na rede.

Assim sendo, parafraseando Bauman (2004, p. 41), as associações em rede são uma “coalizão de interesses em um mundo fluído”. As manchetes de hoje já estão caducas para amanhã e as manchetes de amanhã atuam em uma espécie de sobreposição sobre as manchetes de hoje, apagando-as de nossa memória (BAUMAN, 2016 apud QUEROL, 2016). Os acontecimentos surgem, ecoam, caducam e são sobrepostos pela reverberação de outros acontecimentos. As associações em redes, os pontos de vista e as perspectivas formadas nessa modernidade líquida tendem, então, a ser flutuantes, efêmeras, frágeis e flexíveis.

Na chamada modernidade sólida, Bauman (2001) argumenta que os laços humanos pressupunham ao mesmo tempo uma bênção e uma maldição. A bênção pode ser compreendida como o sentimento de pertencimento, de fazer parte, de se enquadrar em determinado estrato. Já a maldição compreende a inerência de, ao se constituir laços sociais, assumir também compromissos e obrigações que devem ser mantidas ao longo do tempo. Portanto, a maldição do laço humano, enquanto instituição sólida, era estar atado, vinculado a compromissos e obrigações que são considerados grilhões que impedem novos consumos, novas perspectivas e novas propagações pela rede.

Em vista disso, a instituição dos laços sociais compreendia uma certa durabilidade das relações e posições ao longo do tempo, pois cortar conexões feitas corpo a corpo representava sempre um evento traumático, onde eram necessárias explicações, esclarecimentos e porquês.

Enquanto instituição sólida, então, como esclarece Bauman (2004), os laços humanos suprimiam o tempo, pois eram feitos para perdurarem por temporalidades. Já nos tempos pós-modernos, de acordo com o mesmo autor (2001), essas instituições sólidas se encontram em estado avançado de desintegração e o tempo, antes suprimido pela solidez dos laços sociais, assume um protagonismo ao ser o principal indício da constituição e do estágio atual dos laços sociais.

[...] os líquidos, diferentemente dos sólidos, não mantêm sua forma com facilidade. Os fluidos, por assim dizer, não fixam o espaço nem prendem o tempo. Enquanto os sólidos têm dimensões espaciais claras, mas neutralizam o impacto e, portanto, diminuem a significação do tempo (resistem efetivamente a seu fluxo ou o tornam irrelevante), os fluidos não se atêm muito a qualquer forma e estão constantemente prontos (e propensos) a mudá-la; assim, para eles, o que conta é o tempo, mais do que o espaço que lhes toca ocupar; espaço que, afinal, preenchem apenas “por um momento” (BAUMAN, 2001, p. 08).

Traçando um paralelo com a questão territorial abordada por Bauman, podemos dizer que, com o avanço tecnológico, assim como as fronteiras foram diminuídas e há a existência de uma extraterritorialidade do poder, há também, no ponto de vista do perspectivismo, um nomadismo de perfis que ora se associam a certos pontos de vista e ora, após de desconectarem dessa associação prévia, se agregam a uma nova perspectiva em rede. Há então um aumento da sensação de liberdade individual, sendo o sujeito mais livre para agir de acordo com seus desejos e identificações. Essa liberdade, no entanto, conforme argumenta Bauman (2001), não implica em um estado de maior satisfação, pois confere aos indivíduos a responsabilidade de saber e estar.

Isto posto, a “tarefa dos homens livres em sua nova era de liberdade”, em concordância com Bauman (2001, p. 13), é encontrar um espaço apropriado de afinidade onde se possa seguir fielmente as regras e modos de conduta, ou seja, a permanência em pontos estáveis que geram identificação e pressupõem códigos e regras que nos conformam afinitariamente.

No entanto, a pós-modernidade, líquida e veloz, acarretou em profundas mudanças na constituição desses espaços, já que a fluidez e constância do movimento desses lugares faz com que o sujeito acabe em conflito consigo mesmo, contradizendo-se e novamente se encontrando em um espaço sem identificação, o que reforça o estado temporário dos laços sociais.

Sendo assim, como comentamos anteriormente usando Bauman (2001), ao se fixar muito fortemente em um vínculo, há uma sobrecarga e com isso um agravamento das obrigações e compromissos intrínsecos a esse laço social. Dada a iminência de uma modificação desse laço/espaço e do surgimento de novas oportunidades em outros lugares, isto é, em outros afetos e perspectivas, a fluidez e alta mutabilidade das perspectivas favorecem à constante associação e dissociação de perfis/pessoas em redes.

Logo, nas redes sociais, foco do nosso trabalho, a velocidade atordoante de constituição e dissociação de redes de que falávamos é ainda mais agravada por uma facilidade de desengajamento e desconexão que é própria do meio.

Nesse sentido, consoante Bauman (2011), a rede é feita e mantida por duas atividades básicas: conectar e desconectar. A facilidade de conectar, de se fazer laços e se associar à

perspectivas é grande, no entanto, o que é excepcional é a facilidade de desconexão, de cortar laços, de desengajar. Ao passo que anteriormente a solidez dos laços sociais compreendia uma longevidade desse vínculo no tempo, nas redes sociais esses laços são facilmente quebrados e reciclados.

Sendo assim, a constituição da rede, a união de pontos de vista e a agregação de perfis por uma determinada perspectiva apresenta uma constituição líquida, fluida, detentora de alta mutabilidade e mobilidade. Diferente dos sólidos, como teoriza Bauman (2001, p. 08), os líquidos “contornam certos obstáculos, dissolvem outros e invadem ou inundam seu caminho” e não são facilmente contidos ou estudados, sendo necessário, para esse fim último, o tempo como chave da apreensão de seus movimentos, caminhos e contornos.

4 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Posteriormente às eleições de 2014, observamos através da imprensa brasileira (CARVALHO; CERVI, 2018) e das redes sociais (MALINI; CIARELLI; MEDEIROS, 2017), um acirramento da influência do discurso moral e de questões identitárias nacionais na redefinição das regras do debate político, redefinição esta que pôde ser constatada ao longo das mudanças no sentimento político da sociedade civil enquanto ressonâncias de eventos políticos chave como a eleição e impeachment de Dilma Rousseff, a Operação Lava Jato, entre outros (ORTELLADO, 2017 apud OLIVEIRA, 2017).

A partir desses eventos podemos observar repercussões de cunho moral e identitário, como discussões sobre Dilma Rousseff enquanto mulher (FAGUNDEZ; MENDONÇA, 2016), debate sobre combate à pobreza e à desigualdade e demais ganhos sociais do governo petista (COSTAS, 2016), acusações de partidarismo dos delegados e juízes da Operação Lava Jato (NOGUEIRA, 2014), Operação Lava Jato enquanto esperança da nação (ALESSI, 2015), entre outros.

A posteriori pudemos também observar discussões sobre ações afirmativas, legalização do aborto, maioria penal, legalização do porte de armas, entre outras questões que são centro das oposições perfiladas de que fala Ortellado (2017 apud OLIVEIRA, 2017). A esse respeito, Gallego, Ortellado e Moretto (2017) afirmam que a hegemonia de discursos e debates que optam por temas morais e identitários em detrimento das tradicionais pautas político-econômicas são uma expressão do movimento de expansão mundial das guerras culturais que tomaram nos Estados Unidos a partir do final dos anos 1980. Segundo os autores, a antiga polarização entre a direita, meritocrática e liberal, e a esquerda, intervencionista e defensora da justiça social, é gradualmente submetida a uma nova chave de antagonismo - moralizado e identitário - tendo de um lado um conservadorismo punitivo e de outro um progressismo compreensivo.

Para trazer luz a essa nova chave, Gallego, Ortellado e Moretto (2017) usam das metáforas de George Lakoff, linguista americano e um dos fundadores da linguística cognitiva. Na concepção de Lakoff (apud GALLEGO; ORTELLADO; MORETTO, 2017), o novo antagonismo consiste na oposição de visões de mundo baseadas em concepções de autoridade moral. Usando de metáforas, Lakoff explicita que as guerras culturais, e o antagonismo reformulado delas decorrente, se assenta em dois discursos que encaram a sociedade como uma família, sendo a primeira família regida por um pai rigoroso e a segunda por um pai carinhoso. Dessa forma, para cada discurso/visão da sociedade como família, o pai nessa metáfora institui

uma ordem moral, de forma que, na perspectiva conservadora, a ordem moral seria punitiva e estritamente disciplinar e na progressista, compreensiva e flexível.

Há então, a partir das proposições de Gallego, Ortellado e Moretto (2017), um emaranhado complexo de visões de mundo, discursos morais, identidades que perscruta o discurso político e inverte seu vetor de instrumentalização, de modo que, antes das guerras culturais, o discurso político fazia uso do discurso moral como ferramenta de persuasão, já após as guerras o discurso moral parece inverter o jogo e instrumentalizar o discurso político.

Observa-se, portanto, a partir dos discursos morais e das causas identitárias, uma mudança na natureza dos discursos liberal e conservador e socialista e progressista². A respeito disso, os autores argumentam que desde o pós-guerra o discurso liberal ocupava um espaço de moderação e bom senso e após as guerras culturais o caráter deste discurso foi alterado para um de natureza fundada no ódio e no desprezo de classe. Enquanto em contrapartida o discurso socialista, que era tido como radical por sua própria natureza e desqualificado pelo *establishment* por colocar em xeque as bases do sistema de mercado, tomou um caráter compreensivo e solidário do progressismo, sugerindo o “equilíbrio e o bom senso trazidos pela empatia” (GALLEGO; ORTELLADO; MORETTO, 2017, p. 38).

Esse antagonismo moral redefine, então, o debate político de forma a acirrar os conflitos de âmbito moral e identitário em seu âmago, e influencia diretamente no episódio de polarização da sociedade civil brasileira pelo qual passamos hoje, dado que, segundo os autores, “o debate clássico que opunha liberais e socialistas tinha um fundamento comum de valores que foi erodido pela cisão em visões morais de mundo incomensuráveis” (GALLEGO, ORTELLADO; MORETTO, 2017, p. 39).

A respeito dessa mesma mudança no debate político e especificamente no âmbito das identidades, Liliana Mason (2018), professora de Governo e Política na Universidade de Maryland, em recente estudo demonstra que as divisões políticas estão promovendo a formação de grupos cada vez mais coesos e homogêneos de forma que, por exemplo, nos Estados Unidos cada vez mais os republicanos tendem a ser brancos, religiosos, de classe média ou alta e do

² Entendemos como discurso liberal aqueles que se defendem “a absoluta liberdade individual, tanto de pensamento como de ação, na vida privada e pública” (GRINGS, 1994, p. 257). Como discurso conservador entendemos aqueles que se baseiam “em um modelo de sociedade existente que é considerado certo para todos os tempos. Discursos desse tipo podem “assumir uma forma "reacionária", ao reencontrar e tentar reconstruir formas de sociedade que existiram em um período anterior” (MCLEAN; MCMILLAN, 2009, *online*). Compreendemos como discurso socialista aqueles que advogam por “uma teoria política ou econômica ou sistema de organização social baseado na propriedade coletiva ou estatal dos meios de produção” (MCLEAN; MCMILLAN, 2009, *online*). Por fim, entendemos como progressista os discursos que tomam o progresso em todas suas formas enquanto para o aperfeiçoamento da condição humana (MCLEAN; MCMILLAN, 2009, *online*).

interior, já os democratas tendem a ser urbanos, ligeiramente mais pobres, negros ou latinos, o que confere aos indivíduos um alinhamento automático das identidades de modo que estas passam a se reforçar e geram, conseqüentemente, um antagonismo de alto grau com os portadores de identidades antagônicas.

Os operadores utilizados no estudo de estudo de Mason (2018) diferem dos utilizados em pesquisas sobre polarização no Brasil, no entanto. Conforme aponta Ortellado (2018), os operadores dos estudos sobre polarização nacionais são centrados no padrão de voto ou no debate nas mídias sociais, já o estudo de Mason (2018) é ancorado na análise de longas séries de dados sobre as identidades e as opiniões políticas dos americanos. Apesar da diferença explicitada, o estudo da pesquisadora norte-americana é pertinente ao nos indicar que a conjectura nacional de polarização pode estar sob agência de questões que vão muito além do espectro político.

Ao aplicarmos a perspectiva identitária de Mason ao campo do debate político brasileiro, podemos portanto identificar dois campos, conforme aponta Ortellado (2017), um que se identifica como de esquerda e outro que se identifica como anticorrupção ou antipetista. De forma semelhante aos Estados Unidos, a polarização da sociedade civil brasileira se move, portanto, para além de divergências sobre questões políticas, estando enraizada na identidade social dos povos e, em um movimento crescente, produz retóricas combativas e uma corrente de ódio e ressentimento.

A expressão diária das divergências, do alinhamento de perspectivas e do forte antagonismo se dá por meio da linguagem, da comunicação e do esforço diário de colocar as ideias em comum através do debate. Parcela substancial dessa exteriorização se dá nos campos digitais, estes mediados por infraestruturas tecnológicas. As redes sociais de internet, enquanto protagonistas dessa vertente, são responsáveis por complexificar não só as relações sociais, conforme Recuero (2011), mas por reorganizar a forma do debate em si. Assim sendo, estas estruturas não só são palco, mas exercem influência na configuração e mecanismos da polarização.

O que nos instiga no presente estudo, portanto, é identificar, no cenário polarizado brasileiro, como a materialidade das redes sociais, somada à conjuntura de forte antagonismo, traz novas implicações ao movimento de expansão das guerras culturais, onde hipotetizamos que os encadeamentos decorrentes dessa relacionamento gerem implicâncias na organização da esfera pública midiática, na formação da opinião pública e no próprio fazer jornalístico em si.

4.1 Caracterização do objeto

Para perseguir tal objetivo, escolhemos como objeto de nossa pesquisa Jair Messias Bolsonaro e Luiz Inácio Lula da Silva e as redes formadas em torno de suas respectivas páginas no *Facebook*. Conforme falamos anteriormente, o conceito de rede abriga diversas perspectivas. A perspectiva que nos é cara para a análise do objeto, portanto, está alocada na concepção relacional de rede, isto é, nas estruturas e dinâmicas compostas pela livre associação e dissociação de atores, humanos e não humanos, em volta de Bolsonaro e Lula no *Facebook*. Ao adotar essa perspectiva, pretendemos, através da confluência da rede de que falam Venturini, Munk e Jacomy (2018), revelar os sentidos, estruturas sociais e fenômenos que circundam tais atores, nos atentando especialmente para o fenômeno da polarização da sociedade civil brasileira.

A escolha de tais indivíduos se justifica tendo em vista a atual conjuntura polarizante da política no Brasil. Lula e Bolsonaro figuram como estandartes dos campos políticos que se digladiam em base diária em ambientes virtuais e não virtuais.

4.1.1 Caracterização Luiz Inácio Lula da Silva

Luiz Inácio Lula da Silva representa o campo político petista e, de forma não totalizante, a esquerda. Um dos fundadores do PT, Lula possui história e raízes que o inseriram em um lugar de fala bastante diferenciado do padrão de outros homens públicos, um lugar mais próximo do comum cidadão brasileiro. De origem nordestina, Lula migrou de Pernambuco para São Paulo e obteve centralidade enquanto metalúrgico e sindicalista, tendo organizado greves de grande expressão no ABC Paulista durante a ditadura militar.

Após concorrer pela primeira vez à presidência da república em 1989, Lula contribuiu para a organização e fundação do Foro de São Paulo, congregação dos movimentos políticos de esquerda na América Latina, um dos passos iniciais para sua projeção internacional enquanto político e como importante representante da esquerda.

Após as eleições de 1994 e 1998, em que foi derrotado por Fernando Henrique Cardoso, Lula finalmente alcançou a presidência da República em 2002, tendo lá permanecido por dois mandatos até 2010.

O governo Lula foi marcado por reformas profundas que levaram à avanços sociais e econômicos e também à estagnação em determinados indicadores internacionais, como aponta Costas (2016).

Em termos econômicos, entre as maiores conquistas estão o aumento significativo do produto interno bruto per capita do Brasil, a saída do grupo de países que possuem grau especulativo na classificação de crédito para os que possuem grau de investimento, além de outros avanços que culminaram no progresso brasileiro no ranking global de economias. Segundo dados do Banco Mundial e Fundo Monetário Internacional (FMI) (COSTAS, 2016), em 2002 o Brasil ocupava a 13ª posição no ranking. Em 2011, ano de saída de Lula, o Brasil ocupava a 6ª posição, estando a frente de nações como a Grã-Bretanha e registrando altas taxas de crescimento, como em 2010, quando o Brasil registrou crescimento de 7,5%.

Os mais importantes e característicos avanços promovidos pelos anos Lula, no entanto, estão relacionados ao combate à pobreza, à desigualdade e ao acesso à educação. Como comenta Costas (2016), como reflexo de medidas como o aumento de 80% do salário mínimo entre 2003 e 2010, programas de transferência de renda como o Bolsa Família e os esforços para a formalização do mercado de trabalho brasileiro, houve uma diminuição da desigualdade no Brasil registrada pelos cálculos do Banco Mundial, onde o Brasil saiu de 58,6 em 2002 para 45,9 em 2014 no coeficiente Gini, indicador que mede desigualdade de renda.

No âmbito do combate à pobreza, Angel Melguizo, da Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE) (COSTAS, 2016), ressalta que os índices de pobreza brasileiros caíram pela metade nos últimos anos em decorrência das políticas adotadas ou ampliadas pelo governo petista. Já no relatório da Organização das Nações Unidas (ONU) de 2015 (JAHAN, 2015) é apontado que cinco milhões de brasileiros deixaram a extrema pobreza e a taxa de pobreza diminuiu em oito pontos percentuais em virtude, dentre outras causas, do Bolsa Família, programa que a ONU aponta como modelo bem sucedido.

Na educação, segundo Melguizo (COSTAS, 2016), a grande conquista dos anos Lula foi no âmbito do que chama de “cobertura do sistema”, ou seja, no acesso à escolas e universidades, amplificado com programas como o Programa de Apoio a Planos de Reestruturação e Expansão das Universidades Federais (Reuni), Programa Universidade para Todos (Prouni) e a ampliação do Financiamento Estudantil (FIES).

A qualidade da educação, no entanto, demonstrou tímido avanço. Em 2000, o Brasil ficou em último lugar entre 32 nações no Programa Internacional de Avaliação de Alunos (PISA), da OCDE, que tem como objetivo avaliar os sistemas educacionais no mundo. Em 2013, com dados de 65 países, o Brasil ocupou a posição 55 no *ranking* de leitura, 58 no de matemática e 59 no de ciências (COSTAS, 2016).

Lula também desempenhou papel de destaque na política externa, sendo considerado líder de uma potencial regional, porta-voz de todas as nações emergentes e um dos presidentes mais populares do mundo (NEWSWEEK STAFF, 2009).

Lula finalizou seu segundo mandato em 2010 com 87% de aprovação popular (BONIN, 2010) e se manteve ativo na política, tendo contribuído significativamente para a eleição de sua chefe da Casa Civil, Dilma Rousseff, que o sucedeu na presidência da República em janeiro de 2011.

Apesar do bom desempenho demonstrado, no governo Lula estão as raízes de grande parte das críticas que mais tarde seriam destinadas pela opinião pública ao governo Dilma e ao governo petista como um todo. As críticas mais sérias e contundentes estão relacionadas aos casos de corrupção e à política econômica interna e externa adotada pelo governo Lula entre 2002 e 2010.

Entre as críticas tecidas, a mais problemática sem dúvidas está relacionada à corrupção. Durante os anos Lula e com ressonância no governo Dilma, casos de corrupção como mensalão, escândalo dos cartões corporativos, entre outros, repercutiram significativamente na opinião pública. Como reflexo, a Transparência Internacional (TI), movimento global de luta contra a corrupção, através de seu ranking de percepção da corrupção, aponta uma estagnação do indicador brasileiro durante os anos Lula seguido de um substancial aumento na percepção de corrupção no Brasil nos anos posteriores ao seu governo, tendo como ponto alto a Operação Lava Jato em 2014 e 2015 (COSTAS, 2016).

No tocante à política econômica interna, críticos argumentam que o governo petista não se aproveitou dos anos de bonança providos pela conjuntura econômica favorável para promover reformas estruturais em pontos cruciais como a tributação e a burocracia (COSTAS, 2016). Outra importante crítica está relacionada às políticas de campeões nacionais, conduzida pelo Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES), onde empresas brasileiras eram escolhidas pelo governo para serem subsidiadas e se tornarem globalmente competitivas. A escolha e o investimento feito pelo governo é amplamente criticado até hoje e o programa mostrou resultados decepcionantes, conforme aponta Napolitano, fazendo com que esta política tenha se tornado um mau exemplo de interferência estatal nos negócios (NAPOLITANO; VILARDAGA, 2013).

Sobre as políticas econômicas externas, Ricupero aponta que o governo Lula demonstrava relativa “indiferença pela falta de resultados econômicos e comerciais tangíveis e imediatos em negociações e acordos bilaterais ou regionais” (RICUPERO, 2010, p. 36). Com isso, o autor pretendeu dizer que o governo sacrificava interesses brasileiros para alcançar

objetivos políticos no relacionamento, especialmente, com os vizinhos latino americanos, afastando-se do “ideal republicano de institucionalização e impessoalidade, aproximando-se dos modelos carismáticos de liderança personalizada típicos da América Latina” (RICUPERO, 2010, p. 87). Como exemplo de tal prática o autor aponta a atuação do governo Lula envolvendo os episódios do gás da Bolívia, das reivindicações paraguaia e das medidas protecionistas argentinas.

Somada a alta vigorosa na percepção da corrupção, a Operação Lava Jato e a crise econômica que afetou o Brasil em 2014 que, segundo o Instituto Brasileiro de Economia é fruto de uma combinação de choques de oferta e demanda resultado de erros de política econômica (BARBOSA FILHO, 2017), temos uma grave crise político-econômica centrada no modelo de gestão petista como um todo e que estoura no governo Dilma Rousseff.

Tal conjuntura crítica amplifica gradativamente a crise de imagem do governo petista, passando por eventos que catalisam ainda mais esse processo frente à opinião pública, como as investigações da Operação Lava Jato envolvendo Lula, a nomeação de Lula como chefe da Casa Civil, episódio que foi taxado pela imprensa e pela opinião pública como uma manobra para evitar o impeachment da presidente e a obtenção de foro privilegiado por Lula (OLIVEIRA, 2016; MOURA; PIRES, 2017), o impeachment de Dilma e, por fim, a prisão de Lula em 2018.

A Operação Lava Jato consiste em um marco importante para nosso objeto, dado que Lula, especialmente após 2016, entrou em um conturbado período de acirramento das acusações por lavagem de dinheiro, falsidade ideológica e ocultação de patrimônio, culminando em sua condenação em julho de 2017 e a confirmação em segunda instância de sua sentença em abril de 2018 quando teve sua prisão decretada.

A prisão de Lula teve repercussões profundas em nível nacional, como as acusações de partidarismo do judiciário e de conchavo político para impedir a candidatura de Lula. No âmbito dos campos políticos, para o pólo petista a prisão de Lula representa uma batalha a ser vencida, nomeada Lula Livre, para que o Brasil retorne ao caminho da sensibilidade e dos avanços sociais, em muito perdido pelas medidas adotadas por Temer após o impeachment. Para o campo político antipetista, a prisão de Lula se tornou uma prova que justifica seu descontentamento com o petismo e, conseqüentemente, um instrumento/argumento de combate, trazendo um acirramento ainda maior entre os pólos.

No âmbito internacional, a prisão de Lula repercutiu nos mais renomados jornais internacionais variando entre discursos de tom neutro, como no *The Guardian* e na *BBC*, e outros destacando pontos como a trajetória de Lula e sua clara vantagem nas próximas eleições, como o americano *The New York Times* e o francês *Libération*. Tivemos ainda declarações, em

maior parte à favor de Lula, de órgãos internacionais como ONU e Anistia Internacional que intercederam pelos direitos políticos do ex-presidente, e de figuras públicas como o Papa Francisco.

Mudando o foco da trajetória do ex-presidente para seu perfil na rede social, no *Facebook* a página de Lula possui mais de 3,5 milhões de seguidores, configurando um alcance expressivo na rede. Em termos de conteúdo, temos dois períodos distintos, pré-prisão e pós-prisão, que se refletem em uma clara diferença no conteúdo publicado. O primeiro deles mais comum à agenda de figuras públicas, pautada no compartilhamento de suas atividades políticas diárias, da tomada de posição sobre os tópicos em alta no debate público. Já o segundo mais apaixonado, focado na trajetória do presidente, em críticas ao judiciário, ao processo em que Lula foi condenado e à supressão dos direitos políticos do ex-presidente. Também encontramos empenho na divulgação de pareceres de órgãos e pessoas públicas nacionais e internacionais que intercedem por Lula e, por fim, encontram-se publicações relacionadas às eleições 2018, sejam pedindo pela participação do ex-presidente ou mostrando apoio à candidatos de seu espectro político.

A frequência de publicações da página de Lula é altíssima, com publicações quase de hora em hora, superando a média da maioria dos outros candidatos às eleições de 2018, como mostraremos em capítulos a seguir. Os comentários, por sua vez, são de frequência média e se dividem entre comentários de apoio ao ex-presidente e comentários de crítica ou zombaria, seja ao ex-presidente ou ao campo político ao qual pertence.

Temos portanto, em volta não só da página de Lula, mas do que representa sua figura enquanto importante personagem da esquerda, a construção de uma rede que se dá pela associação e dissociação de atores diversos - imprensa tradicional, imprensa alternativa, figuras públicas, órgãos oficiais, páginas independentes, entre outros - em uma dinâmica própria que representa fortemente um campo político e alimenta em base diária a condição polarizante da sociedade civil brasileira.

4.1.2 Caracterização Jair Messias Bolsonaro

Jair Bolsonaro é, sem dúvida, um dos mais controversos políticos brasileiros. Conhecido pela recorrência com que estressa sensibilidades, Bolsonaro representa um estandarte para a direita e a extrema-direita e se insere com frequência na discussão sobre tópicos polêmicos como a deslegitimação do politicamente correto, das lutas das minorias e principalmente dos direitos humanos. O político é também figura central do militarismo, do armamento da

população e colaborador das bancadas evangélica e da bala, reconhecidas como as mais conservadoras do país.

Bolsonaro é militar da reserva do exército brasileiro e está em seu sétimo mandato como deputado federal, eleito pelo Partido Progressista (PP). Anteriormente ao seu ingresso na política, Bolsonaro teve uma trajetória na carreira militar, experiência que afeta profundamente sua carreira como político, suas propostas legislativas e sua visão político e de mundo.

No âmbito militar, Bolsonaro foi aluno da Escola Preparatória de Cadetes do Exército, da Academia Militar das Agulhas Negras, da Escola de Educação Física do Exército e da Escola de Aperfeiçoamento de Oficiais, tendo servido aos grupos de Artilharia e Paraquedismo do exército. Sua carreira militar também lhe rendeu episódios controversos como sua prisão em 1986 (O ARTIGO..., 2017) e avaliação produzida pelo exército sobre sua conduta enquanto Capitão, onde o candidato foi taxado como agressivo, desequilibrado, não lógico-racional e com “excessiva ambição em realizar-se financeira e economicamente” (VALENTE, 2017, p. 47).

Em 1988 Jair Bolsonaro ingressou na vida pública, quando se elegeu vereador da cidade do Rio de Janeiro pelo Partido Democrata Cristão (PDC). Em 1990 foi eleito deputado federal pelo mesmo partido, posição manteve até hoje através de mandatos sucessivos, com destaque para 2014, quando reelegeu-se como deputado federal mais votado do Rio de Janeiro com 464 mil votos (SERRA, 2014).

Enquanto deputado federal, Bolsonaro foi membro de comissões legislativas em grande parte ligadas à segurança pública, como a comissões de Defesa Nacional, de Segurança Pública e do Combate ao Crime Organizado. Também foi das comissões de Relações Exteriores e de Direitos Humanos e Minorias. Durante sua carreira política, Bolsonaro foi filiado a diferentes partidos, sendo eles PDC, Partido Progressista Reformador (PPR), Partido do Povo Brasileiro (PPB), Partido Trabalhista Brasileiro (PTB), Partido da Frente Liberal (PFL), Partido Progressista (PP), Partido Social Cristão (PSC) e atualmente Partido Social Liberal (PSL).

Analisando seu desempenho enquanto parlamentar, em 27 anos de mandato Bolsonaro apresentou 171 propostas, tendo apenas duas aprovadas. Grande parte das propostas estão relacionadas às áreas militar e de segurança pública, em menor proporção há também propostas para as áreas de saúde, economia e educação, esta última que foi contemplada com somente um projeto (LINDNER, 2017).

O professor de Ciência Política da Universidade de São Paulo (USP) José Álvaro Moisés destaca que o número de projetos apresentados por Bolsonaro indica uma boa atividade parlamentar, mas a aprovação de apenas dois projetos revela que “o que está sendo proposto

não é acolhido pela instituição” (LINDNER, 2017).

No tocante a sua atuação política, observamos nos últimos anos um deslocamento da figura de Jair Bolsonaro das quinças despercebidas da Câmara dos Deputados para a centralidade da política brasileira, sendo cotado atualmente para as eleições presidenciais de 2018, o que nos faz questionar qual a força que impulsiona tal movimento.

Bolsonaro se tornou conhecido por suas posições conservadoras e nacionalistas e principalmente por episódios altamente controversos envolvendo apoio à ditadura de 1964 e a prática de tortura, posicionamentos contrários aos direitos LGBT, a declarações controversas envolvendo a temática do estupro, entre outros que lhe renderam mais de 30 pedidos de cassação ao longo de sua carreira política (BARAN, 2016). Bolsonaro também defende a revogação do Estatuto do Desarmamento e defende o armamento da população, além de advogar pela instituição da pena de morte no Brasil, da castração química e de outros pontos que lhe colocam em embate direto com o ideal dos direitos humanos.

Um dos pontos mais caros à nossa pesquisa, no entanto, está relacionado às críticas ferrenhas e pessoais ao campo político da esquerda e ao petismo. Bolsonaro com frequência ataca os governos Lula e Dilma, o Foro de São Paulo e principalmente representantes da esquerda e do petismo, se colocando como contraponto e opção alternativa ao modelo de gestão petista. Acreditamos que tal estratégia discursiva do candidato seja uma das causas principais que o levam a uma alta performance nas redes sociais e a uma alta popularidade e preferência no próprio no embate político para as eleições 2018, além de o colocar como figura central para o campo político antipetista.

Nesse sentido, Bolsonaro parece se alimentar das polêmicas em que se insere. Ao estressar sensibilidades, Bolsonaro cria uma rede de repercussão que atinge desde as mídias tradicionais, que identificam como valor-notícia o rompimento das convenções de uma sociedade democrática por um membro do poder legislativo, passando por *blogs* e mídias alternativas, que se alimentam do desconforto e estranheza causada pelas declarações, também os perfis pessoais e a própria base de seguidores de Bolsonaro, que comentam sobre as declarações em um exercício de atração e repulsão a suas ideias, chegando, por fim, no ambiente *offline*, onde gera discussões face a face e debates sobre a natureza de suas propostas.

Após assumir seu lugar como uma das principais figuras da política brasileira e ser cotado para as próximas eleições presidenciais, Bolsonaro se alimenta agora de outro ciclo de repercussão: o da aprovação. Com isso, Bolsonaro teve seu passado investigado, seus 26 anos de mandato como Deputado Federal levantados, sua atuação e saída do exército checadas, entre outros tópicos que suscitaram inúmeras questões sobre sua atividade enquanto parlamentar e

militar. Somado à isso está sua conduta como cidadão, outro ponto altamente controverso dado o acúmulo de ações judiciais, acusações de nepotismo e um universo de dissabores causados por suas declarações a respeito da segurança pública, direitos humanos e o politicamente correto.

No entanto, observamos que um dos pontos principais das discussões sobre sua aprovação gira em torno da comprovação do envolvimento de Bolsonaro em esquemas de corrupção. Trata-se de um jogo onde seus apoiadores testificam o seu não envolvimento e seus opositores advogam por sua correção. Essa também é uma das temáticas em que Bolsonaro mais se debruça nas redes sociais, somando a seus apoiadores na tentativa de preservar sua integridade, prestando contas de seus gastos, fornecendo materiais que atestam sua correção, defendendo-se de acusações feitas por opositores, entre outros. Há então uma progressiva luta para provar o valor de Bolsonaro enquanto político que possivelmente se alçará à presidência.

Nas redes sociais, Bolsonaro conta com mais de 7 milhões de seguidores e foi apontado como o político mais influente de agosto de 2017 (MARQUES, 2017). Conforme análise feita em capítulos seguintes deste trabalho, Jair Bolsonaro continua sendo o político mais influente do *Facebook*, possuindo maior taxa de engajamento entre os pré-candidatos.

Com mais de 5,5 milhões de seguidores no *Facebook*, Jair Bolsonaro também possui um dos maiores alcances entre os políticos dessa rede social. O candidato é hábil no trato com sua base de fãs e diariamente dá sua visão sobre os tópicos mais sensíveis da vez, compartilha seu dia a dia por fotos e vídeos, publica posts com a intenção de prestar contas de sua atuação e gastos como deputado federal, faz discursos sobre tópicos caros aos seguidores, acusa e se defende de acusações e gradativamente tece um emaranhado que angaria cada vez mais adeptos dentro e fora das redes, adeptos estes que não só o impulsionam à candidatura à presidência em 2018, mas compartilham de suas ideias, o defendem ferrenhamente e advogam por sua conduta e índole.

Como já discutido por jornalistas, filósofos e cientistas políticos brasileiros (ALMEIDA, 2018; PAIVA, 2018; SANTOS, 2017), a atuação de Bolsonaro e o lastro deixado por ela configura um fenômeno. Fenômeno este que é primeiramente comunicacional, dado que o palco de todas as interações e confluências se dá nas redes sociais, por intermédio da linguagem,

Objetivamos então, a partir da página de Bolsonaro e de seu protagonismo enquanto estandarte do pólo antipetista, compreender a estrutura e os fenômenos sociais advindos da rede formada em torno de Jair Bolsonaro, com foco na alimentação constante da condição polarizante da sociedade civil brasileira.

4.2 Perspectivas teórico-metodológicas de análise

A presente pesquisa propõe a união de duas metodologias, a Análise de Redes Sociais (ARS) e a Análise de Conteúdo (AC), para desempenhar uma investigação que converge as esferas qualitativa e quantitativa. Sendo assim, com a união de ambas esferas pretendemos abordar o objeto escolhido de forma mais completa e totalizante, identificando os indícios apontados pelo método quantitativo de ARS, e nos aprofundando neles por intermédio do método qualitativo da AC.

A ARS, segundo Degenne e Forsé (1999), reúne um conjunto de métodos para o estudo sistemático das estruturas sociais, conceito caro à sociologia, e consiste, conforme aponta Recuero (2014b), na união de metodologias de coleta e análise de dados empíricos, apresentando-se como uma valiosa perspectiva para o estudo de redes sociais *online*, dado seu enfoque na revelação de mecanismos e estruturas sociais através da análise de dados coletados de tais ambientes.

Conforme pontuam Scott (1988) e Degenne e Forsé (1999), a ARS possui bases em correntes teóricas antigas como a Teoria dos Grafos e a Sociometria, logo, tal abordagem teórico-metodológica não possui origem recente. No entanto, conforme pontuam Degenne et al. (1999), a sofisticação relativamente recente de seus métodos e ferramentas, em muito devido ao desenvolvimento tecnológico, questão discutida por nós nos capítulos iniciais do trabalho, elevam a ARS a um patamar que transcende o funcionalismo descritivo, oferecendo uma nova perspectiva através da qual se pode inferir sobre a fundação das estruturas sociais.

Segundo Scott (1988), a abordagem teórico-metodológica de ARS é utilizada por pesquisas de variados campos. Algumas aplicações mais recorrentes, no entanto, estão na aplicação de ARS para investigações sobre comunidades, mobilização social, estruturação social, percepções de classes, entre outros.

Conforme argumenta o autor, o foco da ARS está em investigar atores sociais, coletivos ou individuais, enquanto imersos em uma rede de conexões, sendo o pesquisador responsável pela tarefa de identificar e descrever os padrões exibidos pelas conexões entre estes atores em rede (SCOTT, 1998).

A noção de rede, portanto, é caríssima a essa abordagem teórico-metodológica e figura como espinha dorsal dos estudos que fazem uso de seus recursos e ferramentas. No entanto, o conceito de rede, como argumentam Venturini, Munk e Jacomy (2018), dada a amplificação e diversificação de seu uso, pressupõe ambiguidades. Os autores expõem que o termo rede pode igualmente se referir a uma topologia conceitual, a um conjunto de técnicas computacionais,

como os grafos por exemplo, e a uma organização hipertextual de inscrições, isto é, a relação entre conjuntos de dados.

É também na estrutura confusa e imbricada de uma rede que esses autores argumentam que está o poder de revelação das dinâmicas e dos fenômenos e estruturas sociais. Isso pois, segundo os autores, os fenômenos coletivos são melhor descritos não por sua substância, mas pelas relações que constituem uns com os outros, estas que deixam inscrições e rastros que podem ser posteriormente redirecionadas para a pesquisa social (VENTURINI; MUNK; JACOMY, 2018).

Sendo assim, a ARS é inspirada pelo pensamento relacional, recusando o substancialismo das estruturas sociais e focando nos atores e suas associações e dissociações livres. A essência da ARS, conforme convergem os autores, reside, portanto, nas conexões feitas entre os nós que formam, então, uma estrutura de rede.

Dada a formação dessa estrutura, há na ARS uma ênfase na representação visual de uma rede. Os autores afirmam que, assim como os mapas geográficos representam as propriedades de um território, a representação visual das redes atuam em um movimento de ressonância, representando as características-padrão, as diferenças e anomalias existentes na relação entre os nós de uma rede.

Logo, principalmente após o desenvolvimento tecnológico e o aumento exponencial da mediação da vida coletiva pelas infraestruturas digitais, há nas pesquisas de ARS um importante direcionamento para a visualização de dados, usando de significados e métricas gráficas como grau, centralidade, proximidade, grau de intermediação³, entre outros, para trazer sentido à espacialização da rede e apreender, assim, seu poder figurativo e ressonâncias.

No caso de nossa pesquisa, utilizamos as técnicas da ARS para compreender a frequência e conexão das palavras utilizadas e sua associação com as métricas sociais de performance, questões que detalhamos posteriormente ao descrever os operadores utilizados.

Ao analisar a frequência, pretendemos avaliar o quanto os assuntos por nós elencados são mencionados no contexto monitorado, e ao investigar sua conexão objetivamos identificar também como estes assuntos se conectam entre si, formando uma imbricada rede contedística. Desta estrutura podemos analisar como os temas são articulados, individualmente ou em conjunto, de modo a formar representações que atendem a uma pragmática ideológica.

³ O grau de um nó é determinado pelo número de arestas que se conectam a ele. Centralidade assinala importância de nós designando a eles valores numéricos que podem ser utilizados posteriormente para apontar qual o é nó mais central do grafo. A proximidade define se um nó é central a partir da sua proximidade com outros nós. O grau de intermediação é definido a partir da soma das proporções do número de menores rotas entre pares de nós que passam por um nó intermediário (EPSKAMP, 2014).

Cruzando os achados desta estrutura linguística com as métricas sociais de performance cedidas pela API da plataforma, podemos compreender os regimes de interação característicos de determinadas temáticas e conexões temáticas, estudar a natureza ideológica e as estratégias discursivas empregadas por certos nichos e atores importantes para o estudo, como os próprios objetos de pesquisa, por exemplo, e, por fim, os resultados do emprego destas estratégias em termos de repercussão no ecossistema ideológico da plataforma.

Dada a própria materialidade do método de ARS, é regular o uso de elementos estatísticos, garantindo à ARS um caráter quantitativo. No entanto, como pontua Recuero (2014b), não há impedimentos para que análises qualitativas sejam feitas ao material coletado ou ainda que métodos qualitativos sejam utilizados como complemento à ARS. Sendo assim, como pontuamos anteriormente, uniremos a dimensão quantitativa da coleta e análise de dados de redes sociais à dimensão qualitativa da perspectiva teórico-metodológica da AC.

A AC, segundo Bardin (1977), é um método de análise das comunicações por intermédio da investigação de documentos, o que implica no uso de técnicas distintas de análise e no trabalho extensivo de divisão, cálculo e aperfeiçoamento das ferramentas utilizadas. No campo das Ciências Sociais Aplicadas, a AC, além de outras possibilidades, permite o estudo de fenômenos sociais atrelados a um objeto e suas interações.

A AC, além disso, está atrelada ao próprio esforço metodológico de revelação das propriedades e características do objeto, ao ser definitiva na determinação das perguntas que a ele serão feitas e ao guiar a escolha dos operadores que serão trabalhados de forma a cumprir o objetivo da pesquisa.

Tal perspectiva teórico-metodológica em nossa pesquisa, portanto, transcende o uso instrumental e figura como esqueleto de toda a organização metodológica do trabalho, sendo chave na escolha de abordagem do objeto, na definição das perguntas feitas aos problemas de pesquisa, na elaboração e aperfeiçoamento de ferramentas e operadores utilizados e, por fim, no tratamento e análise dos dados coletados.

Ademais, ao adotar tal método, pretendemos em nosso trabalho transpor a “ilusão da transparência”, como bem pontua Bardin (1977, p. 28), recusando o que a autora chama de compreensão espontânea dos fatos sociais.

Em vista da centralidade e repercussão de Lula e Bolsonaro na política e na mídia, a compreensão espontânea dos fatos sociais neste contexto pode ser identificada nas tentativas da esfera pública de compreender e definir as causas do protagonismo social de Lula e Bolsonaro, formulando sobre eles teorias e inferindo relações com base unicamente nos pressupostos do saber subjetivo e da intuição, algo a que Bardin (1977) intitula como “sociologia ingênua”.

Para transpor tal limitação, portanto, conforme trabalhado nos capítulos iniciais do presente estudo, adotamos a abordagem qualitativa e complexificada das pesquisas em HD. Tal abordagem favorece a consciência sobre a relevância da materialidade das tecnologias digitais e comporta o esforço criativo de elaboração de novas metodologias para apreensão dos fluxos de informação e conhecimento digitais, caminhando no sentido de superar a mera acumulação de pedaços de informação para caminhar, de fato, para a compreensão dos objetos socioculturais contemporâneos e suas expressões.

Portanto, ao adotar a AC, pretendemos recusar a leitura simples do real e definir planos e metodologias próprias que visam possibilitar a transposição das aparências, o enriquecimento da leitura e a identificação de estruturas e elementos-chave de significação no corpus a ser analisado.

Para tal, a AC passará por três etapas centrais. A primeira delas se refere à pré-análise. Nela, com base em nosso objetivo e nas intuições em torno do objeto a ser analisado, trabalhamos na organização e sistematização das ideias iniciais e no desenvolvimento de um plano ordenador para a coleta e escolha dos dados.

A segunda etapa compreendeu a exploração do material através da análise panorâmica dos dados coletados. Conforme salienta Bardin (1977), a AC e os procedimentos adotados para abordar o tema pesquisado caminham no sentido de sugerir hipóteses que servem como guias para a elaboração de métodos pelo pesquisador. Tal movimento permite que o pesquisador, no decorrer da investigação, identifique e elabore novas ferramentas que sejam mais adequadas à análise que deseja empreender.

A etapa de trabalho exploratório dos dados compreendeu, então, a visão superficial do todo coletado e as primeiras tentativas de abordagem do corpus, o que levou ao enriquecimento do trabalho final e à formulação de hipóteses e questionamentos que guiaram a elaboração e aperfeiçoamento dos métodos de AC por nós adotados.

A terceira etapa de nosso trabalho, por sua vez, terá início na delimitação do conjunto de ferramentas de AC a serem usadas. A partir dessa definição, aprofundaremos a análise em torno das palavras-chave, definidas adiante neste mesmo capítulo, e suas relações para trabalharmos conceitualmente os indícios encontrados nessas estruturas a fim de propor inferências e interpretações relativas aos objetivos previstos.

No âmbito dos desafios inerentes à escolha deste método de análise, como toda técnica de investigação, a AC possui limitações intrínsecas à sua aplicação. Conforme ressalta Bardin (1977), uma das críticas mais recorrentes à AC é sua estigmatização como metodologia exclusivamente quantitativa. A abordagem quantitativa funda-se na organização da coleta e

categorização de dados e no cálculo da frequência de aparição de certos elementos das mensagens. Dessa forma, o método quantitativo visa obter dados descritivos através de métodos estatísticos, o que confere a esse tipo de análise um caráter objetivo, fiel e exato, visto os métodos utilizados (BARDIN, 1977).

Logo, dado que a etapa quantitativa será desempenhada em conjunto com a perspectiva da ARS anteriormente por nós detalhada, temos o desafio de transpor tal objetividade absoluta e evitar que o uso exacerbado de técnicas impeça que alcancemos profundidade qualitativa nas análises. Em vista disso, pretendemos não ceder à aplicação crua de técnicas e instrumentos metodológicos que objetivam somente a quantificação o objeto a ser analisado.

Para fazer frente e corroborar a análise quantitativa feita pela ARS e em parte também pela AC, daremos foco especial, em contrapartida, ao método qualitativo da AC. A análise qualitativa, segundo Bardin (1977) trata de procedimentos de ordem intuitiva, maleáveis e adaptáveis à evolução das hipóteses indicadas pelo método quantitativo, sugerindo possíveis relações entre as variáveis analisadas. Para a análise qualitativa são importantes a subjetividade, o contexto das mensagens, suas condições de produção, sua temporalidade e, por fim, as inferências e interpretações advindas dessa conjuntura.

No tocante ao nosso trabalho, a subjetividade, enquanto conjunto de ideias, significados e emoções, é de notável importância, especialmente ao se tratar de Bolsonaro e Lula, que, como pressupomos anteriormente, estressam sensibilidades e incitam posicionamentos viscerais. Além disso, ao tratarmos da subjetividade estamos considerando em nosso trabalho a dimensão onde os indivíduos instalam sua opinião pessoal, estas que serão também foco de nossa análise.

Na compreensão da subjetividade enquanto faculdade das inferências, no entanto, nos deparamos com outro desafio da AC, a neutralidade, validade e confiabilidade da pesquisa. Autores como Thompson (2000) discorrem sobre a não neutralidade do pesquisador, enquanto sujeito inserido em um contexto, temporalidade e história, o que, por vezes, resulta na interferência pessoal desses indivíduos na interpretação dos dados.

Nesse aspecto, entendemos que toda pesquisa, enquanto construção criativa, se trata de uma obra de manifestação política, logo não acreditamos e não pretendemos levantar a bandeira da isenção e neutralidade absoluta. No entanto, estamos cientes que os próprios objetos da pesquisa intrinsecamente pressupõem influências na dimensão dos afetos e da neutralidade. Nosso esforço, portanto, está concentrado em interferir minimamente de maneira pessoal na forma como o trabalho é conduzido através do detalhamento minucioso dos métodos utilizados e dos procedimentos adotados na abordagem, primando pela transparência e validade necessárias à análise.

Logo, pretendemos neste trabalho aproximar os métodos qualitativo e quantitativo de modo a complementar suas potencialidades e minimizar suas limitações. A abordagem quantitativa, embora estritamente objetiva, é útil nas fases de verificação das hipóteses. Já a abordagem qualitativa, ainda que imersa na faculdade das intuições, é proveitosa na contextualização dos dados e suscitação de pressupostos a serem verificados.

Portanto, a investigação que propomos utilizará o método quantitativo para o tratamento e oferta de material a ser analisado pelo prisma do método qualitativo e também, ao fim, para verificação da validade dos frutos dessa análise (inferências, deduções e interpretações). A partir do material tratado pelo método quantitativo, nos aprofundaremos na análise qualitativa, mas, ao contrário do que sugere Bardin (1977), não elencaremos uma amostra reduzida para que possamos analisá-la de forma aproximada e exaustiva, e sim seguiremos os pressupostos de Manovich (2001) e analisaremos o todo coletado utilizando de técnicas de visualização de dados.

Conforme já trabalhado nos capítulos iniciais deste projeto, Bardin (1977, p. 55), enquanto uma amostra reduzida nos permite identificar o “típico” e o “mais popular”, uma amostra maior e substancial nos revela as especificidades de tal atividade, ou seja, “tipos particulares de características semânticas e/ou estéticas compartilhada em números moderados”, convergindo em um dos principais objetivos da presente pesquisa.

No âmbito do percurso metodológico, o trabalho seguiu as etapas de coleta e tratamento dos dados, elaboração de ferramentas e métodos de visualização de análise do corpus coletado e, por fim, a associação da análise ao panorama teórico que traremos para complementar os resultados obtidos pela pesquisa.

4.3 Caraterização *Stilingue & War Room*

A *Stilingue*⁴ é uma empresa brasileira do ramo de Inteligência Artificial (IA) com berço na Universidade Federal de Ouro Preto e que atua na integração de times de *marketing*, atendimento ao cliente, agências de comunicação e publicidade, *Customer Relationship Management* (CRM), vendas, e-commerce, comunicação corporativa, *retail*, relações governamentais e *compliance*.

Sendo um dos expoentes brasileiros em desenvolvimento de soluções de IA focadas na língua portuguesa, a *Stilingue* afirma que tem como objetivo “liberar o tempo e libertar a mente”

⁴ <http://stilingue.com.br/>

de seus clientes de atividades operacionais diárias e provê-los de dados estruturados para aguçar a habilidade de identificação de tendências, padrões, oportunidades e insights da mente humana.

Para isso a empresa aposta no *software War Room*, tecnologia desenvolvida e educada em português brasileiro que vasculha a internet, coleta e estrutura dados automaticamente, apontando o que, quem e onde estão as conversas sobre temas estratégicos de interesse de seus clientes.

O *War Room* captura de forma integrada conversas, avaliações, opiniões e publicações em 16 diferentes canais, sendo eles *Facebook, Instagram, Twitter, Youtube, Tumblr, Google+*, portais, *blogs*, fóruns, avaliações de produtos, comentários em artigos, *Foursquare* e *ReclameAqui*. Em um módulo especial também é coletado conteúdo de mais de 1.100 veículos de TV, rádio e jornal impresso.

A coleta das publicações é feita por coletores próprios desenvolvidos pela *Stilingue*, por integrações com as APIs de cada rede social e pelo *feed* disponibilizado por *blogs* e portais. Para o módulo de imprensa (TV, rádio e jornal impresso) a *Stilingue* usa de um serviço de clipagem para inserir os dados de mídias não nativas do meio digital em sua plataforma.

Após coletadas as publicações, o *War Room* soma uma estrutura pré configurada pelo usuário à sua IA com foco em português para classificá-las automaticamente em diferentes categorias como canal, sentimento, interesses, idioma, grupo, tema, localidade, gênero, mídia, dispositivo de origem, entre outros.

Categorias como tema e grupo são definidas pelo próprio usuário ao configurar sua pesquisa, etapa que trataremos logo abaixo. Categorias como canal, localidade, gênero, mídia e dispositivo são definidos a partir dos próprios metadados enviados junto às publicações pelas APIs ou *feed* dos canais. Já categorias como sentimento, interesses e idioma são atribuídos através da IA da ferramenta. Para sentimento, por exemplo, é usado um algoritmo de processamento de linguagem natural (NLP, em inglês) onde o enunciado da publicação é lido inteiramente e para cada termo do texto é dado um valor de polaridade, negativo ou positivo. De forma simplista, ao final da análise do algoritmo, o *score* de polaridade total da publicação é definido a partir do cálculo da polaridade de cada termo presente no enunciado. De forma semelhante funciona o algoritmo de identificação de idiomas. O enunciado da publicação é lido inteiramente e seu idioma classificado como sendo de língua inglesa, espanhola, portuguesa ou de outras línguas. O *War Room* dispõe ainda de outras aplicações de IA na estruturação de dados como a visão computacional para imagens, por exemplo.


A partir dessa estruturação, o *War Room* permite, então, a identificação de diretrizes informacionais como o que estão falando, quem está falando, quando estão falando e onde estão falando.

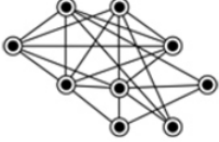
Dessa forma, para um monitoramento inteligente e uma boa estruturação de dados, o *War Room* aposta na união entre inteligência humana e artificial, oferecendo a seus usuários inúmeras opções de configuração de taxonomia, classificação automática, segmentação temática e retirando da mente humana o encargo operacional de pesquisar manualmente na internet, fazer anotações e marcar relações.

Uma das mais importantes formas de input do usuário para estruturação de dados é o que se chama de configuração de pesquisa. Na configuração o usuário definirá quase que por completo a estruturação da base coletada. Nessa área será definido o que deverá ser coletado, o que não deverá ser coletado, de quais canais serão coletadas as publicações, quais temáticas serão levantadas a partir dos dados, como tal segmentação temática se dará, como a classificação de sentimento será feita, quais as exceções que deverão ser consideradas nas classificações automáticas, quais mídias, páginas ou usuários específicos da rede deverão ser monitorados, entre outros. Portanto, na configuração de pesquisa o usuário encontrará diferentes campos para preenchimento, sendo os mais importantes os três campos iniciais de nome Contexto, Grupo e Tema.

O campo Contexto é responsável pela definição do universo da pesquisa, isto é, qual é o contexto em que o tema a ser monitorado está inserido. Logo, se o contexto em que nosso monitoramento está inserido é o de política e eleições, devemos criar uma taxonomia que traga termos que resumam em grande parte este nicho temático para que então possamos relacionar o restante da nossa busca com esse universo. Sendo assim, para o contexto de política e eleições podemos criar uma taxonomia como a destacada na imagem abaixo para definir qual o universo de nossa busca.

Figura 3 – Taxonomia de criada para delimitar o contexto da busca do painel de pesquisa

#1 DEFINIR O **CONTEXTO** DAS PUBLICAÇÕES A PESQUISAR  Monitorar buscas do **contexto**?



Título da pesquisa.

Presidenciais	presidentes	politica	políticos	candidato
candidata	presidencia	candidatando	eleicoes	eleicao
candidatura	campanha	eleitoral	eleitorais	presidenta
senado	camara dos deputados	deputado	vereador	veradores
prefeito	prefeita	governador	governadora	parlamentar
parlamentares	governo	votacao	intencao de voto	intencoes de voto
votado	votada	vereadora	parlamento	plenario
lavajato	lava jato	zelotes	mensalao	reforma politica
reforma da previdencia	reforma trabalhista	reforma previdenciaria	votar	nova clt
reforma da clt	aposentadoria	aposentado	aposentados	debate
pre candidata	pre candidato	pesquisas	corrida eleitoral	presidência
voto	turno	congresso	trf	trf1
politica	político	presidente	stf	brasileiros
brasileiro	candidatar	eleger	urnas	urna
apoio	apoiar	apoia	candidatou	pre-candidato
pre-candidata	popularidade	pre candidatura	empate técnico	roda viva
rodaviva	centraldaseleicoes	central das eleicoes	sabatina	TSE
Tribunal Superior Eleitoral	transferência de votos	transferir votos	delacao	trf 4
ministério público	propaganda	liminar	atentado	eleito
2º turno	segundo turno			

Buscas na internet e canais sociais que representam o contexto.

Digite uma busca

Use vírgula, ponto e vírgula ou pressione "enter" para separar as buscas.

Fonte: *War Room Stilingue*.

Os grupos são os motores de busca da pesquisa. Todas as palavras que são cadastradas nos grupos serão ativamente buscadas nas publicações dos canais de coleta selecionados por nós. Para nos ajudar na definição dos termos ou expressões que serão buscadas nas publicações, contamos com a ajuda de operadores específicos como &&, exatamente:, contexto:, entre outros.

Digamos, por exemplo, que desejamos buscar tudo que se fala sobre o termo “Lula”. Dado que este termo sozinho também pode se referir a um marisco, temos que definir qual Lula estamos falando. Para isso podemos utilizar operadores. O operador && nos permite formar encadeamento de termos para que estes sejam buscados somente quando aparecem juntos em uma mesma publicação. Dessa forma, se a expressão Lula&&PT for cadastrada, coletaremos somente publicações que trazem o termo Lula junto ao termo PT, não importando a ordem ou a distância entre estes termos. No entanto, várias publicações citam o ex-presidente, mas não citam o PT, então perderíamos todo esse corpo de publicações caso somente cadastrássemos esse termo. Então precisamos aumentar nosso escopo de coleta cadastrando outras variáveis como Lula&&Dilma, Lula&&Eleições 2018, Lula&&Partido dos Trabalhadores, etc.

Supondo que tenhamos ainda vários outros grupos de busca focados em figuras como Dilma Rousseff, Jair Bolsonaro, Fernando Haddad, o cadastro de tantas variáveis para cada grupo seria uma tarefa extremamente repetitiva e onerosa. Para casos como este, em que vários grupos fazem relação com o mesmo universo, podemos utilizar nosso campo Contexto. Ao utilizar o operador contexto: fazemos um link entre a palavra do grupo e com cada termo de nosso Contexto. Logo, se temos um Contexto formado pelas palavras Política, Eleições 2018, PT, PSL e Presidente, ao cadastrar o termo contexto:Lula informamos ao sistema que queremos que a palavra Lula seja buscada em conjunto com cada um desses termos. Portanto, na prática teremos cadastrado somente um descritor (contexto:Lula), mas estaremos buscando por todas as combinações do termo Lula com o Contexto: Lula&&Política, Lula&&Eleições 2018, Lula&&Partido do Trabalhadores, Lula&&Partido Social Liberal e Lula&&Presidente.

Nos grupos também podemos especificar o que não queremos coletar. Seguindo ainda o exemplo de Lula marisco versus ex-presidente, podemos negatizar termos como marisco ao uni-lo com o sinal de subtração (-marisco). Dessa forma barramos a entrada de qualquer publicação do grupo Lula que cite o termo marisco.

Passando ao próximo campo, os Temas são classificadores de todos os dados que serão trazidos pelos Grupos e pelo Contexto e não possuem atuação de motor de coleta, sendo assim, os termos cadastrados nos temas não servirão para buscar ativamente publicações na internet, mas sim para guiar a segmentação temática do que já foi coletado.

Podemos, então, criar temas para identificar em nossas publicações qualquer temática de nosso interesse. Usando nosso universo de política como exemplo, caso queiramos saber quantas publicações que citam Lula e Bolsonaro também citam corrupção, podemos criar um tema sobre corrupção e nele cadastrar diferentes termos que resumem tal temática como corrupção, corrupto, corruptos, caixa 2, vantagens indevidas, entre outros. Ao serem coletadas, as publicações passarão por todos os filtros temáticos criados e lá repousarão.

Figura 4 - Cabeçalho da configuração de pesquisa do War Room



Fonte: *War Room Stilingue*.

Após configurar a pesquisa, os dados começarão a ser coletados e estruturados de acordo com a pré configuração feita por nós e poderemos, finalmente, partir para a tarefa de análise do monitoramento criado.

Para a etapa de análise o War Room disponibiliza três áreas centrais que atendem a diferentes funções, elas são Métricas Proprietárias, SAC 3.0 e Listening. Em Métricas Proprietárias estão concentradas todas as seções destinadas à análise de Indicadores Performance (KPIs) das páginas proprietárias conectadas pelos usuários à ferramenta (*owned media*). A área SAC 3.0, por sua vez, foi desenvolvida com o intuito de servir como uma central de relacionamento/atendimento ao cliente com foco também em suas páginas proprietárias. Já a área Listening é destinada às mídias e autores não proprietários, isto é, às publicações orgânicas sobre determinado tema e/ou marca (*earned media*). A análise perpetrada por esta pesquisa utilizou predominantemente a área de Listening.

Em Listening, são seis grandes seções que estruturam as publicações coletadas e classificadas em mais de 30 diferentes tipos de relatórios, gráficos, grafos, listas, imagens e mapas, todos customizáveis e exportáveis. Passaremos brevemente por todas.

A primeira seção, de nome **Publicações** é dedicada à visualização, classificação e exportação das publicações coletadas pela pesquisa. Essa seção concentra as áreas **Mural de Publicações**, mural formado por todas as publicações coletadas, **Mídias Visuais**, galeria formadas por todas as imagens captadas pela pesquisa, **Classificar**, dedicada para a manipulação de dados de classificação dos posts captados, **Arquivos**, formada pelos arquivos manualmente criados pelos usuários e **Central de Exportações**, dedicada à exportação de grandes volumes de dados da pesquisa.

Logo abaixo temos a seção **Imprensa** que concentra as áreas **Mural de Imprensa** e **Resumo**, dedicadas exclusivamente à exibição de publicações coletadas de canais de informação noticiosa. Nessa seção estarão concentradas também as publicações de mídias não nativas do meio digital (TV, rádio e jornal impresso) juntamente com métricas próprias destes meios como equivalência publicitária, minutagem, centimetragem, entre outras.

Em seguida temos a seção **Resumo** que concentra áreas responsáveis por sumarizar todos os dados coletados. Na área de nome **Visão Geral** temos um relatório completo do monitoramento, trazendo diversos gráficos e listas que informam sobre os principais grupos, temas, *tags*, *hashtags*, domínios, *links*, interesses, canais, influenciadores, dispositivos, regiões e termos encontrados entre as publicações do monitoramento. Em **Estatística** estão concentradas as estatísticas de todos os dados coletados até o momento pela pesquisa.

A seção **Descobrir** é subdividida em quatro subseções. Em **O QUE estão falando** temos as áreas **Matriz Comparativa**, gráfico que traz uma visão atemporal da segmentação entre grupos e temas da pesquisa; **Ranking/Evolução**, gráfico que representa um ranqueamento evolutivo de grupos e temas; **Termos no Tempo**, gráfico que representa a evolução de termos frequentes através do volume de publicações coletadas ao longo tempo; e **Termos Correlacionados**, grafo que correlaciona os principais termos das publicações entre si ao longo do tempo, formando padrões de narrativa. Em **QUEM está falando** temos a área **Ranking AAA de Influência**, ranking de grau de influência dos publicadores da pesquisa formado pelas pontuação de Alcance, Atratividade e Afinidade (AAA); **Comparar Influenciadores**, funcionalidade de comparação de influenciadores entre si; **Principais interesses**, grafo formado por agrupamento de influenciadores por ordem de interesse de seu conteúdo; **Rede de Influenciadores e Rede de interações**, áreas destinadas à visibilidade das redes formadas pelas relações e interações entre os influenciadores contidos na pesquisa; e **Influenciadores x Termos**, gráfico formado pelos principais influenciadores contidos na pesquisa e sua relação com os principais termos encontrados entre as publicações. Em **ONDE estão falando** temos um mapa onde é exibida a geolocalização dos usuários publicadores da pesquisa. Finalizando a seção Resumo temos a área **QUANDO estão falando** que traz gráficos que representam a distribuição temporal das publicações coletadas.

Finalizando as seções, temos a área de nome **Boards**, onde são disponibilizados gráficos que sumarizam todos os dados coletados nas últimas 24 horas de forma visual e interativa, e **Alertas** onde avisos a serem enviados para o usuário via email podem ser configurados de acordo com condições específicas.

Todas as áreas do *War Room* citadas acima contam com um detalhado filtro que é dividido em 5 áreas, sendo elas: O que, Quem, Quando, Onde e Edição & Classificação. No total são 25 opções de customização que concedem ao *War Room* boa profundidade e uma infinidade de entrecruzamentos.

Tendo em vista nosso exemplo de configuração dado anteriormente, é possível fazer entrecruzamentos que revelam, por exemplo, quais os termos mais usados por perfis de organizações que possuem mais de 10.000 seguidores no *Facebook* ao falar positivamente de Lula e Bolsonaro sobre as temáticas Corrupção e Economia no mês de outubro de 2018, ou então quais os temas mais abordados por publicações que possuem mais de 100.000 curtidas postadas por perfis femininos do *Instagram*, entre outros tipos de entrecruzamentos.

Figura 5 - Filtro de publicações do software War Room

Fonte: *Stilingue War Room*

O *War Room* também oferece uma variedade de maneiras de manipulação dos dados para que seus usuários possam atuar ativamente na estruturação dos dados, mesmo após as etapas de configuração iniciais. Para Listening, principalmente pela área Classificar da seção Publicações, é disponibilizado ao usuário a possibilidade de alteração de grande parte das classificações dos posts como grupos, temas, interesses e sentimento. É possível ainda criar *tags* para marcar publicações sobre episódios ou temáticas específicas, como o atentado a Bolsonaro, por exemplo, e, por fim, a criação de arquivos que responsáveis por fazer coletâneas de publicações que podem, posteriormente, serem acessadas de forma facilitada.

Tendo em vista todas as possibilidades tratadas acima, o *War Room* se apresenta como uma poderosa ferramenta que dispõe de tecnologias de ponta para a área de monitoramento de redes sociais e que apresenta distinta visão em relação ao papel decisivo do analista nas fases de estruturação, tratamento e análise dos dados, contribuindo não só na otimização do tempo e trabalho do analista, mas, ao muni-lo com evidências bem estruturadas, no aguçamento de sua percepção de narrativas, padrões, oportunidades e geração de *insights*. É também importantíssimo para a compreensão da composição cultural desta ferramenta o fato de que toda a tecnologia empregada pela *Stilingue* para coleta e classificação de dados foi feita por e para brasileiros com total foco na língua portuguesa, o que diferencia a pesquisa dos tradicionais métodos digitais anglo-americanos empregados pelo campo de HD, conforme aponta Fiorimonte (2012).

4.4 Caracterização da amostra, ferramentas acionadas e operadores de análise

Para a etapa inicial, a coleta de dados, utilizamos então o *War Room*, software de monitoramento de conteúdo e influenciadores da empresa *Stilingue*. Como dito anteriormente, utilizando IA, o software vasculha, coleta e classifica publicações de diversas fontes de informação na internet como *blogs*, portais de notícias, fóruns e redes sociais. Para a presente pesquisa focaremos a coleta de dados nas páginas de Lula e Jair Bolsonaro na rede social *Facebook*.

As redes sociais, com ênfase na palavra rede, possuem papel central nas discussões e objetivos de nosso trabalho. Conforme tratado nos capítulos teóricos anteriores, nossa época e sociedade passam por um aumento exponencial da mediação digital de suas atividades. De acordo com Venturini, Munk e Jacomy (2018), quanto mais mediada pelas infraestruturas digitais, mais a vida coletiva se assemelha e se organiza em forma de rede.

Portanto, as redes sociais, conforme salienta Recuero (2011), protagonizam a reorganização e complexificação das relações sociais. Os indivíduos utilizam tais meios para se reencontrarem e estabelecerem novas conexões com outros indivíduos, seja pelo apelo social da conexão ou por simples lazer.

Além disso, as redes sociais figuram como uma das principais circuladoras de informação do mundo. Conforme estudo veiculado pela *CBS News*, nos EUA 60% das pessoas se informam e acompanham notícias pelas redes sociais. Em nível nacional, Ortellado (2017 apud OLIVEIRA, 2017) comenta que o *Facebook* é um dos pilares de informação no Brasil e a segunda principal forma de busca por informação depois da TV.

Ainda no âmbito das notícias, é possível interagir com os relatos, curti-los, compartilhá-los, comentar a respeito e, através desses espaços de conversação, os indivíduos podem discutir os acontecimentos que afetam suas vidas direta ou indiretamente. Dado que qualquer indivíduo pode ser um criador ou distribuidor de conteúdo, as redes sociais se tornam, então, potenciais espaços de mobilização, de acordo com Recuero (2011).

Também dotadas do poder de amplificar a repercussão das interações, as redes sociais se apresentam como campo fértil para a mobilização social, favorecendo o surgimento de novas formas de ativismo. Essa amplificação, no entanto, também acontece para a desinformação e distorções informacionais, contribuindo para questões como *fake news*.

Ademais, na materialidade das redes sociais encontra-se a mais importante discussão de nosso trabalho. As redes sociais são formadas pela concretude de seus algoritmos e pela apropriação de seus usuários. Os espaços criados pelas redes sociais são moldados por seus

algoritmos, mas utilizados em conformidade com as características de uso de seus usuários, como aponta Recuero (2011), o que confere às redes propriedades singulares, algumas destas que pretendemos problematizar no presente trabalho.

Uma das propriedades que tratamos em nosso trabalho será, então, o potencial de clusterização das redes. Em nossas sessões diárias nas redes sociais constantemente interagimos com pessoas e conteúdos, sinalizando o que gostamos, o que não gostamos, o que queremos ver, o que não queremos ver, o que compactuamos ou deixamos de compactuar. Tais interações, conforme pontuamos em capítulo anterior, consistem em *feedbacks* que alimentam os algoritmos das redes sociais e que posteriormente formarão os próprios critérios de curadoria do que será apresentado em nosso *feed* diário de informações.

Aquilo com que partilhamos ideais, sinalizamos como interessante e referendamos é privilegiado em nosso *feed* diário de informação. Já aquilo com o que não concordamos - outras maneiras de enxergar o cerne de discussões, por exemplo - é assinalado como menos interessante ou com menor relevância. Sendo assim, o conteúdo que está de acordo com nossas preferências é privilegiado em detrimento das informações com as quais não somos partidários, favorecendo as chamadas bolhas (PARISER, 2012) e a polarização.

É importante destacar, no entanto, que tal curadoria e hierarquização de relevância da informação nas redes sociais não acontece pela agência consciente e deliberada de seus usuários e sim é um reflexo que remonta as preferências reveladas por suas ações nestes ambientes.

No que concerne aos debates travados nesse ambiente, há também atenuantes que favorecem a polarização. Conforme argumenta Sodré (2014), os indivíduos possuem a necessidade de se comunicar, transpor diferenças e colocar as ideias em comum através da comunicação. Ao colocar as ideias em comum damos o primeiro passo para a formação de comunidades, ou seja, entidades do comum estabelecidas entre indivíduos. Nas redes sociais, portanto, há um apelo para a tomada de posição ao passo que também há um apelo para o pertencimento a uma comunidade, um grupo.

Tendo em vista os procedimentos de anamnese e as interações feitas nos acontecimentos veiculados nas redes sociais, trabalhamos em um movimento constante de demonstrar as pulsões afetivas que temos ao entrar em embate com tais acontecimentos e as pulsões que expressamos geram uma segunda onda de pulsões em nossa comunidade de seguidores, o que faz com que eles se atraiam ao nosso ponto de vista, o referendando, ou nos identifiquem enquanto pertencente a um espectro político antagônico.

Além desse ponto, diversas outras críticas são feitas às redes sociais enquanto mecanismos de simplificação do imanência social. Por esse prisma podemos, portanto, refletir

sobre o argumento de pesquisadores, filósofos e profissionais do mercado ao questionar que ao passo que a evolução das tecnologias de comunicação expandiu nosso mundo e diminuiu a distância entre as pessoas, as redes sociais trabalham no sentido oposto, isto é, no encolhimento e polarização de nossas visões de mundo.

A respeito disso, Bauman (2017), conforme tratado nos primeiros capítulos deste estudo, comenta que as redes sociais minam as ligações humanas e os laços sociais. De acordo com o autor, as redes sociais formadas *online* são concebidas pelas ações de conectar e desconectar. A facilidade de se conectar a outros é notória, no entanto, o que o filósofo aponta como o maior atrativo das redes sociais *online* é a facilidade de desconectar.

A desconexão nas redes sociais, segundo o autor, é facilitada, pois o laço criado entre as partes não compreende uma complexificação social como aqueles criados na comunidade, instituição que precede os indivíduos. Já as redes, existentes graças à ligação entre seus nós, oferecem facilidade de desconexão pois não gozam da solidez dos laços sociais de outrora (BAUMAN, 2017).

Bauman (2017), a esse respeito, comenta que o significado de amizade nos tempos das redes é outro totalmente diferente e mais simplificado que o significado de amizade no tempo das sólidas comunidades. Este é, de acordo com o filósofo, o grande atrativo das redes sociais, isto é, a segurança e facilidade com que os indivíduos podem se desconectar uns dos outros sem que demais traumas surjam destes eventos.

Grosser (2014), por outro lado, critica as redes sociais enquanto instâncias homogeneizantes das atividades sociais. Segundo o autor, pensamentos individuais e ideias são agregadas em uma única interação, de modo que coisas diferentes são feitas equivalentes pela materialidade própria das redes sociais. Milhares de perspectivas são reunidas em um mesmo arcabouço causal, pois curtiram ou reagiram de determinada forma a um conteúdo ou produto veiculado nas redes sociais, singularizando diferentes perspectivas em um único valor de interações e substituindo indivíduos, emoções e eventos por números. Logo, segundo o autor, tais agregações homogeneizam identidades e limitam como a individualidade pode ser representada no sistema e percebida por outros indivíduos.

Tal simplificação de diferenças é promovida pela forma própria como as redes sociais são programadas e construídas enquanto negócios capitalizados pela venda de anúncios segmentados e pela limitação tecnológica atual incapaz de dar conta de toda a pluralidade da vida social, o que culmina na criação de perfis enganosamente simples de interesse e identidade dos usuários.

Adiante, uma das muitas críticas às redes sociais tecidas por Jaron Lanier, filósofo computacional e cientista da computação estadunidense, está relacionada ao efeito psicológico que essas podem ter especialmente em pessoas em processo de formação.

Segundo Lanier (2017), a formação de personalidades e construção de relacionamentos nas redes sociais não é influenciada diretamente, mas moldada pela materialidade das redes sociais. De acordo com o cientista, nas redes sociais são oferecidas maneiras específicas de se portar em sociedade. Quando se está em um relacionamento, exemplifica o autor, é preciso escolher em qual categoria sua relação se enquadra. Além disso, como exemplificamos anteriormente, na própria forma de manifestação social via interações há implicações de ordem econômica, política e sociológica que atuam diretamente no comportamento dos indivíduos (GROSSER, 2014).

Em suma, não há uma influência ou manipulação direta, mas há uma gradual conformação a um modelo digital que, segundo Lanier (2017), limita a habilidade criativa das pessoas em se inventar e criar formas de existência que comportem o seu eu no mundo.

Esses e outros tantos efeitos estão intrinsecamente conectados à forma como as redes sociais e seus algoritmos são programados e em como tais redes são apropriadas e utilizadas por seus usuários. Dessa forma, a escolha das redes sociais como palco da pesquisa está ligada ao objetivo primário do trabalho que é verificar como as tecnologias digitais produzem mudanças epistêmicas em nossa sociedade e em todas suas esferas.

Aprofundando os esclarecimentos sobre a seleção feita para a coleta, a escolha da rede social *Facebook* se justifica também por uma série de motivos. O primeiro deles é relativo à sua amplitude de uso. Segundo pronunciamento⁵ feito pelo presidente-executivo da rede social em novembro de 2017, o *Facebook* possui mais de 2 bilhões de usuários ativos por mês, o que lhe confere o título de rede social mais usada no mundo.

É também no *Facebook* onde está presente a maior base de fãs de Jair Bolsonaro e Lula, objetos de nossa pesquisa. Em consulta no mês de agosto de 2018, Bolsonaro possuía 5,5 milhões de seguidores no *Facebook*, seguido por 1,4 milhão no *Instagram*, 1,2 milhão no *Twitter* e 667 mil no *Youtube*. Lula, por sua vez, em consulta no mesmo período, possuía 3,5 milhões de seguidores no *Facebook*, seguido por 380 mil seguidores no *Twitter*, 342 mil no *Instagram* e 65 mil no *Youtube*. Dessa forma, os perfis de Jair Bolsonaro e Lula no *Facebook* não só são os mais ativos, mas o de maior alcance e, por consequência, maior potencial de influência.

⁵ *Facebook* alcança 2,07 bilhões de usuários no mundo. Ver: <http://link.estadao.com.br/noticias/empresas,facebook-alcanca-2-07-bilhoes-de-usuarios-no-mundo,70002069551>

Logo, a materialidade do *Facebook* somada ao seu alcance e amplitude de uso tornam essa rede social um meio massivo que produz efeitos profundos na sociedade e, em especial, na forma como o brasileiro discute política na esfera nacional.

Já a escolha de Lula e Bolsonaro se justifica pelo seu protagonismo nas redes sociais e pelas redes formadas em torno destas figuras. Segundo análises prévias feitas utilizando o *software War Room*, Jair Bolsonaro e Lula são os nomes com maior pontuação de influência nas redes sociais entre os pré-candidatos às eleições de 2018. Para determinar tal coeficiente de influência, foi feito um estudo prévio onde foram analisados os perfis no *Facebook* de Jair Bolsonaro, Lula, Aécio Neves, Geraldo Alckmin, José Serra, Marina Silva, Ciro Gomes, Cristovam Buarque e João Dória. A escolha desses perfis se justifica, pois na estruturação da coleta de dados iniciada em maio de 2017 estes eram os nomes mais cotados para disputar as eleições presidenciais de 2018.

Adiante, a pontuação de influência no *War Room* é calculada com base nos critérios de Atratividade, Alcance e Afinidade do influenciador. A Atratividade diz respeito ao engajamento dos seguidores com os posts publicados pelos seus respectivos influenciadores. Sendo assim, quanto mais curtidas, comentários e compartilhamentos possuem as publicações de cada influenciador, maior será sua pontuação de atratividade.

A pontuação de Alcance, por sua vez, é determinada a partir do alcance potencial do influenciador. Sendo assim, quanto mais seguidores e maior o número de interações de suas publicações, maior será o alcance de determinado influenciador na rede.










Para o cálculo da Afinidade são levados em conta o volume e o conteúdo das publicações. O volume é calculado a partir da contagem das publicações feitas pelo influenciador, já a percepção do conteúdo é baseada em uma comparação feita entre os termos existentes nas postagens de maior engajamento dos influenciadores com os termos cadastrados na configuração da pesquisa feita por nós para a busca de publicações na rede.

As pontuações de Afinidade, Atratividade e Alcance vão de 0 a 100, de forma que o usuário com maior alcance, por exemplo, receberá pontuação máxima (100) e a pontuação dos demais será calculada em relação ao alcance do influenciador que recebeu o valor máximo naquele determinado quesito. Isto é, todas as pontuações são calculadas de acordo com a base de dados que se está analisando, portanto um mesmo influenciador, ao ser analisado em bases de dados diferentes, pode receber diferentes pontuações.

Por fim, para a pontuação geral é feita uma média simples das três pontuações - Atratividade, Afinidade e Alcance $(A+A+A/3)$ - de forma que o perfil com maior pontuação geral é tido como o de maior influência no universo analisado.

Na figura abaixo temos, então, o *ranking* contendo todos os perfis monitorados por nossa pesquisa. Conforme evidenciado, o perfil de Jair Bolsonaro no *Facebook* lidera em duas das três pontuações de influência, já o perfil de Lula lidera a pontuação de afinidade e segue em segundo colocado nas pontuações e Atratividade e Alcance.

Figura 6 - Ranking de influência dos perfis dos pré-candidatos no Facebook

INFLUENCIADORES	POSIÇÃO	PONTUAÇÃO	ATRATIVIDADE ☺	AFINIDADE ☺	ALCANCE ☺
 Jair Messias Bolsonaro (@jairmessias.bolsonaro)	1	98,42	100,00	95,33	100,00
 Lula (@Lula)	2	81,43	69,09	99,94	78,20
 João Doria (@jdoriajr)	3	67,81	44,03	96,35	73,51
 Geraldo Alckmin (@geraldoalckmin)	4	29,98	6,60	96,57	42,30
 Marina Silva (@marinasilva.official)	5	29,26	3,91	95,20	67,29
 Ciro Gomes (@cirogomesoficial)	6	20,47	4,06	100,00	21,16
 Cristovam Buarque (@Cristovam.Buarque)	7	17,05	1,85	93,19	28,75
 José Serra (@JoseSerraOficial)	8	12,54	1,00	95,13	20,75
 Aécio Neves (@AecioNevesOficial)	9	5,84	2,23	1,00	89,13

Fonte: *War Room Stilingue*.

A Atratividade de Bolsonaro possui valor máximo (100), o que significa que suas publicações, entre as publicações de todos os perfis monitorados, são as que possuem maior engajamento, ou seja, maior número de curtidas, compartilhamentos e comentários. Com base nessa métrica podemos afirmar que no período de maio de 2017 a março de 2018, as publicações criadas pela página de Jair Bolsonaro no *Facebook* (@jairmessias.bolsonaro) foram as que mais obtiveram interações dentro todos os perfis analisados, mantendo ainda uma significativa diferença para o segundo colocado, a página de Lula no *Facebook* (@Lula).

Traçando uma breve comparação entre as pontuações de Atratividade, Lula, segundo colocado em atratividade com 81,43 pontos, reúne em suas publicações 17.730.005 interações. Bolsonaro, por sua vez, enquanto primeiro colocado soma 26.487.315 interações. É importante observar, também, que o perfil de Bolsonaro consegue obter mais interações que o perfil de Lula possuindo menos da metade de publicações, o que evidencia a diferença da taxa de engajamento entre os perfis.

Figura 7 - Cabeçalhos da função Zoom do War Room, identificando as principais métricas dos perfis de Lula e Bolsonaro no Facebook durante o período de maio de 2017 a março de 2018

ZOOM	Publicações	Interações	Total Pessoas	Alcance Potencial					
	882	26.487.315	1	1.044.639					
Intervalo de datas: 01/05/2017 00:00 a 06/03/2018 23:59, Canais: Facebook, Grupos: Redes Bolsonaro									
ZOOM	Publicações	Interações	Total Pessoas	Alcance Potencial					
	1.969	17.730.005	1	635.436					
Intervalo de datas: 01/05/2017 00:00 a 06/03/2018 23:59, Canais: Facebook, Grupos: Redes Lula									

Fonte: War Room Stilingue.

No âmbito do Alcance, Bolsonaro também possui pontuação 100, o que é reflexo do tamanho de sua base de fãs. Em uma nova comparação, Lula possui 3.163.857 seguidores no Facebook, o que lhe confere 635,436 de alcance potencial. Já Bolsonaro possui 5.295.186 seguidores, totalizando 1.044.639 de alcance potencial e o colocando como o primeiro colocado neste quesito.

Por fim, Lula possui 99,94 de afinidade com nossa pesquisa enquanto Bolsonaro possui 95,33 pontos. Como detalhamos na caracterização da amostra feita anteriormente, nossa primeira pesquisa foi criada unicamente com operadores de coleta de publicações, sendo assim não há na configuração da busca nenhum termo que remeta a algum conteúdo específico. Logo, para o cálculo da pontuação de Afinidade de nossa busca somente a quantidade de publicações está sendo levada em conta. Sendo assim, a primeira colocação de Lula nessa métrica pode ser justificada pelo seu alto número de publicações, excedendo o número de publicações feitas por Bolsonaro e os demais monitorados

Em termos gerais, tendo em vista a Figura 6, onde estão elencados em ordem de grandeza as páginas de todos os candidatos monitorados, podemos constatar que as pontuações gerais de influência de Jair Bolsonaro (98,42 pontos), Lula (81,43 pontos) e João Dória (67,81 pontos) formam um grupo distinto de grau de influência maior que o restante dos candidatos. Isso pois o quarto colocado nesse *ranking*, Geraldo Alckmin, possui 29,98 de pontuação geral, o que representa menos da metade do terceiro colocado, João Dória, e praticamente três vezes menos pontos de influência que Lula e Bolsonaro. Abaixo de Alckmin temos ainda Marina Silva (29,26 pontos), Ciro Gomes (20,47 pontos), Cristovam Buarque (17,05 pontos), José Serra (12,54 pontos) e Aécio Neves (5,84 pontos).

Portanto, dada a análise feita, os perfis de Bolsonaro e Lula no Facebook são os que possuem maior potencial de influência entre os perfis analisados, o que os torna pertinentes e valiosos para o estudo de caso que desenvolvemos e para os objetivos da presente pesquisa.

No tocante à coleta de dados, para cumprir o objetivo do presente trabalho criamos no *War Room* dois diferentes monitoramentos. O primeiro deles teve como objetivo propiciar a análise que fizemos logo acima, oferecendo meios para identificação do potencial de influência dos perfis do *Facebook* dos pré-candidatos à presidência de 2018. Para isso foi criado um painel, nome do banco onde se configura e armazena os dados da busca no *War Room*, focado na coleta de 100% das publicações das páginas do *Facebook* @jairmessias.bolsonaro, @Lula, @jdoriajr, @geraldoalckmin, @marinasilva.oficial, @cirogomesoficial, @Cristovam.Buarque, @JoseSerraOficial e @AecioNevesOficial.

Nessa pesquisa foram criados grupos distintos para cada página, onde somamos o operador de coleta de publicações do *Facebook* no *War Room* (*facebookid*:) ao id de usuário de cada um dos perfis. Sendo assim, cada grupo criado na pesquisa possuía o operador *facebookid*: associado ao seu respectivo id de usuário, como mostrado na figura abaixo.

Figura 8 - Detalhamento da configuração para coleta de publicações proprietárias de Lula e Bolsonaro

The image shows two configuration panels for data collection groups in the War Room system. Each panel includes a title field, a search ID field, and a search input field.

GRUPO A (Teal circle):

- Title: Lula
- Search ID: facebookid:267949976607343
- Search Input: Digite uma busca

GRUPO B (Red circle):

- Title: Jair Bolsonaro
- Search ID: facebookid:211857482296579
- Search Input: Digite uma busca

Below each panel is the instruction: "Use vírgula, ponto e vírgula ou pressione 'enter' para separar as palavras/regras".

Fonte: *War Room Stilingue*.

A primeira pesquisa foi iniciada ao dia 10 de maio de 2017 e se manteve operante até 1º de agosto de 2018, data em que foi desativada. Durante este intervalo foram coletadas mais

de 6 mil publicações dos perfis monitorados que embasaram toda a fase de pré-análise do estudo e foram decisivas na escolha de seus objetos.

O recorte temporal da primeira pesquisa foi relevante, pois compreendeu o período de amplo debate nas redes sociais sobre as eleições 2018, comportando especulações sobre possíveis candidaturas e discussões sobre a competência, índole e elegibilidade dos pré-candidatos.

Já a segunda pesquisa foi criada com o propósito específico de servir aos objetivos gerais do trabalho, sendo o principal deles identificar, através de um estudo de caso das páginas de Jair Bolsonaro e Lula no *Facebook*, como a materialidade e apropriação das redes sociais promovem mudanças epistêmicas na sociedade e em suas formas de organização e expressão.

Para embasar nosso estudo, portanto, criamos uma nova pesquisa com a finalidade de coletar 100% das publicações feitas especificamente pelos perfis oficiais de Jair Bolsonaro e Lula no *Facebook*.

Para atender ao primeiro ponto de coleta, foram configurados grupos que seguem o mesmo padrão esclarecido anteriormente, utilizando o operador *facebookid*: em conjunto com os ids das páginas de Jair Bolsonaro e Lula.

Em relação ao recorte temporal, a segunda pesquisa foi criada em 1º de agosto de 2018 e recebeu uma carga retroativa de dados contemplando o período de 7 de outubro de 2017 a 1º de agosto de 2018. Isto é, apesar da pesquisa ter sido criada em agosto de 2018, dados criados a partir de outubro de 2017 pelas páginas monitoradas foram minerados pelos coletores da *Stilingue* e indexados à nossa pesquisa no *War Room*. Sendo assim, em termos práticos, o banco de dados de nossa segunda e definitiva pesquisa é formado por publicações e comentários das páginas de Jair Bolsonaro e Lula criados a partir do dia 7 de outubro de 2017.

O recorte temporal da segunda pesquisa é relevante pois compreende o intervalo entre 7 de outubro de 2017 a 7 de outubro de 2018, comportando os 365 dias anteriores ao início das eleições presidenciais de 2018, marcada pela votação do primeiro turno no dia 7 de outubro de 2018. Até o momento foram coletadas 2.570 publicações feitas pelo perfil de Lula, 1.130 publicações feitas pelo perfil de Jair Bolsonaro, 4.062.372 comentários feitos nas publicações da página de Lula, 3.207.214 comentários feitos nas publicações da página de Bolsonaro, 2.630.865 publicações que falam de Bolsonaro fora de seus canais proprietários e 3.624.122 publicações que falam de Lula fora de seus canais proprietários, totalizando um corpus de 13.527.143 publicações.

Durante o período de pré-análise e escolha de coleta dos dados, fase em que estabelecemos os primeiros contatos com os dados coletados pela segunda pesquisa,

trabalhamos no afinamento das metodologias de abordagem do corpus e na elaboração dos operadores de análise de forma a qualificar o corpus para empreender as análises objetivadas.

Assim sendo, para atender aos objetivos da pesquisa estabelecemos dois operadores de análise, eles são: 1) performance da publicação e 2) categorias temáticas para AC. Ambos os artifícios (performance e categorias temáticas), portanto, nos guiaram na exploração do banco de dados coletado e na revelação de suas propriedades de forma a perseguirmos os objetivos do estudo.

Quadro 1 - Detalhamento dos operadores de análise

Performance	Número de curtidas Número de comentários Número de compartilhamentos
Categorias temáticas	Eleições, Saúde, Educação, Manifestações, Ciência & Tecnologia, Economia, Emprego, Meio Ambiente, Transporte, Segurança, Cultura & Arte, Direitos Humanos, Minorias, Religião, Fake News, Drogas, Esportes, Turismo, Saneamento Básico, Pesquisas de opinião, Intenção de Voto, Corrupção, Feminismo, LGBT, Racismo, Família, Justiça, Povo, Política Externa, Lula, Manuela D'Ávila, Fernando Haddad, Jair Bolsonaro, General Mourão, Ciro Gomes, Kátia Abreu, Geraldo Alckmin, Ana Amélia, Guilherme Boulos, Sônia Guajajara, Cabo Daciolo, Suelene Balduino, Marina Silva, Eduardo Jorge, João Amoedo, Christian Lohbauer, Alvaro Dias, Paulo Rabello, Henrique Meirelles, Germano Rigotto, Esquerda, Direita, Agronegócio

Fonte: Elaboração própria.

No tocante ao detalhamento de tais estruturas metodológicas, para o primeiro operador, Performance, foram analisadas as métricas sociais das publicações. As métricas são 1) número de curtidas, 2) número de comentários e 3) número de compartilhamentos. A captação e atualização das métricas é feita automaticamente pelo *War Room* e são exibidas junta ao *card* de cada publicação na ferramenta (figura 9) e também reunidas para formar diversos gráficos disponibilizados pela plataforma da *Stilingue*.

Figura 9 - Destacadas em amarelo, da esquerda para a direita, as métricas sociais de curtidas, compartilhamentos e comentários



Fonte: *War Room Stilingue*.

As métricas das publicações contribuem para a análise ao se apresentarem como indicadores do engajamento geral de tipos de conteúdo, autores e estratégias conteudísticas, além de indicarem também o tipo de comportamento que cada uma dessas esferas estimula nos usuários através da especificação do tipo de interação de cada publicação.

Passando ao segundo operador, com as categorias temáticas objetivamos criar um aparato para analisar o conteúdo de milhões de enunciados de forma automatizada e facilitada. Para isso, ssando do *War Room*, criamos então categorias temáticas formadas por palavras que, ao serem citadas pelas publicações, indicavam para a ferramenta que determinado rótulo temático deveria ser atribuído automaticamente para o conteúdo. Logo, exemplificando, a categoria de nome “Religioso” será concedida a uma publicação caso ela cite algum dos seguintes termos: Religião, católico, deus, abençoê, Nosso senhor, jesus, cristo, evangelho, evangélico, bíblia, católica, catolicismo, cristianismo, umbanda, espírita, judeu, judaísmo, papa, padre, padres, pastor, pastores, missa, intolerância religiosa, estado laico, igreja, igrejas, bispo e bispos. É possível também procurar por um termo ligado a outro utilizando o operador && do *War Room*. Nesse caso, a classificação só ocorrerá caso ambos os termos sejam

identificamos no enunciado da publicação como, por exemplo, eleições&&2018. É importante destacar, também, que o sistema não diferencia acentuação ou caixa do texto ao vasculhar as publicações, logo, caso o termo “eleições” seja cadastrado na configuração da categoria temática, todas suas variações (eleições, eleicoes, ELEICOES, ELEIÇÕES, Eleições, Eleicoes, entre outros) serão identificadas corretamente, excetuando casos em que há adição de novos caracteres ou de caracteres diferentes. Nesses casos cadastramos também variações como plural, neologismos, grafias erradas, mas de comum uso, termos pejorativos e ofensivos, entre outros.

No quadro a seguir detalhamos, de forma geral, como foram escolhidos os termos de cada categoria temática por nós definida.⁶

Quadro 2 – Resumo das taxonomias das temáticas elencada

Saúde	Termos relativos à unidades de saúde, nome de profissões da área de saúde, organizações nacionais e internacionais de saúde, nome de doenças, condições clínicas, programas da área de saúde.
Educação	Nome dos níveis de ensino, nome de programas da área de educação, nome de serviços oferecidos em escolas e creches.
Manifestações	Nome de manifestações conhecidas, variações e sinônimos do termo manifestação, localidades comumente utilizadas para manifestações junto às variações do termo manifestação.
Ciência & Tecnologia	Variações dos termos tecnologia e ciência, órgãos do campo de ciência e tecnologia, termos relativos à internet, localidades conhecidas por desenvolvimento tecnológico.
Economia	Termos técnicos do campo, órgãos reguladores da área, reformas que impactam a área, nome de impostos, variações e sinônimos dos termos imposto e economia.
Emprego	Variações e sinônimos do termo emprego, órgãos públicos da área, condições trabalhista, direitos trabalhistas.
Meio Ambiente	Desastres ambientais recentes, órgãos públicos da área, mazelas que afetam o meio ambiente, localidades e características próprias do campo.

⁶ Para a lista completa dos termos acesse: <http://bit.ly/tematicasppgcomufop>

Transporte	Meios de transporte, vias de transporte, órgãos públicos da área, variações do termo transporte.
Segurança	Órgãos públicos da área, tipos de quebra de segurança e da lei, facções criminais nacionais, negatização de termos utilizados como xingamento, negatização de termos que são confundidos com os do tema corrupção.
Direitos Humanos	Variações do termo direitos humanos, órgãos públicos da área, órgãos internacionais da área, temáticas debatidas e distorções sarcásticas do termo direitos humanos.
Minorias	Listagem de variadas minorias, termos pejorativos usados para definir minorias, nomes de leis de defesa a minorias e nome de políticas públicas de proteção a minorias
Religião	Nomes de variadas religiões, nomes de cultos, nomes de figuras bíblicas e nome de profissionais da área.
Fake News	Variações do termo fake news em inglês e português, combinações de nomes de jornais e profissionais da área com variações do verbo "mentir" e variações do termo desinformação.
Drogas	Nome de variedades de entorpecentes e variação de termos que referenciam usuários de drogas.
Esporte	Nome de diferentes modalidades de esportes, órgãos públicos da área e nome de eventos importantes da área.
Turismo	Variações dos termos turismo e viagem, órgãos públicos da área e nome de campanhas de turismo nacionais.
Saneamento Básico	Variações dos termos esgoto, água tratada e saneamento, órgãos públicos da área e nome de crises recentes da área
Pesquisa de opinião	Variações da expressão "pesquisa de opinião", nome de diferentes empresas divulgadoras de pesquisas eleitorais, expressões técnicas do campo de pesquisa de opinião.
Intenção de Voto	Expressões que caracterizam a intenção de voto dos usuários como "vou votar", "votarei no", etc.
Corrupção	Variações do termo corrupção, variadas formas de

	<p>corrupção, associação entre verbos como "roubar" e termos que fazem referência a propriedades públicas como "cofres públicos", combinação de termos do contexto com termos que podem ser associados ao tema Segurança como "terrorismo", "cadeia", entre outros.</p>
Feminismo	<p>Variações do termo feminismo, termos pejorativos que referenciam o feminismo, nome de leis e políticas de proteção à mulher, hashtags comuns usadas pela temática, questões sobre aborto, questões sobre igualdade.</p>
LGBT	<p>Variações do termo LGBT, termos pejorativos que fazem referência à questão LGBT, lista de orientações sexuais, termos relativos ao casamento gay.</p>
Racismo	<p>Variações do termo Racismo, termos pejorativos usados para referenciar etnias específicas, expressões racistas.</p>
Família	<p>Variações do termo Família e lista de graus de parentesco.</p>
Justiça	<p>Variações do termo Justiça, órgãos públicos da área, nome de juízes importantes para o contexto da pesquisa e nome de cargos da área.</p>
Povo	<p>Variações de formas de se referenciar o povo brasileiro.</p>
Política Externa	<p>Nomes de líderes internacionais, órgãos públicos da área, cargos da área, variações dos termos relações exteriores, política externa e relações internacionais.</p>
Esquerda	<p>Variações do termo Esquerda, sigla de partidos de esquerda e centro-esquerda, termos pejorativos para se referenciar partidos e pessoas do espectro político da esquerda.</p>
Direita	<p>Variações do termo Direita, sigla de partidos de direita e centro-direita, termos pejorativos para se referenciar partidos e pessoas do espectro político da direita.</p>
Agronegócio	<p>Variações dos termos Agronegócio e Agricultura, órgãos públicos da área, termos técnicos da área.</p>
Eleições 2018	<p>Combinação de termos relativos à eleição e o ano 2018.</p>

EleNãO	Hashtags elenãO e elenunca
EleSim	Hashtag elesim
MulheresContraBolsonaro	Hashtag MulheresContraBolsonaro e termo Mulheres Contra Bolsonaro
MulheresComBolsonaro	Hashtag MulheresComBolsonaro e termo Mulheres Com Bolsonaro
Lula, Manuela D'Ávila, Fernando Haddad, Jair Bolsonaro, General Mourão, Ciro Gomes, Kátia Abreu, Geraldo Alckmin, Ana Amélia, Guilherme Boulos, Sônia Guajajara, Cabo Daciolo, Suelene Balduino, Marina Silva, Eduardo Jorge, João Amoedo, Christian Lohbauer, Alvaro Dias, Paulo Rabello, Henrique Meirelles, Germano Rigotto	Nomes, apelidos e diversas formas de referência às figuras públicas.

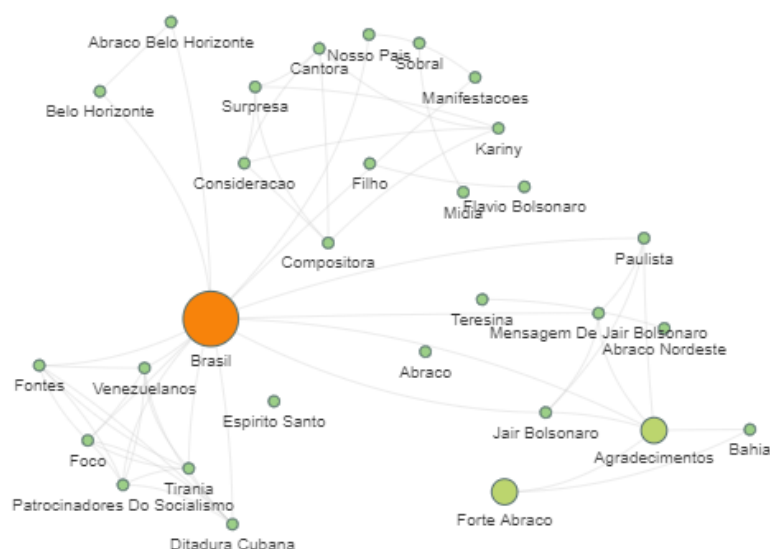
Fonte: Elaboração própria.

A partir do análise das categorias temáticas e do seu cruzamento com as métricas de performance social das publicações podemos, então, entender as estruturas e estratégias adotadas para os mais diversos conteúdos relacionados à Lula e Bolsonaro e o potencial de engajamento de cada temática frente aos usuários do *Facebook*.

Para isso, utilizamos gráficos e relatórios internos do *War Room* e, a partir da exportação dos dados coletados por essa ferramenta, utilizamos o *software Gephi* para formar grafos com base nas publicações de modo a construir redes temáticas a partir das publicações classificadas para, então, empreender as análises de conteúdo.

Em caráter de exemplificação, disponibilizamos abaixo a primeira rede temática formada pelas publicações coletadas e classificadas pelo *War Room* e pelo *software Gephi*.

Figura 9 - Grafo retratando pico de publicações da página de Bolsonaro no dia 06 de outubro de 2018



Fonte: War Room Stilingue.

Para espacialização da rede formada pelos comentários coletados da página de Jair Bolsonaro utilizamos o algoritmo *Force Atlas 2*, da família de algoritmos conhecidos como *force-vectors*.

Conforme explicam Venturini, Munk e Jacomy (2018), os *force-vectors* dão a cada nó da rede uma força repulsiva que os separa, enquanto as arestas funcionam como molas que os conectam. Ao ativar o algoritmo, a disposição dos nós é alterada até que eles alcancem o melhor equilíbrio entre as forças repulsivas de cada nó. Esse equilíbrio minimiza o número de cruzamentos de linhas e maximiza a legibilidade do grafo, dado que quanto menor o número de linhas se entrecruzando, melhor o sociograma.

No modo de visualização criado pelos algoritmos *force-vectors*, a espacialização é então direcionada pela força repulsiva dos nós, sendo que a distância entre eles representa o quão diretamente ou indiretamente eles estão conectados, materializando a representação dos grafos matemáticos.

A partir dessa materialização, os autores argumentam que a visualização obteve ainda mais importância na ARS, pois todos os conceitos como centralidade, equilíbrio, diâmetro, densidade podiam não só ser calculados, mas vistos.

No grafo acima podemos, então, verificar a formação de dois pólos centrais encontrados nos comentários da página de Bolsonaro, sendo estes anti esquerda, que podemos entender também como antipetismo, e Eleições 2018, além de diversas outras temáticas de maior

centralidade nos discursos como Esperança, Mito, Religião, Família, Corrupção, Patriótico e *Fake News*.

A partir do volume, centralidade e encontros entre as temáticas podemos identificar, por exemplo, que os pólos anti esquerda e eleições 2018 se encontram ao centro do grafo, indicando que grande parte dos comentários analisados fazem alusões antipetistas enquanto falando das próximas eleições, o que pode ser indicativo de um discurso de apoio que possui fortíssimas raízes no antipetismo, ponto de suma importância em nossa análise e que demonstra a força das pulsões de repulsão na configuração e manutenção dos pólos político-identitários. Entre tantos, outro fato interessante que surge do grafo é relativo aos discursos que tocam na temática corrupção. Pela espacialização da rede e ligação entre os nós, identificamos que os discursos desse nicho temático estão mais ligados ao pólo anti esquerda que a qualquer outra temática, indicando uma estrutura peculiar das acusações do polo antipetista ou antiesquerda. O tema Corrupção também está muito ligado ao tema Patriótico e Eleições 2018, sinalizando um importante elemento do discurso que faz contraponto à corrupção e uma preocupação considerável dos seguidores para com as eleições 2018, respectivamente.

Estes e outros *insights*, conforme argumenta Bardin (1977), se revelam quando em contato direto com os dados e através do entrecruzamento com nossas ferramentas de análise, isto é, os operadores por nós elencados, padrões podem ser verificados, hipóteses podem ser colocadas às prova, correlações podem ser trabalhadas, de forma que a partir da dimensão quantitativa cheguemos a uma profundidade qualitativa na análise.

A partir da estrutura temática e do entrecruzamento com os operadores elencados podemos, portanto, discutir as estratégias discursivas adotadas por variados atores que formam as redes em torno de Jair Bolsonaro e Lula, discutir seus padrões de representação ideológica e identitária expressados pela linguagem, suas influências no engajamento por parte dos usuários e as afetações que geram no imaginário político brasileiro.

A partir disso, tendo formado uma visão macro sobre toda a conjuntura de performance e conteúdo a que nossos operadores se dispõem a mapear, podemos refletir, a partir de Lula, Bolsonaro, como o *Facebook*, enquanto expoente da infiltração e mediação tecnológica das atividades sociais, gera afetações, influências e transformações epistêmicas em estruturas fundantes da sociedade.

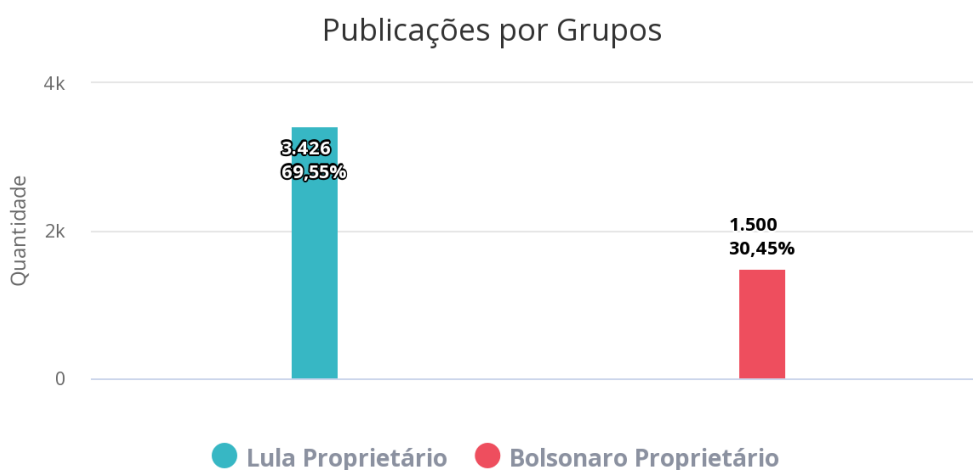
5 ANÁLISE

Dos variados recortes propiciados pelo corpus, destacamos e apresentamos abaixo uma leitura detalhada das páginas de Lula e Bolsonaro, sistematizada em visualizações específicas, que julgamos pertinentes para trilhar o caminho de compreensão das dinâmicas empreendidas por estes expoentes da política nacional, além de refletir sobre a influência das redes sociais na configuração do cenário político brasileiro e pensar na formação de comunidades online por intermédio do ciclo de engajamento em redes sociais. Por fim, pretendemos por meio das análises a seguir, investigar como a polarização política e identitária da sociedade civil se deu, de forma episódica, em torno destas figuras públicas.

5.1 Evolução temporal das páginas oficiais de Lula e Bolsonaro

De 07 de outubro de 2017 a 07 de outubro de 2018, as páginas oficiais de Lula e Bolsonaro juntas publicaram 4.411 publicações. Entre o primeiro e o segundo turno, de 8 a 28 de outubro de 2018, foram publicadas 515 publicações, totalizando 4.926 publicações. Deste total, 69,55% foram feitas pela página de Lula, enquanto 30,45% foram feitas pela página de Bolsonaro.

Figura 10 - Total de publicações das páginas proprietárias de Lula e Bolsonaro durante todo o período da coleta



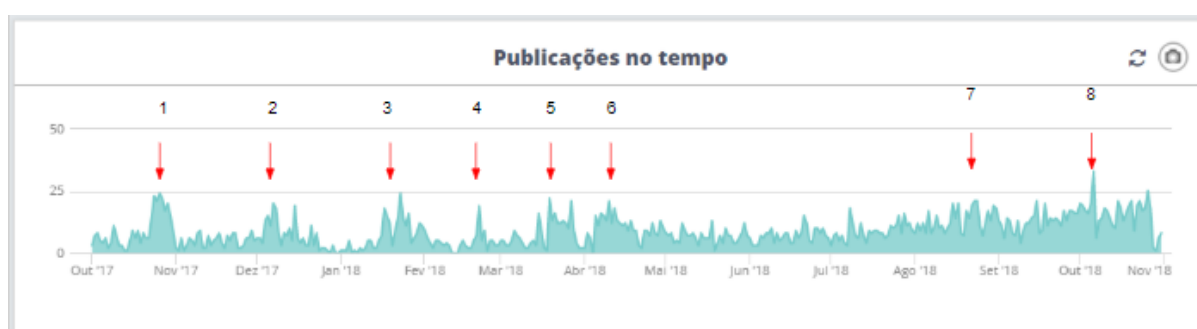
Fonte: *War Room Stilingue*.

Durante este período, naturalmente tivemos picos de publicação em ambos os perfis que estão associados às rotinas dos sujeitos e também à acontecimentos dos entornos sociais dos sujeitos, de sua audiência e da conjuntura brasileira. Trazemos abaixo um detalhamento dos principais picos em ordem cronológica utilizando de duas visualizações diferentes. A primeira consiste em uma *timeline* diária de publicações em que a altura da área diz respeito ao volume de publicações. Em segundo lugar utilizamos um grafo de força vetor para explorar a causa de cada pico. No grafo, além de outras métricas possíveis, analisamos o tamanho, centralidade, proximidade e cor. O tamanho se refere ao volume de publicações, a proximidade dá indícios da correlação entre os nós e a cor diz respeito à aceleração, isto é, o aumento ou diminuição do volume de publicações em um intervalo específico de tempo, de forma que nós de cores quentes, em especial o laranja, apresentam alta aceleração, enquanto nós de cores frias, em especial azul, apresentam baixa aceleração. Nós verdes, por sua vez, apresentam aceleração média. Por fim, a centralidade representa o quanto determinado nó é central para a conversa e está enraizado na discussão formada por outros nós do grafo.

5.1.1 Evolução temporal da página oficial de Lula

Iniciando por Lula, identificamos oito principais picos, dois em 2017 e seis em 2018. Entre os picos destacados, aquele com menor número de publicações ocorreu em 07 de dezembro de 2017, com 20 publicações, enquanto o com maior número de publicações ocorreu em 06 de outubro de 2018 com 33 publicações. Detalhamos a seguir cada pico.

Figura 11 - Evolução temporal da página de Lula

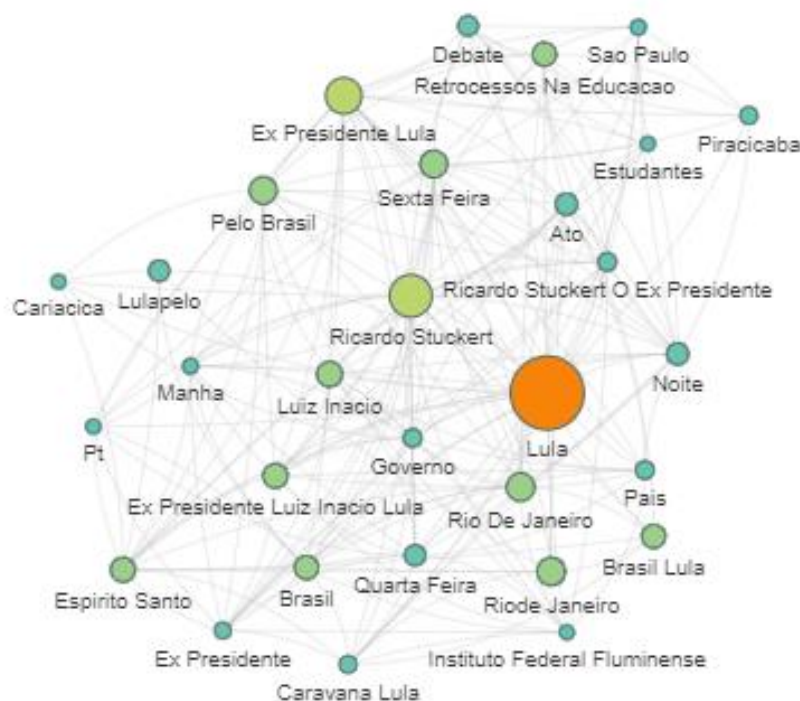


Fonte: *War Room Stilingue*.

Nos meses finais de 2017 o ex-presidente fazia uma caravana pelo Brasil, fato que foi amplamente divulgado pela página e que motiva o aparecimento do nó *pele Brasil* no grafo a seguir (Figura 15). Entre 24 e 29 de outubro de 2017, data em que ocorreu o primeiro pico de

educação. Neste âmbito, a agenda da página de Lula se concentra em criticar os retrocessos na área promovidos pelo governo Temer, evidenciado pelos nós *retrocessos na educação* e sua proximidade com os nós *ato, debate, São Paulo, Piracicaba, sexta-feira* e *estudantes*.

Figura 13 - Linha do tempo Bolsonaro



Fonte: *War Room Stilingue*.

No final de janeiro de 2018 (seta 3) Lula esteve no sul do país para uma das etapas de seu julgamento, data que coincidiu com atos de artistas e intelectuais pela democracia em São Paulo, sendo estes os dois principais clusters formados no grafo a seguir (Figura 17).

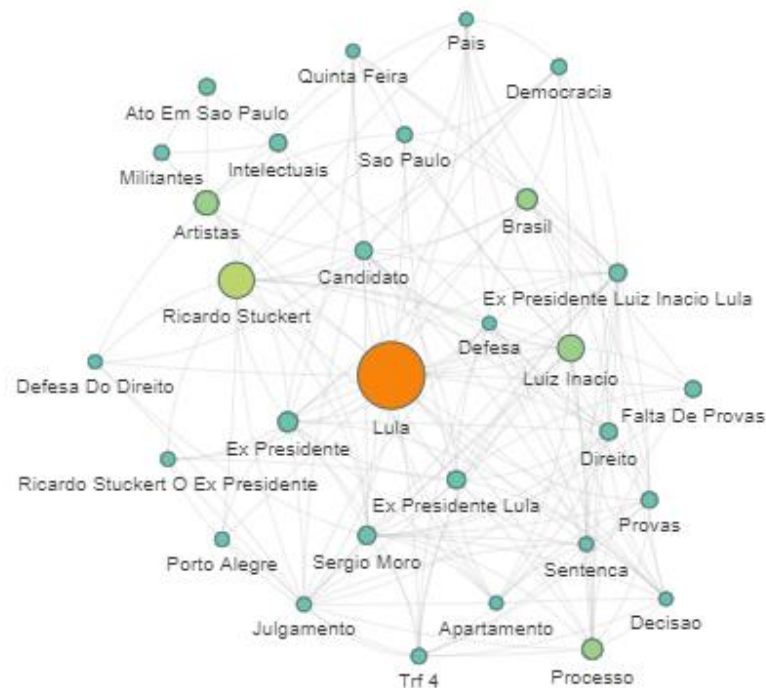
O cluster do ato em São Paulo pode ser identificado no alto do grafo, formada pelos nós *ato em São Paulo, Militantes, intelectuais, quinta-feira, país, São Paulo e Artistas*, sendo este último o de maior volume.

Já o cluster ligado à defesa do ex-presidente é identificado na parte baixa da imagem, podendo ser dividido em dois outros sub clusters. O primeiro deles está ligado às estratégias de defesa do ex-presidente. É interessante utilizar a proximidade dos nós para identificar não só as estratégias comunicacionais utilizadas pela página de Lula, mas também as jurídicas utilizadas por sua defesa no processo. Ligados aos nós *Defesa e Luiz Inácio*, portanto, temos os nós *Direito, Provas e Falta de Provas*, que foram os principais argumentos da defesa no período, tanto jurídica quanto comunicacional.

O segundo subcluster se concentra em externar a indignação com as decisões tramitadas no julgamento e é formado pelos nós *Sérgio Moro, Julgamento, TRF 4, Processo, Decisão, Sentença e Apartamento*.

Portanto, observamos em toda a lateral direita inferior da página a construção de um discurso que vai do julgamento à defesa e que se opõe diametralmente aos atos pela democracia em São Paulo, sendo Lula o nó que liga essas duas vertentes de discurso.

Figura 14 - Grafo formado pelas publicações da página de Lula relativas ao final de janeiro de 2018

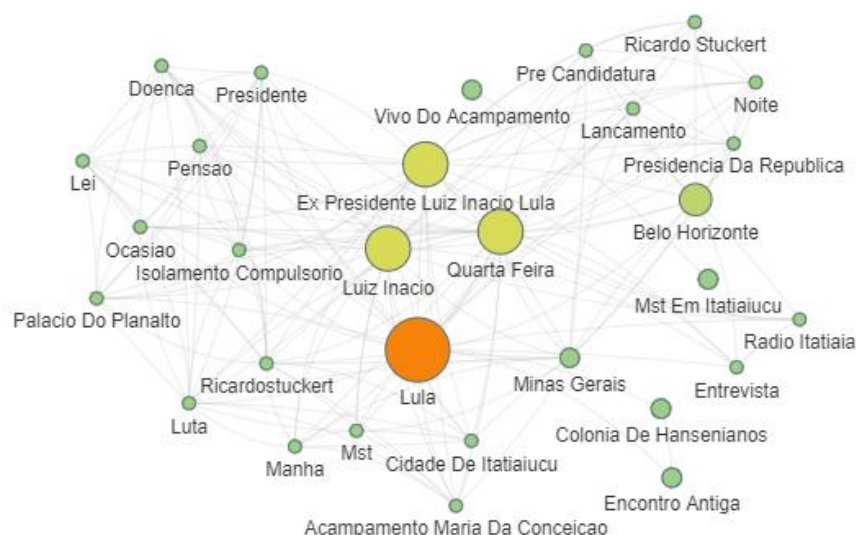


Fonte: *War Room Stilingue*.

Em fevereiro de 2018 temos um pico pontual no dia 21 (seta 4) relativo ao lançamento da pré candidatura de Lula às eleições 2018. O anúncio foi feito diretamente de um acampamento do MST na cidade de Itatiaiuçu em Minas Gerais, narrativa que praticamente domina toda o grafo do período.

Identificamos na lateral superior esquerda e na inferior direita, no entanto, que a página de Lula também destacou um encontro com uma antiga colônia de hansenianos, identificado pelos nós *Colônia de Hansenianos* e *Encontro Antiga*, situação que foi pertinente para lembrar uma lei que assinou em 2007, concedendo pensão aos afetados pela doença, identificado pelos nós *Doença, Lei, Pensão* e *Isolamento Compulsório*.

Figura 15 - Grafo formado pelas publicações da página de Lula relativas ao dia 21 de fevereiro de 2018



Fonte: *War Room Stilingue*.

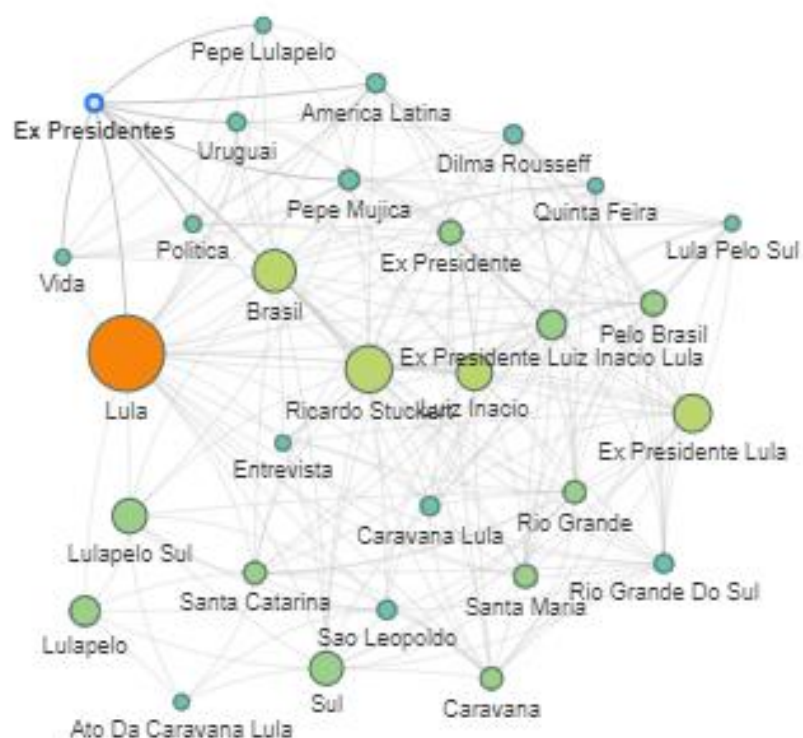
No final de março (seta 5) a caravana de Lula chegava ao sul e extremo sul do país, tendo a página feito a cobertura da visita do ex-presidente às cidades sulistas. Identificamos no alto do grafo, no entanto, que durante esta visita, Lula teve um encontro com ex-presidentes que gerou bastante relevância.

No cluster formado por este acontecimento encontramos os nós *Ex-presidentes*, *Uruguai*, *Dilma Rousseff*, *Pepe Mujica*, sinalizando os principais sujeitos do acontecimento, e os nós *PepeLula pelo*, *América Latina*, *Vida* e *Política*, que dão forma ao conteúdo tratado neste encontro.

A seguir, de forma mais tímida, temos o cluster formado pela visita aos estados e cidades sulistas, com destaque para os nós *Santa Catarina*, *Rio Grande do Sul* e *Santa Maria*.

Ao analisarmos a proximidade do nó *Lula* em relação a esses dois clusters, podemos avaliar brevemente a relevância destes dois assuntos para a estratégia comunicacional da página. Dessa forma, notamos que o nó *Lula* está ligeiramente mais próximo do cluster do evento com os ex-presidentes, de modo que o apoio dado por estas importantes figuras da esquerda e as discussões sobre a vida política da América Latina naturalmente ofuscando a visita de Lula ao sul nesta ocasião.

Figura 16 - Grafo formado pelas publicações da página de Lula relativas ao final de março de 2018



Fonte: *War Room Stilingue*.

Em abril de 2018 se desenrolaram os trâmites finais do processo que culminou na prisão de Lula, sendo este o pico de publicações mais duradouro do primeiro semestre de 2018 (seta 6). Vemos que este pico se subdivide em dois clusters principais, um antes da prisão, na parte inferior da imagem, e um depois da prisão, na parte superior da imagem, de forma que a temporalidade intrínseca neste grafo se torna também uma métrica para análise deste cenário.

Seguindo a ordem cronológica, anteriormente à prisão temos um cluster focado no nó *São Bernardo* e em torno deles temos marcas temporais, como os nós *Sábado* e *Quinta-feira*. Enquanto principal agente deste cluster temos o Sindicato dos Metalúrgicos do ABC, onde Lula permaneceu antes de se entregar à Polícia Federal, que também é um agente deste cluster.

Após a prisão, a página de Lula entra em um ciclo focado em ideais como os evidenciados pelos nós *Solidariedade*, *Povo* e *Liberdade*. Também começam os ciclos de visibilidade às tentativas de visita ao ex-presidente, como a do Nobel da Paz Adolfo Perez Esquivel, nó encontrado na parte superior do grafo, e de divulgação de atos de resistência e apoio a Lula.

Em termos de estratégia, notamos que a página de Lula faz bastante uso de fotos durante este período para reforçar a ideia de Lula enquanto estandarte de resistência e para demonstrar a solidariedade popular ao ex-presidente. Em vista disso, o nó *Ricardo Stuckert* está quase em pé de igualdade com o próprio nó *Lula*. Das 200 publicações feitas entre 05 e 19 de abril, intervalo do pico de publicações, 105 são imagens. A seguir estão algumas das mais populares.

Figura 17 - Mídias visuais publicadas pela página de Lula durante o evento de sua prisão em abril de 2018



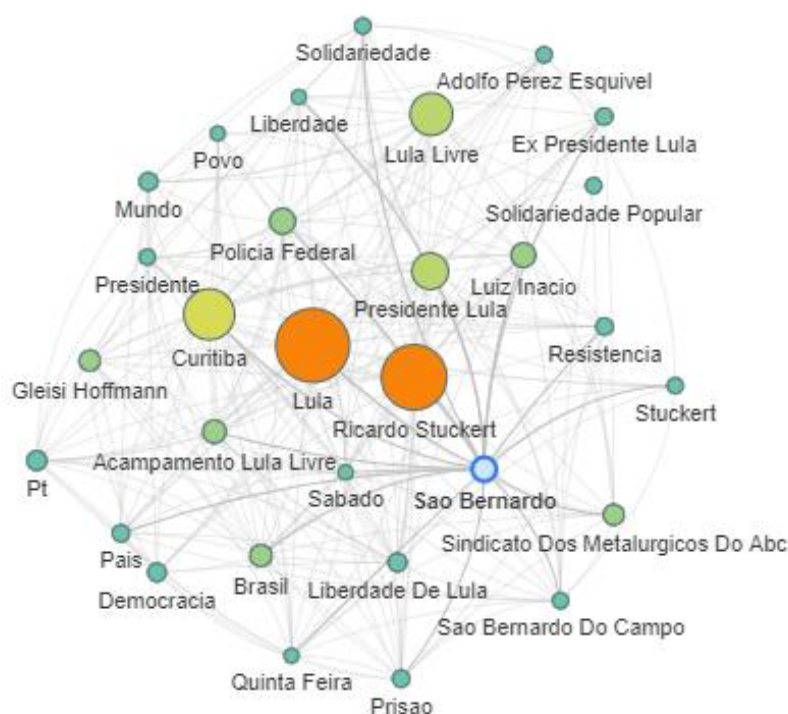
Fonte: War Room Stilingue.

Conforme argumentamos, a temporalidade neste grafo evidencia questões interessantes. Notamos que no momento anterior à sua detenção, a página de Lula citava ativamente os termos prisão e democracia, de maneira que, após a prisão, estes termos cederam espaços aos ideais de solidariedade, liberdade e povo, que dão o tom do apoio popular e também de figuras públicas de renome nacional e internacional a Lula.

Vemos que também há estruturas que se mantêm durante esta mudança temporal, sendo as principais os nós *Gleisi Hoffmann*, *Polícia Federal*, que atuam como coadjuvantes em ambos os clusters. A figura da Resistência, no entanto, é central em todo o discurso e une ambos os clusters, evidenciando que o ideal de resistência transcende o acontecimento e perdura no discurso da página do ex-presidente.

Por fim, mas não menos importante, a questão de temporalidade evidencia o nascimento do próprio movimento Lula Livre. No grafo podemos identificar esse nascimento ao acompanhar, como o nó *Liberdade de Lula*, filiado ao cluster do período anterior da prisão, se torna o nó *Lula Livre*, filiado ao cluster do período posterior à prisão, assumindo praticamente o mesmo espaço neste cluster quase que em um espelhamento do cluster anterior.

Figura 18 - Grafo formado pelas publicações da página de Lula relativas ao evento de sua prisão em abril de 2018



Fonte: *War Room Stilingue*.

De julho de 2018 em diante vemos um aumento gradual nas publicações dada a proximidade com as eleições, com destaque para três grande picos em agosto que formam um dos períodos de alta atividade mais duradouros da página durante o intervalo analisado.

Vemos, por intermédio da totalidade do grafo, que a página continua o movimento de clamar pela liberdade de Lula e principalmente por sua participação nas Eleições 2018, sustentadas por nós que evidenciam os principais argumentos da página como, por exemplo, *Direitos Humanos, Onu, Comitê de Direitos Humanos, Carta, Democracia e Povo Brasileiro*, ao alto do grafo.

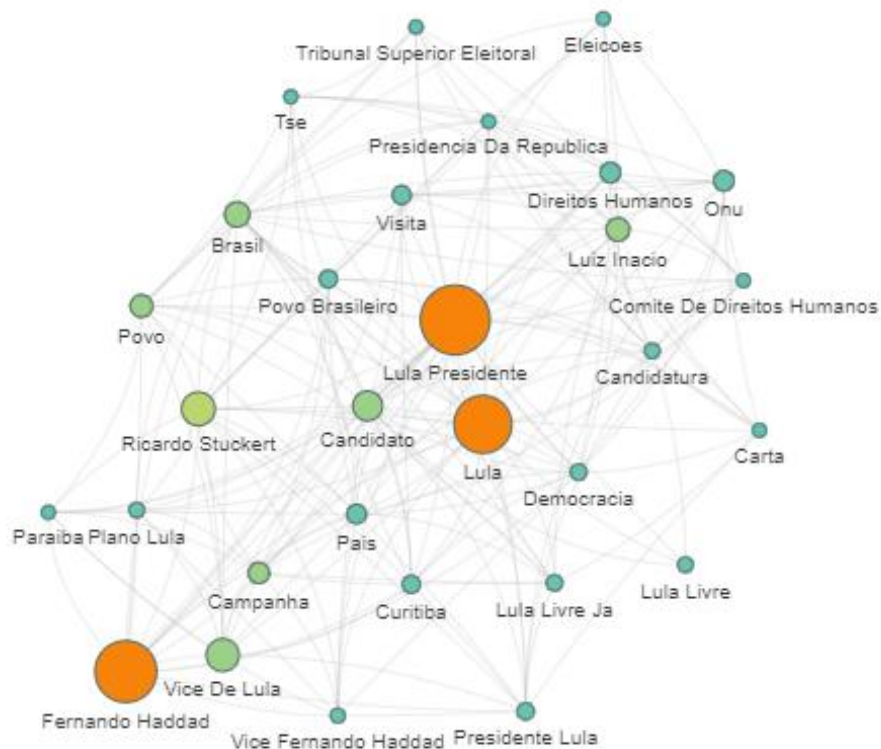
Na parte baixa do grafo temos o aparecimento de um nó de nome *Plano Lula*, muito próximo de nós como *Campanha, Vice de Lula e Fernando Haddad*. Somado ao cluster explicado acima, podemos notar que a estratégia para a campanha presidencial da página de Lula, de Lula e, de certa forma, do Partido dos Trabalhadores, em meados do final de agosto, isto é, a pouco mais de um mês das eleições, ainda consistia em defender a candidatura do ex-presidente e em classificar Fernando Haddad como vice.

Nesse âmbito, podemos comparar, por meio das estratégias adotadas pela página do ex-presidente, como a construção de Lula e de Haddad ocorre. Notamos que, apesar de ainda

defender a candidatura de Lula, a página já introduz Fernando Haddad de maneira bastante consistente, dado o tamanho de seu nó em relação os demais. No entanto, pela proximidade com outros nós, podemos identificar que *Lula* ainda está muito ligado à questões como as representadas pelos nós como *Povo*, *Brasil*, *País*, *Povo Brasileiro* e *Democracia*. Já Haddad aparece ao lado dos nós *Vice de Lula*, *Vice Fernando Haddad*, *Campanha* e *Plano Lula*.

Por fim, ainda seguindo esta linha de construção imagética, o nó *Candidato* reforça todo o falado acima e sua proximidade com os nós *Lula Presidente* e *Lula* e não com o nó *Fernando Haddad* ilustra bem como a campanha do ex-presidente em sua página oficial acontecia.

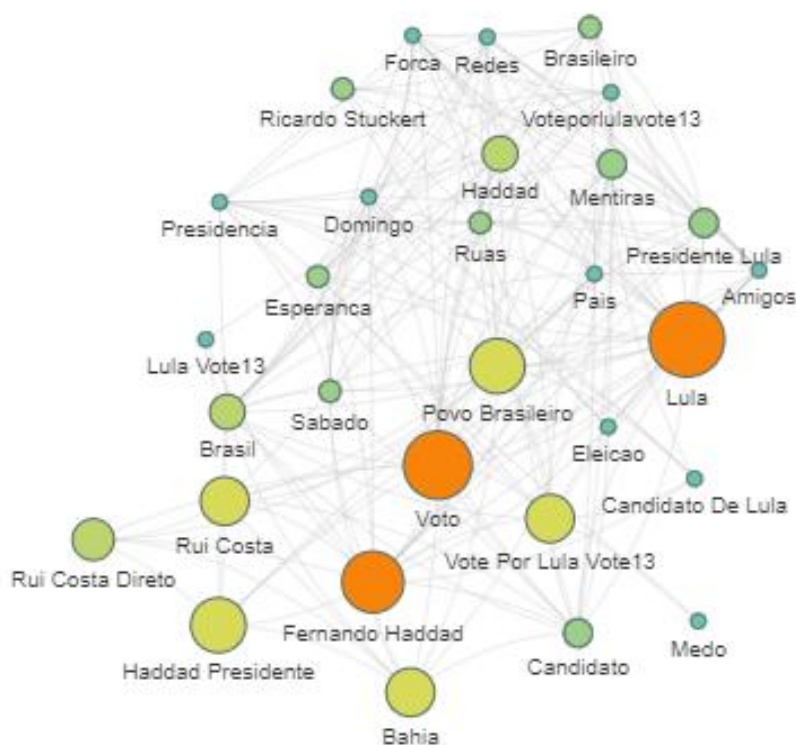
Figura 19 - Grafo formado pelas publicações da página de Lula relativas ao final de agosto de 2018



Fonte: *War Room Stilingue*.

O último pico ocorre no dia 06 de outubro de 2018 (seta 8), um dia antes da votação do primeiro turno. Este foi o dia em que a página de Lula esteve mais ativa, tendo publicado 33 posts, todos focados na campanha de pedidos de votos para Haddad e para defesa de pontos que detalhamos a seguir.

Figura 20 - Grafo formado pelas publicações da página de Lula relativas ao dia 06 de outubro de 2018



Fonte: *War Room Stilingue*.

Resumindo as narrativas evidenciadas pelo grafo temos três importantes figuras: Lula, Haddad e Rui Costa.

Após a digestão da prisão de Lula, sua página oficial começa uma inserção gradual de Haddad enquanto substituto do ex-presidente. Em outubro, temos ainda uma ressaca de sua prisão, trazendo discursos que evocam a força do apoio popular, mas estrategicamente trabalhados para o redirecionamento desta força na candidatura de Haddad, o candidato de confiança de Lula.

Observamos a dinâmica de pedidos de votos através da formação do cluster ao alto do grafo pelos nós *Força*, *Redes*, *Brasileiro*, *Ruas*, *Esperança*, *Amigos*, *Pais* e *VotePorLulaVote13*, último nó este que está difundido em outros clusters, dado que é a hashtag do movimento de pedido de votos dos petistas. Também podemos observar essa estratégia ao notarmos no centro do grafo os nós *Povo Brasileiro* e *Voto*, que resumem a intenção da maioria das publicações da página no período, e sua aproximação com o nó *Lula*, usado como artifício para ativar o apoio popular.

Outra aparição especial neste cluster seria a do nó *Mentiras*, que reúne publicações que tentam rebater acusações fraudulentas feitas, principalmente via *WhatsApp*, contra Haddad e Lula.

Por fim, de maneira mais tímida temos o cluster centralizado no nó *Rui Costa*, focado em documentar a visita de Haddad à Bahia.

5.1.2 Evolução temporal da página oficial de Bolsonaro

Analisando a *timeline* de Bolsonaro, identificamos seis principais picos, dois em 2017 e quatro em 2018. Entre os picos destacados, aquele com menor número de publicações ocorreu em 14 de outubro de 2017, com 08 publicações, enquanto o com maior número de publicações ocorreu em 30 de setembro de 2018 com 15 publicações. Também detalhamos abaixo cada pico da evolução temporal de Bolsonaro.

Figura 21 - Evolução temporal da página de Bolsonaro



Fonte: *War Room Stilingue*.

O primeiro pico ocorreu em 14 de outubro de 2017, quando Bolsonaro participava de uma conferência em Nova York juntamente com Olavo de Carvalho e Jeffrey Nyquist.

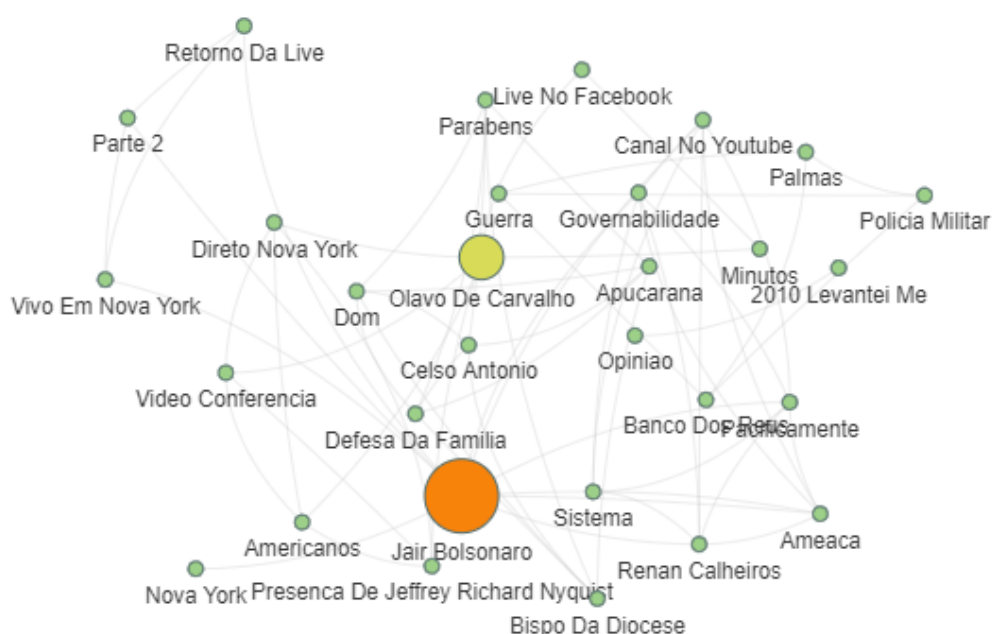
No grafo o nó *Bolsonaro* obviamente possui um maior volume, mas é o nó *Olavo de Carvalho* que possui maior centralidade, sendo utilizado como mediador de variados assuntos e nós, desde os mais polêmicos, como *guerra* e *defesa da família*, aos mais estratégicos, como *governabilidade*. Tal evento e as articulações feitas com Olavo de Carvalho serviram para realçar sua imagem como “guru” de Bolsonaro.

Também podemos notar no grafo que diversos nós como *retorno da live*, *live no Facebook*, *Video Conferência*, *Vivo em Nova York, Parte 2*, e *Canal no YouTube*, demarcam a

estratégia midiática de Bolsonaro, muito focada no audiovisual, e que se repete ao longo de toda sua evolução temporal.

Por fim, podemos notar a construção de um mini cluster formado pelos nós *Sistema*, *Renan Calheiros* e *Ameaça* que, junto aos demais clusters, dão forma aos principais ataques e defesas ideológicas e às críticas feitas pela página de Bolsonaro ao governo vigente.

Figura 22 - Grafo formado pelas publicações da página de Bolsonaro relativas ao dia 14 de outubro de 2017



Fonte: *War Room Stilingue*.

O segundo pico acontece em 15 de dezembro de 2017 (seta 2). Assim como Lula, Bolsonaro fazia visitas pelo Brasil e na ocasião estava na cidade de Manacapuru no Amazonas, onde causou rebuliço no aeroporto de Manaus durante sua chegada e participou de entrevistas com a imprensa local, em especial na rádio de Manacapuru.

É interessante notar a página de Bolsonaro escolhe o termo “Coração do Brasil” para taxar o estado de Amazonas e, mais ainda, como nesta ocasião não houve defesa ideológica ferrenha como em seu último pico de publicações, mas sim indicação dos locais visitados e da agenda do então presidenciável.

Figura 23 - Grafo formado pelas publicações da página de Bolsonaro relativas ao dia 15 de dezembro de 2017



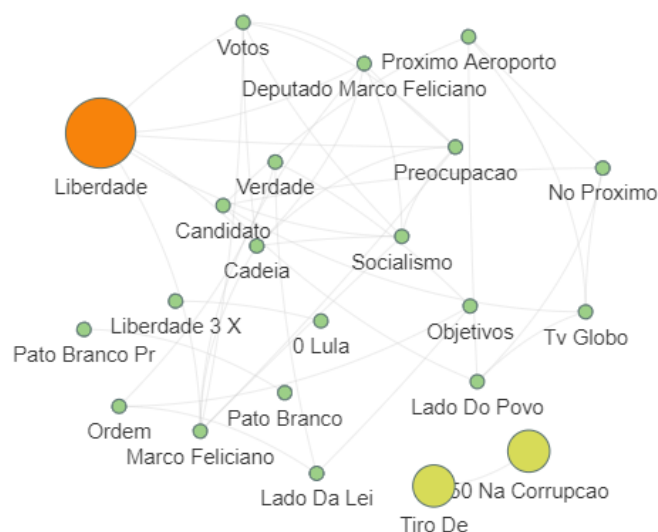
Fonte: *War Room Stilingue*.

O terceiro pico (seta 3), em 24 de janeiro de 2018, tem relação com uma das etapas do processo de Lula. Na ocasião o relator do processo aumentou a pena do ex-presidente para 12 anos e 1 mês, decisão que foi comemorada por Bolsonaro em vários posts, em especial um em que fala que o aumento da pena consistiu em um tiro de “.50” na corrupção, expressão que é utilizada com tanta frequência neste dia que se torna o segundo nó de maior volume no grafo.

O nó com maior volume, no entanto, foi o de nome *Liberdade*, ideal utilizado pela página para direcionar diversas críticas e posicionamentos não só contra Lula, mas contra a esquerda como um todo. Também identificamos de forma mais tímida, mas ainda relevante, o acionamento de dois pontos que paulatinamente se tornaram estratégicos para a campanha de Bolsonaro que são transcritos pelos nós *Lado da Lei* e *Lado do povo*.

Nesta data, Bolsonaro também aproveitou de uma publicação de Marco Feliciano, em que o deputado faz pesadas críticas ao PT e a sua presidente, Gleisi Hoffmann, reforçando o ideal de ordem.

Figura 24 - Grafo formado pelas publicações da página de Bolsonaro relativas ao dia 24 de janeiro de 2018



Fonte: *War Room Stilingue*.

O quarto pico ocorreu em 24 de maio de 2018. Identificamos a formação de quatro clusters específicos nessa data. O mais expressivo dos clusters é o ligado à visita de Bolsonaro à Bahia. Na data, a página oficial do então candidato fez a cobertura de sua visita a Salvador, com foco especial na coletiva de imprensa que ocorreu. Podemos identificar pelos nós do cluster mais à direita, marcações temporais, locais e também aquelas que demarcam que a coletiva foi exibida na íntegra pela página, isto é, os nós *Parte 2* e *Parte 3*.

Na parte baixa do grafo temos a formação de um cluster focado na greve dos caminhoneiros. Na ocasião a página de Bolsonaro apontou o que seriam as principais reivindicações da categoria, sendo as principais apontadas pelos nós *Preço dos combustíveis*, *Preço dos pedágios*, *Roubo de cargas*, *Indústria das multas*, *Valor do frete* e *Condições das estradas*.

Ao centro do grafo temos um cluster que demarca um tipo de publicação comum da página focada em visitas em estruturas e homenagens a figuras do exército. Em 24 de maio Bolsonaro publicou um vídeo em homenagem à infantaria e outro em homenagem à Tenente Carlota por sua participação na segunda guerra mundial.

Analisando o quarto e último cluster ao alto do grafo, a página de Bolsonaro explora um depoimento dado pelo vereador carioca, Ottoni de Paula, que intercede e defende Bolsonaro diante de uma acusação de *Ciro Gomes* em que o também *presidenciável* o chama de ditador, nó central do grafo.

No dia 24 de maio a página oficial de Bolsonaro tratou de assuntos diversos e se aproveitou de variadas questões polêmicas do momento. Além do aproveitamento das questões cotidianas, também chama a atenção que das 13 publicações publicadas pela página no dia, todas eram vídeos.

Figura 25 - Grafo formado pelas publicações da página de Bolsonaro relativas ao dia 24 de maio de 2018



Fonte: War Room Stilingue.

O pico de publicações seguinte teve início em 22 de agosto e finalizou em 05 de setembro de 2018 e propiciou a formação de três clusters.

O maior cluster, no alto do grafo, resume as principais visitas feitas pelo candidato na data. Os locais podem ser descritos pelos nós *Porto Alegre*, *Rio Branco* e *São Paulo*, que estão relacionados a nós como *Brasil*, *Jair Bolsonaro*, *Respeito*, *Apoio*, entre outros que dão o tom padrão do discurso da página na cobertura destes eventos. Destacam-se ainda dois nós, *Economia* e *Mulheres*, que resumem posicionamentos do presidente que visam amenizar críticas focadas nestas temáticas.

Desgarrados desse cluster central temos dois outros clusters interligados, um à direita e outro na base do grafo. O cluster à direita trata de sua presença no *Jornal Nacional* durante a rodada de entrevistas aos presidentes. Temos, a partir da entrevista, dois desdobramentos.

O primeiro desdobramento é resumido pelo nó *Inversão de Valores* e trata do episódio em que Bolsonaro tenta mostrar um livro infantil que supostamente ensina sexo para crianças da escola pública. Como a exibição do livro foi barrada durante a entrevista, Bolsonaro recorreu a sua página para defender seu ponto de vista. Já o segundo desdobramento promove a ligação com o cluster centrado no nó *Carlos Bolsonaro* e trata de um polêmico posicionamento de Bolsonaro. No decorrer da entrevista, o presidente afirma que a Globo recebeu, durante anos de governo petista, bilhões em verba para publicidade federal. Bonner, que conduzia a entrevista, deslegitima a acusação, mas Carlos Bolsonaro, por meio de suas páginas oficiais, publica documentos na tentativa de legitimar a afirmação de Bolsonaro, conjuntura que é resumida pelos nós *Fato* e *Conclusões*.

O nó *Carlos Bolsonaro* está imerso ainda em outras questões, como o ataque feito por Alckmin à Bolsonaro durante o horário eleitoral, questão que é resumida pelo nó *Propaganda Eleitoral*. Notamos então que Bolsonaro estrategicamente lança mão de publicações e afirmações de Carlos Bolsonaro que atua como uma espécie de contra-guerrilha frente às acusações feitas contra o então presidente.

Figura 26 - Grafo formado pelas publicações da página de Bolsonaro relativas ao período de 22 de agosto a 05 de setembro de 2018

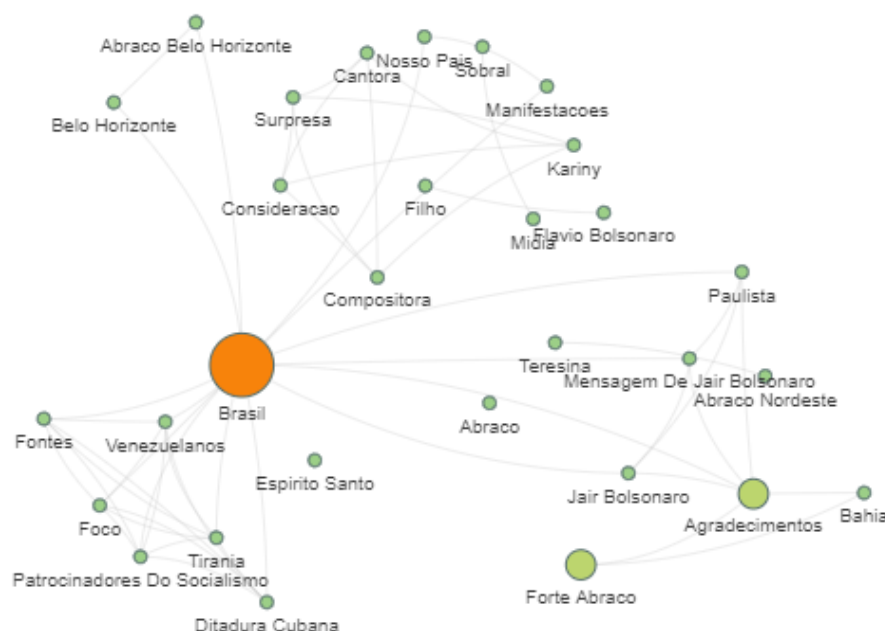


Fonte: *War Room Stilingue*.

Diferente de Lula, vemos que a página de Bolsonaro manteve seu ritmo de publicações usual praticamente até o primeiro turno das eleições, tendo aumento o fluxo de publicações somente a partir do pico do dia 30 de setembro de 2018 (seta 6), o último final de semana antes do primeiro turno. Nesta ocasião a agenda da página de Bolsonaro focou em compilar todas as visitas feitas pelo então candidato, de forma a resumir sua passagem e agradecer os habitantes de todos os cantos do Brasil em que esteve. Por conta disso temos o nó de maior volume sendo *Brasil* e diversos outros nós focados em localidades como *Belo Horizonte*, *Sobral*, *Paulista*, *Teresina*, *Nordeste*, *Bahia* e *Espírito Santo* ligados aos nós *Forte abraço*, *Agradecimentos*, *Abraço*, *Consideração* e *Nosso país*, que juntos dão forma à estratégia adotada pela página.

Na data Bolsonaro também resumiu outra de suas marcas durante toda a campanha que foram as críticas ideológicas ao campo político da esquerda. Podemos identificar os principais pontos desse resumo pelos nós *Venezuelanos*, *Ditadura Cubana*, *Tiranía* e *Patrocinadores do Socialismo*.

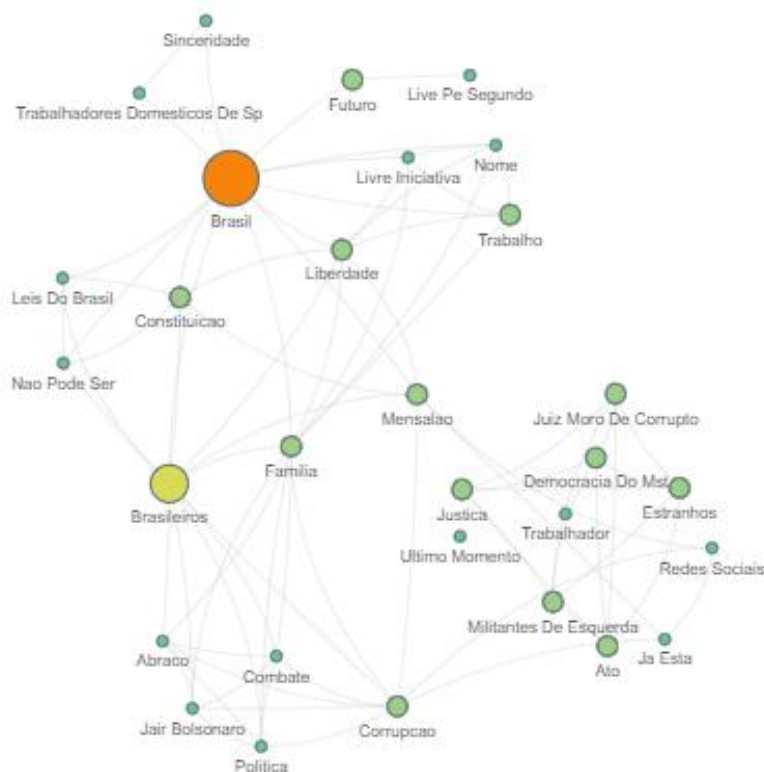
Figura 27 - Grafo formado pelas publicações da página de Bolsonaro relativas ao dia 30 de setembro de 2018



Fonte: *War Room Stilingue*.

Por fim, o último e maior pico de todos, com 17 publicações, foi no sábado anterior à votação do segundo turno, em 27 de outubro de 2018. Nesta circunstância vemos que as publicações de Bolsonaro assumem um caráter misto entre combativo e sensato.

Figura 28 - Grafo formado pelas publicações da página de Bolsonaro relativas ao dia 27 de outubro de 2018



Fonte: *War Room Stilingue*.

No cluster combativo identificamos acionamentos como os descritos pelos nós *Corrupção*, *Juiz Moro de Corrupto*, *Lava Jato*, *Mensalão*, *Democracia do MST*, *Militância de esquerda*, entre outros de menor expressão. A formação de tal cluster é impulsionada por um nó específico de nome *Ato* que trata de um protesto contra o então juiz Sérgio Moro. A página de Bolsonaro faz uso desse acontecimento para trazer sua visão e tecer críticas sobre instituições do campo esquerdista como UNE, descrita pelo nó *Militantes de Esquerda* e MST, descrita pelos nós *Democracia do MST*.

Há ainda um subcluster derivado desta questão em que a página se debruça em ressaltar o foco de Bolsonaro no combate à corrupção, descrito pelos nós *Corrupção*, *Combate*, *Política* e *Jair Bolsonaro*.

Já no alto do grafo temos um resumo do discurso em que a página de Bolsonaro tenta inculcar um tom de sensatez em sua audiência. Nesse cluster, como em vários outros que explicamos anteriormente, o nó *Brasil* aparece ao centro e com maior volume. No entanto, no entorno vemos nós que transmitem ideais democráticos como *Liberdade*, *Constituição*, *Leis do Brasil*, *Futuro*, ideais que podemos taxar como *outliers* pela ótica discursiva, tendo em vista o padrão das publicações que formavam os picos anteriores. Sendo assim, há uma estratégia que visa acalmar os ânimos daqueles que veem Bolsonaro como uma figura próxima ao extremismo. Ademais, também encontramos, no mesmo cluster, nós referentes a ideais tradicionais e ordeiros como *Família*, *Trabalho* e *Livre Iniciativa*, estes que são os costumeiros pela ótica discursiva da página de Jair Bolsonaro.

5.2 Performance, repercussões afetivas e estratégias de conteúdo nas páginas de Lula e Bolsonaro

Neste subcapítulo da análise nos debruçamos sobre as nuances de conteúdo e performance das páginas oficiais de Lula e Bolsonaro. Para isso fizemos uso da estrutura temática por nós desenhada e das métricas sociais das publicações de cada página no *Facebook* que são curtidas/reações, comentários e compartilhamentos.

Conforme salientamos anteriormente, a estrutura temática é composta por 56 diferentes temas, cada um possuindo uma taxonomia própria, pela qual foi possível classificar automaticamente e estruturar toda a coleta de publicações das páginas monitoradas.

A partir dessa classificação, identificamos os principais tópicos acionados por cada um dos presidentes, de forma a mapear as estratégias por eles utilizadas. Cruzamos ainda esse mapeamento das temáticas com suas respectivas métricas sociais, para, a partir da ideia de comportamento de consumo em redes sociais, identificarmos como determinadas estratégias de conteúdo afetam a comunidade de cada uma das páginas.

Para atender tais objetivos confeccionamos uma visualização que reúne quatro diferentes gráficos. Cada gráfico é composto por duas estruturas, uma textual e outra visual, dispostas lado a lado de modo a evidenciar sua relação. Na estrutura textual temos o nome das temáticas ordenadas por ordem decrescente de grandeza. Ao lado de cada temática temos uma bolha correspondente, de maneira que o tamanho da bolha faz relação com o volume do critério utilizado no gráfico. São utilizados ao todo quatro critérios: 1) número de publicações, 2) número de curtidas/reações, 3) número de comentários e 4) número de compartilhamentos.

Figura 29 - Gráfico de volume de comentários por temática



Fonte: *War Room Stilingue*.

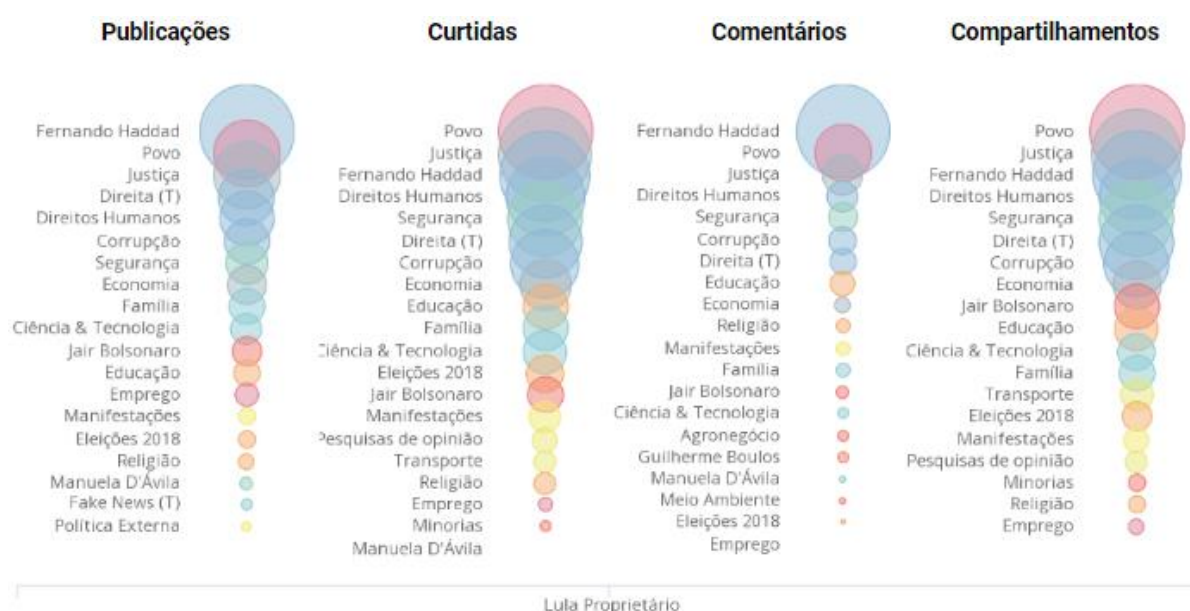
Em mérito de exemplificação, na imagem acima temos um gráfico cujo critério é o número de comentários. Podemos ver pela imagem que a temática que mais reuniu comentários foi a de nome *Esquerda*. Pelo tamanho da bolha da temática *Esquerda* podemos ver que seu número de comentários é bem maior que o número de comentários da temática *Direitos Humanos*, que está em segundo lugar. Por sua vez, a temática *Segurança*, em terceiro lugar, possui um número de comentários ligeiramente próximo da temática em segundo lugar e assim por diante.

É pertinente ainda destacar que o tamanho da bolha é calculado de acordo com o volume máximo e mínimo do critério do gráfico. Vamos supor, então, que a bolha *Esquerda*, a maior de todas no gráfico acima, angariou 1000 comentários. Já a bolha *Fernando Haddad*, a menor de todas, angariou 1 comentário. O cálculo é feito de forma que o tamanho máximo de uma bolha no gráfico de comentários seja o da temática *Esquerda*, enquanto o menor seja o da bolha *Fernando Haddad*. Isto quer dizer, portanto, que uma bolha com o número de comentários 500 deverá ter exatamente a metade do tamanho da bolha de nome *Esquerda* e assim por sucessivamente.

5.2.1 Métricas sociais, repercussões afetivas e estratégias de conteúdo na página oficial de Lula

De acordo com o explicitado anteriormente, a página oficial de Lula publicou 3.426 publicações de 7 de outubro de 2017 a 28 de outubro de 2018. Desse total, 3.048 publicações foram classificadas com pelo menos um tema de nossa estrutura temática, o que representa uma cobertura de aproximadamente 89% de todas as publicações da página no período.

Figura 30 - Gráficos de temáticas versus volume de publicações, curtidas, comentários e compartilhamentos relativos à página de Lula



Fonte: War Room Stilingue.

Iniciando pelo gráfico cujo critério é o número de publicações, identificamos que a temática mais citada pela página de Lula durante o intervalo monitorado foi *Fernando Haddad*. Sabemos no entanto, por conta da análise temporal feita anteriormente, que a inserção de Fernando Haddad começou a ocorrer de forma mais consistente somente após a primeira metade de 2018, período que culminou com um aumento substancial na atividade da página, fazendo com que as publicações relativas a Fernando Haddad assumissem a primeira colocação, apesar de não terem sido de grande relevância no período de outubro de 2017 a junho de 2018.

O tamanho da bolha de Haddad contribui para evidenciar que grande parte das publicações foram focadas na campanha e em cobrir a agenda do candidato, dando um tom expositivo à atividade da página.

Através dos gráficos de interações vemos que Haddad cai para terceiro quando falamos de curtidas e compartilhamentos. Tendo em vista o alto volume de publicações sobre Haddad,

podemos concluir que essa temática possui uma baixa taxa de atratividade de comportamentos de primeiro e terceiro nível. Já em comportamentos de segundo nível Haddad está disparado à frente, o que significa que a temática incita na audiência um desejo de contribuição, seja para apoiar o candidato, seja para criticá-lo.

Em seguida temos pontos de cunho ideológico como *Povo*, *Justiça*, *Direita*, *Direitos Humanos*, *Corrupção* e *Segurança*. Podemos dizer que, temporalmente, a bolha *Povo* é a de maior consistência na página de Lula. Este tema é tratado pela página durante todo o período, sempre com o objetivo de reforçar a proximidade do ex-presidente com o povo brasileiro e em tentar resgatar e transferir esse apoio para Haddad.

Ao contrário de Haddad, publicações que tratam da temática *Povo* apresentam uma altíssima taxa de comportamentos de primeiro e terceiro nível e, tendo em vista seu volume de publicações, que é pelo menos metade do volume da temática *Fernando Haddad*, o tema *Povo* apresenta também uma boa taxa de comportamentos de segundo nível, sendo a temática mais consistente em termos de volume e engajamento da página de Lula.

Em terceiro lugar temos a bolha *Justiça*. Como pudemos verificar nos subcapítulos anteriores, a temática *Justiça* reúne críticas feitas ao judiciário, em especial a Sérgio Moro e ao TRF4. Tal temática já era tratada pela página de forma consistente no início do monitoramento, em 2017, e ganhou ainda mais força com a prisão do ex-presidente em abril de 2018. Assim como *Povo*, o tema *Justiça* possui boas taxas em todos os três tipos de comportamentos de consumo e também apresenta boa consistência em termos de volume e engajamento.

Em seguida temos as temáticas *Direita*, *Direitos Humanos*, *Corrupção* e *Segurança* que também possuem boas taxas de engajamento e volume, mas aparecem de forma coadjuvante e sempre associadas a outras temáticas.

Com exceção do tema *Direita*, todos os outros temas são utilizados como suportes para as críticas ao judiciário. Entre outras questões de menor relevância, o tema *Direitos Humanos* reúne as publicações que afirmam que a prisão de Lula fere os direitos básicos do ex-presidente.

A temática *Corrupção*, por sua vez, não é tratada para endereçar críticas ou tecer defesas a respeito dos escândalos em que o ex-presidente estava envolvido, e sim para criticar juízes, promotores e instituições jurídicas.

Já a temática *Segurança*, por reunir termos como prisão, cela e outros, também é um indicativo de coadjuvância com o argumento central de *Justiça*, sendo este tema um bom indicativo do volume de publicações e do engajamento de publicações que falavam diretamente da prisão de Lula.

A temática *Direita*, entre outras questões variadas e pontuais de menor relevância, traz um híbrido entre acusações a Sérgio Moro e outros agentes do judiciário, menções a importantes figuras da direita como João Dória e Jair Bolsonaro, e menções ao PSDB. Também a julgamos como um tema de importância na articulação de críticas e defesas pela página de Lula, tendo esta também um bom volume e engajamento.

Consideramos estas 7 temáticas como as centrais do discurso da página de Lula, sendo a temática *Fernando Haddad* essencialmente expositiva e a temática *Justiça*, sustentada pelas temáticas *Direita*, *Direitos Humanos*, *Corrupção* e *Segurança*, mista entre expositiva e ideológica. Já a temática *Povo* aparece como grande articuladora de todos os tipos de discursos, sejam expositivos, ideológicos ou combativos.

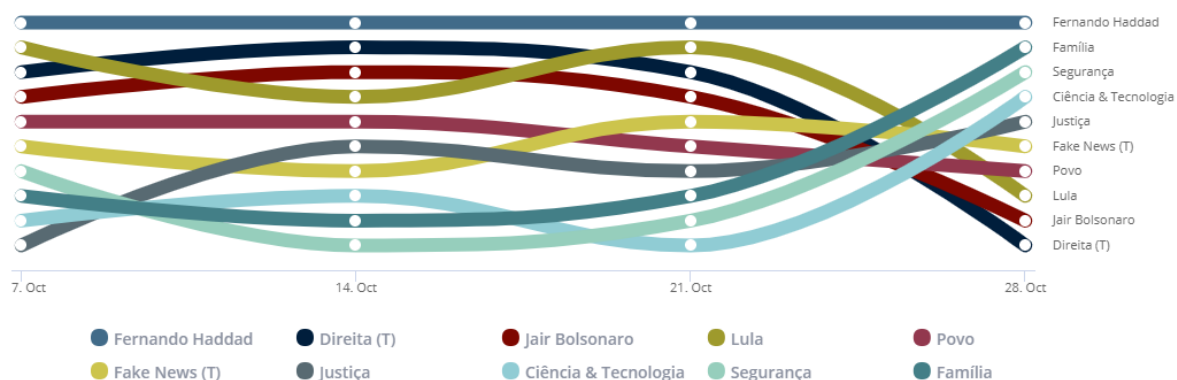
Por fim, gostaríamos de chamar atenção para o tema *Jair Bolsonaro*, que reúne as publicações da página do ex-presidente que falam diretamente de seu adversário. Tendo em vista seu baixo volume de publicações, a taxa de compartilhamentos dessa temática é altíssima, o que pode ser um indicador do uso deste tipo de publicação para referendar seu pertencimento ao campo político da esquerda, mas especialmente para atacar o campo político adversário, uma vez que o teor dessas publicações são sempre de crítica ao então candidato do PSL.

5.2.2 Estratégias de conteúdo adotadas pela página oficial de Lula durante a transição para o segundo turno das Eleições 2018

Neste subcapítulo buscamos trazer a temporalidade como instrumento de visualização da mudança nas estratégias adotada pela página de Lula após o primeiro turno, salientando como a noção de tempo é essencial para a análise.

Para isso, trazemos um gráfico que consiste em uma evolução temporal ordenada de forma decrescente a partir do critério de número de publicações. Logo, quanto maior o volume de publicações sobre um tema, mais alto ele estará no gráfico. O período da análise vai de 07 de outubro a 27 de outubro de 2018 e a exibição é focada nas 10 temáticas de maior volume.

Figura 31 - Evolução temporal do volume de publicações versus temáticas da página de Lula



Fonte: *War Room Stilingue*.

Identificamos no gráfico acima que as temáticas *Fernando Haddad* e *Lula* se mantêm no topo, sendo as de maior volume durante a transição do primeiro para o segundo turno.

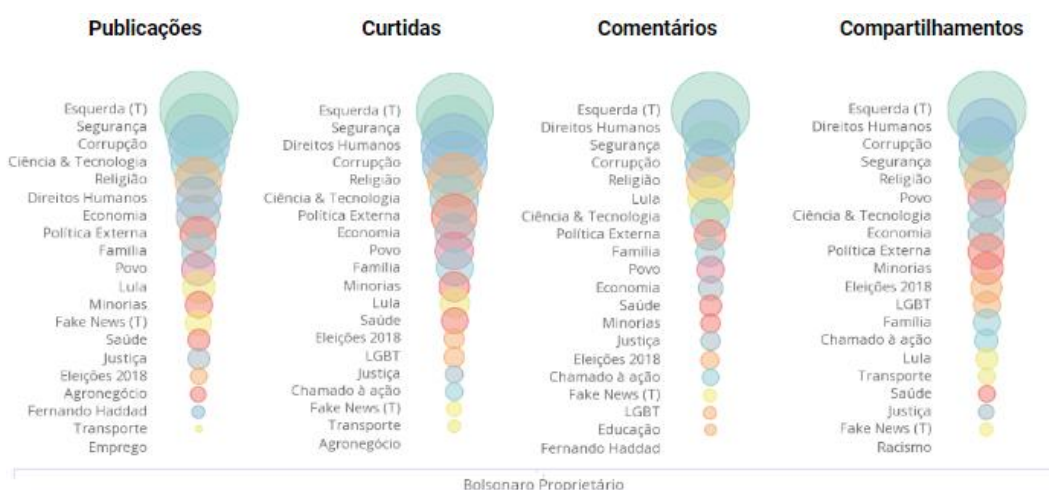
Na semana de 14 a 20 de outubro, no entanto, as publicações que falam de Bolsonaro superam as que falam de Lula, sendo 38 publicações focadas em Bolsonaro e somente 22 focadas no ex-presidente. Todas as publicações focadas em Bolsonaro são ataques cujo principal argumento é o suposto crime eleitoral de caixa 2 em que empresas patrocinavam o disparo em massa de mensagens via WhatsApp a favor de Bolsonaro e contra Lula e Haddad. Dentre os principais empresários, destaca-se Luciano Hang, da Havan, que é citado diversas vezes pela página de Lula. Na semana seguinte os ataques continuam, mas o foco retorna para a associação de Lula e Haddad.

A partir deste evento, vemos um reflexo na semana seguinte na forma de um aumento substancial da temática *Fake News*, que sobe da sexta para a quarta posição, ficando acima inclusive da temática *Povo*, que conforme falamos, é central no discurso da página de Lula. Tal fato é um reflexo da proporção que a preocupação com boatos em redes sociais online tomou nas estratégias da página de Lula.

5.2.3 Métricas sociais, repercussões afetivas e estratégias de conteúdo na página oficial de Bolsonaro

De acordo com o explicitado anteriormente, a página oficial de Bolsonaro publicou 1.500 publicações de 7 de outubro de 2017 a 28 de outubro de 2018. Desse total, 1.372 publicações foram classificadas com pelo menos um tema de nossa estrutura temática, o que representa uma cobertura de aproximadamente 91,5% de todas as publicações da página no período.

Figura 32 - Gráficos de temáticas versus volume de publicações, curtidas, comentários e compartilhamentos relativos à página de Lula



Fonte: War Room Stilingue.

Constatamos pela imagem que a temática *Esquerda* reina soberana em todos os critérios, de volume de menções a engajamento. Notamos que em taxa de comentários e compartilhamentos, comportamentos de segundo e terceiro nível, a diferença é ainda mais discrepante, sendo este um tema, portanto, que incita em sua comunidade uma ânsia por participação, seja de apoiadores ou detratores.

Em segundo temos o tema *Segurança* que é amplamente trabalhado pela página. Ao analisarmos sua posição nos gráficos de engajamento, vemos que ele suscita mais comportamentos de primeiro nível que de segundo e, especialmente, de terceiro. Sendo assim, seu consumo tende a ser mais simplório e de menor participação ativa da comunidade, tendo em vista outras temáticas, mas ainda continua sendo um importante pilar discursivo da página.

Corrupção, por sua vez, é um dos temas mais consistentes tratados pela página de Bolsonaro, possuindo um alto volume e boas taxas de engajamento, especialmente quando falamos em compartilhamento. Tal métrica revela que essa temática é uma das mais utilizadas pela comunidade para o comportamento de consumo de criação, isto é, de trazer a publicação para seu círculo social e trabalhar sobre seus argumentos, referendando o posicionamento do autor e possivelmente atacando o polo político oposto.

Da mesma forma, a temática *Direitos Humanos* é bastante consistente e estrutural na estratégia da página. Tendo em vista seu volume de publicações, o tema é o de maior taxa de engajamento após a temática *Esquerda* e reúne publicações que, conforme demonstramos anteriormente, fazem crítica ao que o candidato chama de “ditadura do politicamente correto”.

Esse comportamento se repete durante quase todo o período monitorado, com exceção da reta final das eleições, quando Bolsonaro adota uma estratégia de demonstrar maior sensatez e jogo de cintura frente à questões delicadas como Direitos Humanos, minorias, preconceito, democracia e outros. Sua alta taxa de comentários e compartilhamentos demonstram que essa temática é uma das que mais incitam a participação ativa de sua comunidade, seja contribuindo com a conversa ou a utilizando para demonstrar seu ponto de vista para os círculos sociais próprios de cada indivíduo.

Já *Religião*, apesar do bom volume e engajamento, se apresenta como uma temática estrutural, porém coadjuvante no discurso da página do candidato, geralmente reunindo cumprimentos, saudações e bênçãos. A discussão efetiva sobre religião acontece e é mais expressiva que na página de Lula, mas ainda assim é baixa frente às outras temáticas.

Consideramos essas 5 temáticas como as centrais do discurso da página de Bolsonaro, sendo todas mais ideológicas e combativas que expositivas. Das 5 temáticas, podemos entender que três são utilizadas para tecer críticas, especialmente ao polo político oposto, sendo elas *Direitos Humanos*, *Corrupção* e *Esquerda*. Já *Religião* e *Segurança* tendem a ser menos combativas e mais expositivas.

Por fim, gostaríamos de ressaltar dois pontos que entendemos como relevantes. O primeiro deles se trata da temática *Fernando Haddad*. Haddad é pouquíssimo citado por Bolsonaro ao longo do período monitorado. A preferência da página é por endereçar suas publicações e críticas ao campo da esquerda como um todo e a Lula em maior parte do tempo. Como reflexo disso, a taxa de engajamento desta temática é baixíssima, suscitando pouca participação.

Em segundo temos a temática *Fake News* que, ao contrário de Haddad, é citada de forma mais substancial, no entanto possui também baixíssimo engajamento, demonstrando que o tema é pouco apelativo, em termos de participação, aos olhos de sua comunidade.

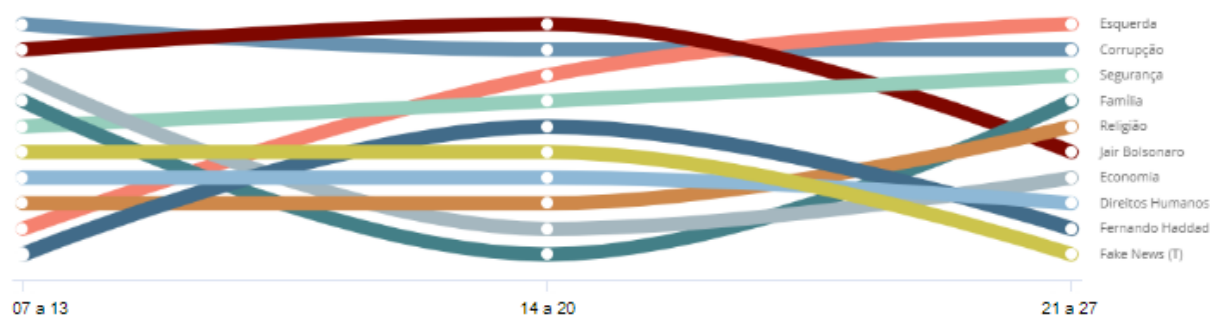
5.2.4 Estratégias de conteúdo adotadas pela página oficial de Bolsonaro durante a transição para o segundo turno das Eleições 2018

Em um primeiro momento é interessante identificar como estava estrutura o discurso de Bolsonaro no primeiro turno, algo possível pelo primeiro eixo do gráfico. Vemos que na ocasião as temáticas *Corrupção* e *Segurança*, que conforme falamos são estruturais para o discurso da página de Bolsonaro, seguem inalteradas.

No entanto, a temática *Esquerda* foi reduzida drasticamente, quase não figurando entre as 10 principais. Já a temática *Economia*, que em termos gerais não possuía tanta relevância no

discurso da página de Bolsonaro, ocupa a terceira posição em volume. Tendo em vista que esse tema foi utilizado por críticos do candidato do PSL para reprovar sua competência para o cargo, a alta da temática *Economia* durante o primeiro turno demonstra uma da página em atestar a aptidão e preparo de Bolsonaro para o cargo.

Figura 33 - Evolução temporal do volume de publicações versus temáticas da página de Lula



Fonte: War Room Stilingue

Focando na transição do primeiro para o segundo turno, vemos que Bolsonaro deixa de lado a temática *Economia*, que sustentava seu argumento de preparo e aptidão, para retomar a estratégia usual que utilizou durante toda a campanha, consistindo na tríade *Esquerda*, *Corrupção* e *Segurança*, reforçando-a com as temáticas coadjuvantes *Religião* e *Família*.

A queda da temática *Jair Bolsonaro* demonstra uma tentativa da página de dar maior foco nos ideais trabalhados e não na pessoa de Bolsonaro, uma estratégia que visa reduzir a reprovação do candidato do PSL. Consideramos uma estratégia coerente para o segundo turno por dois motivos: 1) era sabido que o número de eleitores indecisos era altíssimo, 2) passado o primeiro turno, os candidatos ficam em maior evidência, deixando de ser essencial frisar quem é quem.

Notamos também que, durante a transição, a temática *Fernando Haddad* é acionada com maior consistência e associada com questões de corrupção. O argumento central de Bolsonaro na ocasião foi afirmar que Haddad recebia ordens de um político que estava na cadeia, taxando-o como “poste” de Lula.



Por fim, nota-se que a temática *Direitos Humanos*, que reúne críticas à questão do politicamente correto, também apresentou baixa no primeiro turno das eleições, mas ao contrário do tema *Esquerda*, não foi retomada. Tendo em vista que, segundo o apontado no subcapítulo anterior, a questão de Direitos Humanos era um dos pontos estruturais do discurso

da página de Bolsonaro, podemos afirmar que houve uma opção por mudar de estratégia e amenizar as críticas ancoradas nesse tema.

5.3 Performance, métricas sociais e comportamentos de consumo nas páginas de Lula e Bolsonaro

Do ponto de vista da performance, ao analisarmos o potencial de influência das páginas de Lula e Bolsonaro, vemos que, em termos de alcance e atratividade de conteúdo, Bolsonaro fica a frente de Lula. Já Lula, por conta de sua maior quantidade de publicações, aparece com maior afinidade ao contexto das eleições 2018.

Figura 34 - Comparação dos coeficientes de influência das páginas de Lula e Bolsonaro

INFLUENCIADORES	POSIÇÃO	PONTUAÇÃO	ATRATIVIDADE 📊	AFINIDADE 📊	ALCANCE 📊
 Jair Messias Bolsonaro (@jairmessias.bolsonaro)	1	64,06	100,00	56,81	46,29
 Lula (@Lula)	2	63,64	84,21	98,76	31,00

Fonte: *War Room Stilingue*.

Em um olhar mais aprofundado para as métricas de atratividade do conteúdo, notamos que do total de mais de 37 milhões de interações reunidas pelas publicações de ambas as páginas oficiais no período, aproximadamente 21 milhões foram direcionadas à página de Bolsonaro, mesmo este tendo um volume bem menor de publicações no período.

Ao levarmos o fato acima em consideração para o cálculo das taxas de tipo de interação, a maior atratividade de Bolsonaro se reflete nos números. Enquanto Bolsonaro possui uma taxa de reações/curtidas de 9.495, 2.911 de taxa de compartilhamento e 1.534 de taxa de comentários, Lula possui 2.669 de taxa de reações/curtidas, 1.046 de taxa de compartilhamento e 1.195 de taxa de comentários.

Quadro 3 - Taxas de interação das páginas de Lula e Bolsonaro

Taxa de interações ⁷	Lula	Bolsonaro
Reações/curtida	2.669	9.495
Comentários	1.195	1.534

⁷ Cálculo da taxa interações: número de interações / número de publicações

Compartilhamentos	1.046	2.911
-------------------	-------	-------

Fonte: Elaboração própria.

Se levarmos em conta o tamanho da base de seguidores de cada página, Bolsonaro fica com uma taxa de reações/curtidas de 1.582 pontos, taxa de compartilhamento de 485 pontos e taxa de comentário de 255 pontos. Enquanto Lula apresenta uma taxa de reações/curtidas de 762 pontos, taxa de compartilhamento de 298 pontos e taxa de comentário de 341 pontos. Os valores são amenizados, mas ainda há disparidades indiciais de uma maior atratividade de Bolsonaro.

Quadro 4 - Taxas de interação das páginas de Lula e Bolsonaro levando em conta seus respectivos números de seguidores

Taxa de interações/seguidores ⁸	Lula	Bolsonaro
Reações/curtida	762	1.582
Comentários	341	255
Compartilhamentos	298	485

Fonte: Elaboração própria.

Desta forma, constata-se que a página de Bolsonaro não só alcançou mais pessoas, mas seu conteúdo foi mais eficaz em atingi-las, tendo em vista que mesmo com menos da metade do número de publicações de Lula, Bolsonaro obteve taxas de engajamento maiores e um número bruto de interações 19,52% maior.

⁸ Cálculo de taxa de interações correlacionada com número de seguidores: (número de interações / número de publicações) / (número de seguidores/1.000.000)

Figura 35 - Quadro de interações reunindo, da esquerda para a direita, total de interações gerais, totais de interações da página de Lula e total de interações da página de Bolsonaro

GERAL	Lula	Bolsonaro
Interações 37.740.252	Interações 16.828.336	Interações 20.911.916
Distribuição das interações	Distribuição das interações	Distribuição das interações
Curtidas/Gostei 23.387.771	Curtidas/Gostei 9.145.052	Curtidas/Gostei 14.242.719
Compartilhamentos 7.953.406	Compartilhamentos 3.585.955	Compartilhamentos 4.367.451
Comentários 6.399.075	Comentários 4.097.329	Comentários 2.301.746

Fonte: *War Room Stilingue*.

Ao focarmos nas páginas e nos tipos de consumo de maneira isolada, podemos refletir sobre questões relativas não só ao conteúdo, mas no comportamento da audiência frente ao conteúdo veiculado.

Neste momento, outras características que tratamos anteriormente são importantes de serem lembradas, principalmente quando em conjunto com os outros tipos de interação e suas repercussões afetivas.

As reações, segundo Recuero (2014b), Grosser (2014) e Bertolini e Bravo (apud RECUERO, 2014b), são as formas de interação que demandam menos esforço cognitivo de seus autores, constituindo geralmente manifestações de apoio ou insatisfação, confirmações de visibilidade do conteúdo ou então confirmação da presença do autor da interação junto à rede composta pelo autor da publicação e outros agentes humanos. São também as reações as formas de expressão de menor comprometimento do autor, dado que estão ligadas não à contribuição - comentários e compartilhamentos- mas sim ao consumo puro e simples do conteúdo.

Os comentários, conforme argumentamos anteriormente, são atividades conversacionais que visam a participação e contribuição efetiva (RECUERO, 2014b). A ação de comentar ocorre, portanto, quando o usuário é engajado de forma que é despertado nele um impulso por uma participação ativa, seja de apoio ou de contestação ao conteúdo, o que requer maior esforço cognitivo e principalmente maior exposição do usuário.

Já o compartilhamento, além das variadas funções e sua importantíssima relação com a difusão de conteúdo na rede, serve principalmente ao propósito de referendar o pertencimento do usuário a determinado campo político e para atacar o campo político adversário com base no conteúdo explicitado.

Além de encontramos nas formas de interação explicitadas acima os principais indícios de tipo de consumo do conteúdo por nós monitorado, a análise das métricas de performance e dos perfis, características e diferenças evidenciadas por elas nos dão indícios de como os movimentos sociais online das comunidades de Lula e Bolsonaro se deram.

Começando pelas reações, no quadro geral elas representam 61,97% do total de interações, o que consideramos normal, dada sua amplitude e simplicidade de uso. Das interações totais da página de Lula, 54,34% são curtidas, enquanto das interações de Bolsonaro, 68,10%.

Os comentários representam 16,95% das interações totais. Do total de interações da página de Lula, 24,34% são comentários, enquanto Bolsonaro apresenta uma porcentagem bem menos substancial de 11%.

A métrica de compartilhamentos, por sua vez, representa 21,07% do total de interações somadas de ambas as páginas. Analisando individualmente, do total de interações da página de Lula, 21,3% são compartilhamentos. Para a página de Bolsonaro a porcentagem de compartilhamentos é quase a mesma, ficando 21,88% do total de interações. Podemos notar, no entanto, que apesar de percentualmente estarem em pé de igualdade, quando analisada em conjunto com as taxas de compartilhamento a página de Bolsonaro possui consideravelmente mais compartilhamentos que a de Lula.

A partir desse quadro de métricas e dos comportamentos de consumo, podemos identificar que a audiência de Bolsonaro e o tipo de conteúdo veiculado por sua página angariam mais comportamentos de primeiro e terceiro nível, isto é, consumo simples e criação, sendo o consumo simples predominante. Enquanto a página de Lula angaria mais que o dobro de comportamentos de segundo nível -isto é, contribuição efetiva - que a página de Bolsonaro.

Estes dados suscitam muitas assertivas, mas aqui nos ateremos a três principais que estão ligadas intimamente aos objetivos centrais da pesquisa.

As duas primeiras assertivas estão ligadas às estratégias de conteúdo e a repercussão na audiência. Dado o cenário, acima podemos afirmar que a página de Lula incute em sua comunidade uma necessidade muito maior de engajamento e posicionamento, estimulando que usuários exponham sua opinião por meio de participação ativa nos debates, seja para apoiar ou criticar o ex-presidente. Além do tipo de conteúdo, podemos apontar como fomentadores deste comportamento a história do ex-presidente e a conjuntura política da época, tornando a figura de Lula um elemento-chave não só para a estratégias de campanha do PT, mas de todos os partidos e essencialmente do PSL.

Já a página de Bolsonaro incita em sua comunidade dois diferentes comportamentos. O primeiro e mais predominante deles está ligado a um consumo de conteúdo mais simplório cognitivamente e com menor nível de comprometimento e complexidade, mas de uma rapidez, variedade, assertividade, visibilidade e volume altíssimos. Já o segundo tipo de comportamento de consumo faz correspondência com as teorizações sobre o ato de compartilhar tecidas por Ortellado (2017) e consiste em inculcar em sua audiência uma ânsia participação da ordem ideológico-identitária, onde os indivíduos fazem uso dos posts da página para referendar seu pertencimento a algum dos campos políticos em embate ou para atacar o campo político antagônico, o que, conseqüentemente, reforça sua filiação a algum dos campos políticos.

É importante notar que este movimento, além da repercussão afetiva, política, ideológica e identitária, possui uma repercussão algorítmica no *Facebook*. Esse tipo de comportamento de consumo estimulado por Bolsonaro e sua página o colocam em uma posição privilegiada em termos de difusão, dado que seus apoiadores o divulgam para círculos sociais diversos e aumentam a difusão de seu conteúdo e sua visibilidade, enquanto os detratores, mesmo com o propósito de criticá-lo, fazem o mesmo.

A terceira e última assertiva tem relação com as proposições de Ortellado (2017) sobre polarização refletidas nos capítulos teóricos deste trabalho. Dado que as interações em redes sociais online podem ser descritas enquanto expressões de nossos movimentos sociais online, se admitirmos que, conforme aponta o autor, os indivíduos em situação polarizante são aqueles que se prestam a ativamente engajar nos debates e conflitos, o comportamento desta fatia polarizada nas redes sociais seria aquele de contribuição e criação e, conseqüentemente, se daria pelos tipos de interação “comentar” e “compartilhar”.

A partir dessa conjuntura, podemos afirmar que, pela ótica da contribuição, a comunidade em torno da página oficial de Lula está mais polarizada que a comunidade em torno da página oficial de Bolsonaro. Já pela ótica dos compartilhamentos, a comunidade em torno da página de Bolsonaro está mais polarizada que a de Lula. Isto não quer dizer, no entanto, que os indivíduos pertencentes ao espectro da esquerda são os mais polarizados e os da direita menos e vice versa. É preciso lembrar que falamos de comunidades e não somente da métrica de seguidores do *Facebook*, de forma que há também na comunidade de Lula um número de indivíduos que se reconhecem como sendo de direita, da mesma maneira que há na comunidade de Bolsonaro indivíduos que se reconhecem como sendo de esquerda.

5.4 Estratégias midiáticas, procedimentos anamnese e polarização política: apontamentos finais acerca das páginas de Lula e Bolsonaro

Neste último subcapítulo destacamos alguns diferenciais, em termos de estratégia, encontrados nas páginas de Lula e Bolsonaro que ficam melhor contornados quando na perspectiva um do outro.

A primeira e mais óbvia delas é a opção de mídia feita por cada uma das páginas. Iniciando por Lula, há uma preferência clara pelo meio fotográfico para fins diversos que vão desde cobertura de eventos a reforço de ideais. Não é à toa que o nó *Ricardo Stuckert* está presente em quase todos seus grafos e em alguns está em pé de igualdade inclusive com Lula em termos de volume de publicações, pois esta é a marcada de sustentação de sua principal estratégia de escolha midiática.

Já a página de Bolsonaro possui como estratégia a exploração dos potenciais do audiovisual, fazendo *lives* periodicamente, postando vídeos editados, compartilhando vídeos alheios e transmitindo vídeo conferências e coletivas de imprensa. Assim como o nó *Ricardo Stuckert* marca a estratégia midiática da página de Lula, os nós *retorno da live*, *live no Facebook*, *Video Conferência*, *Ao Vivo em, Parte 2*, *Parte 3* e *Canal no YouTube* marcam a estratégia midiática da página de Bolsonaro.

É importante destacar que não desconsideramos que a página de Lula também faz uso de vídeos e a página de Bolsonaro fez uso de fotos, mas foi identificada uma preferência entre as mídias escolhidas.

Em termos de conteúdo, nota-se que as publicações da página de Lula possuem um tom expositivo e ideológico, mas um ideológico de poucas cores, por assim dizer. No início a exposição foi focada na caravana de Lula e em seguida em sua prisão, momento a partir do qual os posicionamentos ideológicos se tornaram mais frequentes. A partir desse momento podemos notar que as publicações de teor ideológico em sua maioria focavam nas temáticas liberdade, justiça, direitos humanos e povo. Durante a reta final observamos alguns ajustes de posicionamento, de forma que a página passou a ser um pouco mais combativa e agressiva em seu conteúdo.

Em contrapartida, o conteúdo proferido pela página de Bolsonaro possuía um tom misto entre combativo e ideológico com algumas poucas e padronizadas pitadas expositivas. As publicações de Bolsonaro se aproveitavam diariamente não só da agenda de Bolsonaro, seus discursos, visitas e entrevistas, mas de todo o entorno, em especial os acontecimentos cotidianos nacionais e internacionais, que também podemos chamados de procedimentos de anamnese. A

página de Bolsonaro lançava mão destes acontecimentos - procedimentos de anamnese - para imbuí-los das perspectivas e ideologias do presidenciável para então lançá-la contra sua comunidade.

Um acontecimento sozinho já consiste em um procedimento de anamnese, mas focado nas próprias naturezas do acontecimento em si, de forma que os movimentos de repulsão e atração propiciadas por ele atuam a partir de sua natureza e estão ligados às suas características. Exemplificando, quando a greve de caminhoneiros estourou em maio de 2018, a natureza deste procedimento de anamnese estava na própria greve, isto é, os movimentos de repulsão e atração estarão ligados ao acontecimento “greve” em si. Sendo assim, aqueles que são impactados pelas pulsões de atração se tornam apoiadores da greve, pois concordam com suas reivindicações. Já aqueles que são impactados pelas pulsões de repulsão se tornam críticos da greve, pois não concordam com suas reivindicações ou consequências.

Ao revestir um acontecimento com suas perspectivas e ideologias e bombardeá-lo contra sua comunidade, Bolsonaro faz com que os movimentos de repulsão e atração passem a ser ligados tanto ao acontecimento quanto a ele enquanto indivíduo. Sendo assim, utilizando novamente nosso exemplo, quando Bolsonaro fala da greve, um novo procedimento de anamnese é gerado, desta vez focando em sua opinião sobre a greve, de forma que aqueles que concordam com sua opinião se sentem atraídos pelo comum que encontram em Bolsonaro, já aqueles que não concordam com sua opinião sentem repulsa. Tal processo foi e é repetido exaustivamente pela página de Bolsonaro, de modo que podemos apontar dezenas de acontecimentos que foram imbuídos pela ideologia de Bolsonaro durante o período, sendo os principais deles: greve dos caminhoneiros, aumento da pena e prisão de Lula, acusações de figuras públicas que o chamaram de ditador e/ou tirano, atos contra o juiz Sérgio Moro, entre outros.

Somando a variedade de assuntos em que Bolsonaro se insere à alta taxa de compartilhamento de sua página falada anteriormente, temos uma estrutura complexa de manutenção e fidelização das comunidades existentes, dada a alta difusão propiciada por este tipo de interação e a constância das publicações, e de alcance de novos círculos sociais, dado que o ato de compartilhar leva os procedimentos de anamnese para usuários que não seguem Bolsonaro.

Tendo em vista os procedimentos de anamnese de que fala Maffesoli (1998) e a rapidez e dinamicidade propiciada pelas redes sociais online, esta é uma estratégia que em um primeiro momento pode parecer imprudente, mas que funcionou para Bolsonaro como um acelerador de formação de comunidades, tanto contra, quanto a seu favor.

Essa máquina, no entanto, possui efeitos colaterais que implicam diretamente na polarização, questão que previmos a partir das teorias de Ortellado (2017). De acordo com a definição do autor, a polarização consiste em um agudo antagonismo e em pares de oposições perfiladas. A concentração de procedimentos de anamnese em uma mesma âncora, no caso Bolsonaro, faz com que o antagonismo entre as comunidades fique cada vez mais agudo e que as comunidades fiquem cada vez mais definidas a cada pulsão de atração ou repulsão, de forma que a comunidade de atraídos fica cada vez mais definida e distante da comunidade de repulsados, cada qual com sua identidade e ideologia. Nestas comunidades altamente definidas e intensamente antagônicas o procedimento de anamnese ainda ocorre, mas a natureza deixa de ser o acontecimento e passa a ser a identidade e pertencimento do indivíduo a determinado espectro político ideológico. Desta forma, conforme Ortellado (2017) aponta, quando um campo político passa a defender uma ideia ou tomar uma posição em relação a algum acontecimento, o polo oposto automaticamente as nega e se coloca em posicionamento contrário, formando os pares de oposições perfiladas.

É pertinente lembrar que os procedimentos de anamnese acontecem tanto nas redes sociais online quanto nas *offline*, no entanto esse sentimento de pertencimento e clara definição de filiação é carregado de uma esfera para a outra, de forma que as próprias relações pessoais dos indivíduos são afetadas.

Poderíamos concluir, portanto, que a página de Bolsonaro é altamente polarizante, mas, pela perspectiva dos procedimentos de anamnese, a de Lula também o é. A diferença, no entanto, é que por conta da conjuntura política e histórica, o indivíduo Luiz Inácio Lula da Silva é naturalmente polarizante, já Bolsonaro se construiu, com grande ajuda das redes sociais online, como indivíduo polarizante.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Em vista da amplitude do entrelaçamento entre a vida coletiva diária e os meios digitais, no presente trabalhamos discutimos como tais infraestruturas de mediação, como as redes sociais por exemplo, promovem mudanças epistêmicas em estruturas fundantes da sociedade como a comunicação e o acesso à informação.

Atentando-nos para o fenômeno da polarização política e também para a fisicalidade algorítmica das redes sociais, caminhos no sentido da compreensão de como a apropriação dos usuários em determinada temporalidade e contexto somadas à materialidade própria do software podem desencadear processos diversos que promovem ou amplificam conjunturas críticas.

Através do presente trabalho, então, demonstramos um esforço metodológico de pensar na materialidade dos meios digitais enquanto união das dimensões física e afetiva e, a partir disso, desenvolver métodos e ferramentas apropriadas para a apreensão dessa imbricada conjuntura com uso da tecnologia. Da mesma forma demonstramos como a atenção para a temporalidade na análise de dados quantitativos suscitam leituras qualitativas imprescindíveis para o entendimento das dinâmicas sociais.

Com isso, pudemos identificar relações entre o discurso combativo, característico de uma sociedade civil afetada por um agudo antagonismo, e a performance de publicações na rede e, a partir disso, refletir sobre o potencial de afetação que tais conteúdos têm na manutenção dos pólos políticos em embate pelo prisma dos procedimentos de anamnese.

Da mesma forma, através da análise de conteúdo, mapeamos os temas mais recorrentes nos discursos de cada página e nas redes formadas em torno de nossos objetos. Pela visualização de dados obtivemos ainda indícios da composição identitária dos pólos e das estratégias discursivas de Lula e Bolsonaro.

No entanto, é importante ressaltar que os métodos escolhidos, apesar de permitirem a apreensão de todos os pontos citados acima, apresentaram limitações tecnológicas e inerentes às opções metodológicas feitas. Dado o grande corpus analisado automaticamente com uso do *War Room*, pudemos analisar milhares de textos de diferentes naturezas, no entanto não fomos capazes de apreender e fazer uso do rico conteúdo contido em fotos e vídeos que são publicados diariamente pelos perfis monitorados. Outra dificuldade esteve na escolha das palavras para cada grupo da estrutura temática feita para classificação em massa das publicações. Observamos que em alguns casos as estruturas não refletiam o real conteúdo das publicações. Para essas limitações seria interessante o uso das tecnologias de visão computacional, que extrairia o conteúdo contido em vídeos e fotos e de *machine learning* para que o próprio sistema aprendesse o que o tema Segurança, por exemplo, reflete na realidade.

Algumas dessas limitações ainda persistem por serem inviáveis economicamente, como o uso de visão computacional para análise de vídeos, e serão transpostas com o avanço tecnológico, outras serão transpostas com a amplificação do uso e a evolução das pesquisas do campo de HD, questão que almejamos ter contribuído.

REFERÊNCIAS

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BARBOSA FILHO, F. H. A crise econômica de 2014/2017. *In: Estudos Avançados*, v. 31, n. 89, p. 51-60, 2017.

BARDIN, L. **Análise de Conteúdo**. Tradução de Luis Antero Neto e Augusto Pinheiro. Lisboa: Edições 70, 1977.

BAUMAN, Z. **Amor líquido**: sobre a fragilidade dos laços humanos. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2004.

BAUMAN, Z. **Modernidade líquida**. Tradução de Plínio Dentzien. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2001.

BERRY, D. M. Introduction: Understanding the digital humanities. *In: Understanding digital humanities*. Londres: Palgrave Macmillan, 2012.

BRADSHAW, L. The Great Data Revolution. *In: The future of data-driven innovation*. p. 21-42, out. 2014. Disponível em: <https://www.uschamberfoundation.org/great-data-revolution>. Acesso em: 02/08/2019.

BUCHER, T. The algorithmic imaginary: exploring the ordinary affects of Facebook algorithms. *In: Information, Communication & Society*, v. 20, n. 1, p. 30-44, 2017.

CARVALHO, F. C.; CERVI, E. U. Imprensa Brasileira e Eleições Presidenciais: A polarização do conteúdo jornalístico das revistas na web. **Cuadernos. info**, n. 42, 2018.

CRAMER, F. Language. *In: FULLER, M. Software studies, a lexicon*. Cambridge: MIT Press, 2008.

DEGENNE, A.; FORSÉ, M. **Introducing social networks**. London: Sage, 1999.

DEVITO, M. A. From editors to algorithms: A values-based approach to understanding story selection in the Facebook news feed. *In: Digital Journalism*, v. 5, n. 6, p. 753-773, 2017.

FIORMONTE, D. Towards a cultural critique of the digital humanities. *In: Historical Social Research/Historische Sozialforschung*, p. 59-76, 2012.

GALLEGO, E. S.; ORTELLADO, P.; MORETTO, M. Guerras Culturais e populismo antipetista nas manifestações em apoio à Operação Lava Jato e contra a Reforma da Previdência. *In: Em Debate*, Belo Horizonte, v. 9, n. 2, p. 35-45, 2017.

GRINGS, D. D. **Dialética da Política**: história dialética do Cristianismo. Rio Grande do Sul: Edipucrs, 1994.

GROSSER, B. What do metrics want? How quantification prescribes social interaction on Facebook. *In: Computational Culture*, v. 4, p. 1-19, 2014.

HAFERMALZ, E.; RIEMER, K. The Question of Materiality: Mattering in the Network Society. *In: 23^a European Conference on Information Systems (ECIS)*, Münster, Germany, 2015.

HOLMES, S. Can we name the tools?. Ontologies of code, speculative techné, and rhetorical concealment. *In: Computational Culture*, v. 5, 2016.

JAHAN, S. **Relatório do Desenvolvimento Humano. O trabalho como motor do desenvolvimento humano**. Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD), 2015.

KIM, C.; YANG, S. Like, comment, and share on Facebook: How each behavior differs from the other. *In: Public Relations Review*, v. 43, n. 2, p. 441-449, 2017.

KOVACH, B.; ROSENSTIEL, T. **The Elements of Journalism: What Newspeople Should Know and the Public Should Expect**. Nova Iorque: Three Rivers Press, 2007.

LATOURE, B. **Reagregando o social. Uma introdução à Teoria Ator-Rede**. Salvador: Edufba, 2012.

MAFFESOLI, M. **O tempo das tribos: o declínio do individualismo nas sociedades de massa**. 2.ed. Rio de Janeiro: Forense, 1998.

MALINI, F. Um método perspectivista de análise de redes sociais: cartografando topologias e temporalidades em rede. *In: XXV Encontro Anual da Compós*, Universidade Federal de Goiás, Goiânia, 2016.

MALINI, F.; CIARELLI, P.; MEDEIROS, J. O sentimento político em redes sociais: big data, algoritmos e as emoções nos tweets sobre o impeachment de Dilma Rousseff. *In: Liinc em Revista*, v. 13, n. 2, 2017

MANOVICH, L. Cultural analytics, social computing and digital humanities. *In: SHÄFER, M. T.; ES, K. The Datafied Society*. University of Chicago Press, p. 55-68, 2017.

MANOVICH, L. **The language of new media**. Cambridge: MIT press, 2001.

MCLEAN, I.; MCMILLAN, A. **The concise Oxford dictionary of politics**. New York: OUP Oxford, 2009.

MASON, L. **Uncivil agreement: How politics became our identity**. University of Chicago Press, 2018.

MOTTA, L. G. **Análise pragmática da narrativa jornalística. Metodologia de pesquisa em jornalismo**. Petrópolis: Vozes, 2007.

NEWMAN, N.; FLETCHER, R.; KALOGEROPOULOS, A.; LEVY, D. A.; NIELSEN, R. K. **Reuters Institute digital news report 2017**. 2017. Disponível em: https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/Digital%20News%20Report%202017%20web_0.pdf. Acesso em: 02/08/2019.

PARISER, E. **O filtro invisível: o que a internet está escondendo de você**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2012.

RECUERO, R. Contribuições da Análise de Redes Sociais para o estudo das redes sociais na Internet: o caso da hashtag# Tamojuntodilma e# CalaabocaDilma. *In: Fronteiras-estudos midiáticos*, v. 16, n. 2, p. 60-77, 2014a.

RECUERO, R. Curtir, compartilhar, comentar: trabalho de face, conversação e redes sociais no Facebook. *In: Verso e Reverso*, v. 28, n. 68, p. 117-127, 2014b.

RECUERO, R. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2011.

RICUPERO, R. À sombra de Charles de Gaulle: uma diplomacia carismática e intransferível. A política externa do governo Luiz Inácio Lula da Silva (2003-2010). *In: Novos Estudos-CEBRAP*, n. 87, p. 35-58, 2010.

ROCHA, C., FARNER, M. As redes em saúde: entre limites e possibilidades. *In: ORGANIZAÇÃO PAN-AMERICANA DA SAÚDE. Fórum nacional de redes em saúde*. Belo Horizonte: Opas, 2005. Disponível em: http://www.opas.org.br/rh/admin/documentos/Estar_em_rede.pdf. Acesso em: 5 de março de 2018.

SCOTT, J. Social network analysis. *In: Sociology*, v. 22, n. 1, p. 109-127, 1988.

SIMOS, G. How Much Data is Generated Every Minute on Social Media. *In: We Are Social Media (online)*, 19 de agosto de 2015. Disponível em: <https://wersm.com/how-much-data-is-generated-every-minute-on-social-media/>. Acesso em: 02 de agosto de 2019.

SODRÉ, M. **A ciência do comum**. Petrópolis: Vozes, 2014.

SCULLEY, D.; PASANEK, B. M. Meaning and mining: the impact of implicit assumptions in data mining for the humanities. *In: Literary and Linguistic Computing*, v. 23, n. 4, p. 409-424, 2008.

THOMPSON, J. B. **Ideologia e cultura moderna: teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa**. Petrópolis – RJ: Vozes, 2000.

VENTURINI, T.; MUNK, A.; JACOMY, M. Actor-Network VS Network Analysis VS Digital Networks Are We Talking About the Same Networks? *In: Galáxia*, São Paulo, n. 38, mai./ago. 2018.

VIVEIROS DE CASTRO, E. O nativo relativo. *In: Mana*, Rio de Janeiro, v. 8, n. 1, p. 113-148, Abr. 2002. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-93132002000100005&lng=en&nrm=iso. Acesso em: 02 de agosto de 2019.

VIVEIROS DE CASTRO, E. Os pronomes cosmológicos e o perspectivismo ameríndio. *In: Mana*, Rio de Janeiro, v. 2, n. 2, p. 115-144, Out. 1996. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-93131996000200005&lng=en&nrm=iso. Acesso em: 02 de agosto de 2019.

SITES E PORTAIS DE NOTÍCIA

ALESSI, G. Procurador: A Lava Jato traz uma esperança, cria um círculo virtuoso. *In: El País Brasil (online)*, Curitiba, 18 ago. 2015. Disponível em: https://brasil.elpais.com/brasil/2015/08/13/politica/1439500392_373470.html. Acesso em: 16 de julho de 2018.

ALMEIDA, J. Fenômeno na internet, Bolsonaro ‘quebra’ o YouTube e domina o top 10 dos vídeos mais vistos. *In: TV Foco (online)*, 18 ago. 2018. Disponível em: <https://www.otvfoco.com.br/fenomeno-na-internet-bolsonaro-quebra-o-youtube-e-domina-o-top-10-de-videos-mais-vistos/>. Acesso em: 10 de agosto de 2018.

BARAN, K. Na Câmara desde 1991, Bolsonaro foi alvo de mais de 30 pedidos de cassação. *In: Gazeta do Povo (online)*, 26 abr. 2016. Disponível em: <https://www.gazetadopovo.com.br/vida-publica/na-camara-desde-1991-bolsonaro-foi-alvo-de-mais-de-30-pedidos-de-cassacao-6ah7egkvrk4ntqv2ccpmlswjv>. Acesso em: 10 de agosto de 2018.

BONIN, R. Popularidade de Lula bate recorde e chega a 87%, diz Ibope. *In: G1 (online)*, Brasília, 16 dez. 2010. Disponível em: <http://g1.globo.com/politica/noticia/2010/12/popularidade-de-lula-bate-recorde-e-chega-87-diz-ibope.html>. Acesso em: 18 de agosto de 2018.

CONSTANTINE, J. Facebook Explains The Four Ways It Sorts The News Feed And Insists Average Page Reach Didn't Decrease. *In: TechCrunch (online)*, 16 nov. 2012. Disponível em: <https://techcrunch.com/2012/11/16/facebook-page-reach/>. Acesso em: 10 de julho de 2018.

COSTAS, R. O legado dos 13 anos do PT no poder em seis indicadores internacionais. *In: BBC News Brasil (online)*, São Paulo, 13 mai. 2016. Disponível em: https://www.bbc.com/portuguese/noticias/2016/05/160505_legado_pt_ru. Acesso em: 16 de julho de 2018.

EPSKAMP, S. **Descriptive Analysis of Network Graph Characteristics. Network Analysis: Lecture 3.** University of Amsterdam, 16 set. 2014. Disponível em: <http://sachaepskamp.com/files/NA2014/Week3Lecture.pdf>. Acesso em: 23 de fevereiro de 2019

FACEBOOK alcança 2,07 bilhões de usuários no mundo. *In: Estadão (online)*, 01 nov. 2017. Disponível em: <http://link.estadao.com.br/noticias/empresas,facebook-alcanca-2-07-bilhoes-de-usuarios-no-mundo,70002069551>. Acesso em: 05 de março de 2017.

FAGUNDEZ, I.; MENDONÇA, R. Como primeira 'presidenta', Dilma deixou algum legado para as mulheres? *In: BBC News Brasil (online)*, São Paulo, 01 set. 2016. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/brasil-37226797>. Acesso em: 16 de julho de 2018.

KANALLEY, C. Facebook News Feed Timeline: A Look at Changes Through the Years. *In: The Huffington Post (online)*, 03 jun. 2013. Disponível em: https://www.huffingtonpost.com/craig-kanalley/facebook-news-feed-timeline_b_2821060.html. Acesso em: 13 de julho de 2018.

LANIER, J. 'Evito as redes sociais pela mesma razão que evito as drogas', diz o criador da realidade virtual. *In: BBC News Brasil (online)*, 28 nov. 2017. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/geral-42137698>. Acesso em: 16 de julho de 2018.

LINDNER, J. Bolsonaro aprova dois projetos em 26 anos de Congresso. *In: Estadão (online)*, 23 jul. 2017. Disponível em: <https://politica.estadao.com.br/noticias/geral,bolsonaro-aprova-dois-projetos-em-26-anos-de-congresso,70001900653>. Acesso em: 10 de agosto de 2018.

MARQUES, P. Jair Bolsonaro é o político mais influente nas redes sociais em agosto. *In: Poder 360 (online)*, 01 set. 2017. Disponível em: <https://www.poder360.com.br/brasil/jair-bolsonaro-e-o-politico-mais-influente-nas-redes-sociais-em-agosto/>. Acesso em: 10 de agosto de 2018.

MCGEE, M. EdgeRank is dead: Facebook's News Feed algorithm now has close to 100K weight factors. *In: Marketing Land (online)*, 16 ago. 2013a. Disponível em: <https://marketingland.com/edgerank-is-dead-facebooks-news-feed-algorithm-now-has-close-to-100k-weight-factors-55908>. Acesso em: 13 de julho de 2018.

MCGEE, M. Facebook Updates News Feed Algorithm With New "Story Bumping" & "Last Actor" Factors. *In: Marketing Land (online)*, 06 ago. 2013b. Disponível em: <https://marketingland.com/facebook-story-bumping-last-actor-54804>. Acesso em: 12 de julho de 2018.

MOURA, R. M.; PIRES, B. Nomeação de Lula para Casa Civil retardaria investigações da Lava Jato, diz Janot. *In: Estadão (online)*, 06 set. 2017. Disponível em: <https://politica.estadao.com.br/blogs/fausto-macedo/nomeacao-de-lula-para-casa-civil-retardaria-investigacoes-da-lava-jato-diz-janot/>. Acesso em: 10 de agosto de 2018.

NAPOLITANO, G.; VILARDAGA, V. A política de campeões nacionais naufragou. Veja o porquê. *In: Exame (online)*, 08 nov. 2013. Disponível em: <https://exame.abril.com.br/revista-exame/um-modelo-que-fracassou/>. Acesso em: 10 de agosto de 2018.

NEWSWEEK STAFF. Brazil's Lula: The most popular politician on Earth. *In: Newsweek (online)*, 21 set. 2009. Disponível em: <https://www.newsweek.com/brazils-lula-most-popular-politician-earth-79355>. Acesso em: 18 de agosto de 2018.

NOGUEIRA, P. Por que os delegados da Lava Jato devem sim ser investigados. *In: Diário do Centro do Mundo (online)*, 15 nov. 2014. Disponível em: <https://www.diariodocentrodomundo.com.br/por-que-os-delegados-da-lava-jato-devem-sim-ser-investigados/>. Acesso em: 16 de julho de 2018.

O ARTIGO em VEJA e a prisão de Bolsonaro nos anos 1980. *In: Veja (online)*, 15 mai. 2017. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/blog/reveja/o-artigo-em-veja-e-a-prisao-de-bolsonaro-nos-anos-1980/>. Acesso em: 10 de agosto de 2018.

OLIVEIRA, B. Da polarização política à disseminação de notícias falsas: uma discussão com Prof. Dr. Ortellado. *In: Comunica UEM (online)*, 04 mai. 2017. Disponível em: <http://www.dfe.uem.br/comunicauem/2017/05/04/da-polarizacao-politica-a-disseminacao-de-noticias-falsas-uma-discussao-com-prof-dr-ortellado/>. Acesso em: 23 de março de 2018.

OLIVEIRA, M. Gilmar Mendes suspende nomeação de Lula como ministro da Casa Civil. *In: G1 (online)*, Brasília, 18 mar. 2016. Disponível em: <http://g1.globo.com/politica/noticia/2016/03/gilmar-mendes-suspende-nomeacao-de-lula-como-ministro-da-casa-civil.html>. Acesso em: 10 de agosto de 2018.

PAIVA, F. M. O risco de simplificar o fenômeno Bolsonaro. *In: Carta Capital (online)*, 07 ago. 2018. Disponível em: <https://www.cartacapital.com.br/revista/1015/o-risco-de-simplificar-o-fenomeno-bolsonaro>. Acesso em: 10 ago. 2018.

QUEROL, R. Zygmunt Bauman: “As redes sociais são uma armadilha”. Entrevista de Zygmunt Bauman. *In: El País Brasil (online)*, 08 jan. 2016. Disponível em: https://brasil.elpais.com/brasil/2015/12/30/cultura/1451504427_675885.html. Acesso em: 25 de fevereiro de 2018.

SANTOS, M. R. Jair Bolsonaro: algumas razões para explicar o fenômeno do ‘mito’. *In: Gazeta do Povo (online)*, 24 fev. 2017. Disponível em: <https://www.gazetadopovo.com.br/vida-publica/jair-bolsonaro-algumas-razoas-para-explicar-o-fenomeno-do-mito-dt0wz8s8agwlmwpz02yia8fnq>. Acesso em: 10 de agosto de 2018.

SCHÄFERHOFF, N. The Facebook Algorithm change 2018: what it means for your marketing. *In: Torque (online)*, 27 mar. 2018. Disponível em: <https://torquemag.io/2018/03/facebook-algorithm-change-2018/>. Acesso em: 12 de julho de 2018.

SERRA, B. Jair Bolsonaro é o deputado federal mais votado do Rio de Janeiro. *In: Congresso em Foco (online)*, 06 out. 2014. Disponível em: <https://congressoemfoco.uol.com.br/especial/noticias/jair-bolsonaro-e-o-deputado-federal-mais-votado-do-rio-de-janeiro/>. Acesso em: 10 de agosto de 2018.

VALENTE, R. Bolsonaro era agressivo e tinha 'excessiva ambição', diz ficha militar. *In: Folha de S. Paulo (online)*, 16 mai. 2017. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2017/05/1884332-bolsonaro-era-agressivo-e-tinha-excessiva-ambicao-diz-ficha-militar.shtml>. Acesso em: 10 de agosto de 2018.

YAROW, J. Facebook Hits 1 Billion Users! *In: Business Insider (online)*, 04 out. 2012. Disponível em: <https://www.businessinsider.com.au/facebook-hits-1-billion-users-2012-10>. Acesso em: 11 de julho de 2018.

VÍDEOS

BAUMAN, Z. **Diálogos com Zygmunt Bauman**. 2017. (29m43s). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=in4u3zWwxOM>. Acesso em: 02 de fevereiro de 2018.

BAUMAN, Z. **A fluidez do 'mundo líquido' do Zygmunt Bauman**. 2015. (4m56s). Disponível em: <http://g1.globo.com/globo-news/dossie-globo-news/videos/t/ultimos-programas/v/milenio-a-fluidez-do-mundo-liquido-do-zygmunt-bauman/4661254/>. Acesso em: 02 de fevereiro de 2018.

ORTELLADO, P. **A guerra da informação na sociedade polarizada | Pablo Ortellado**. 2018. (11m57s). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=Yb8Iha5vncU>. Acesso em: 15 jul. 2018.

ORTELLADO, P. 'Polarização política reduz a diversidade a dois campos', diz professor da USP. 2017. (23m54s). Disponível em: <http://g1.globo.com/globo-news/videos/t/todos-os-videos/v/polarizacao-politica-reduz-a-diversidade-a-dois-campos-diz-professor-da-usp/5911635/>. Acesso em: 18 de fevereiro de 2018.